

Kaderschmiede des Kfz-Gewerbes



Bundesfachschule
für Betriebswirtschaft
im Kraftfahrzeuggewerbe
(BFC) e. V.



Automobiles Wissen
beginnt mit uns.

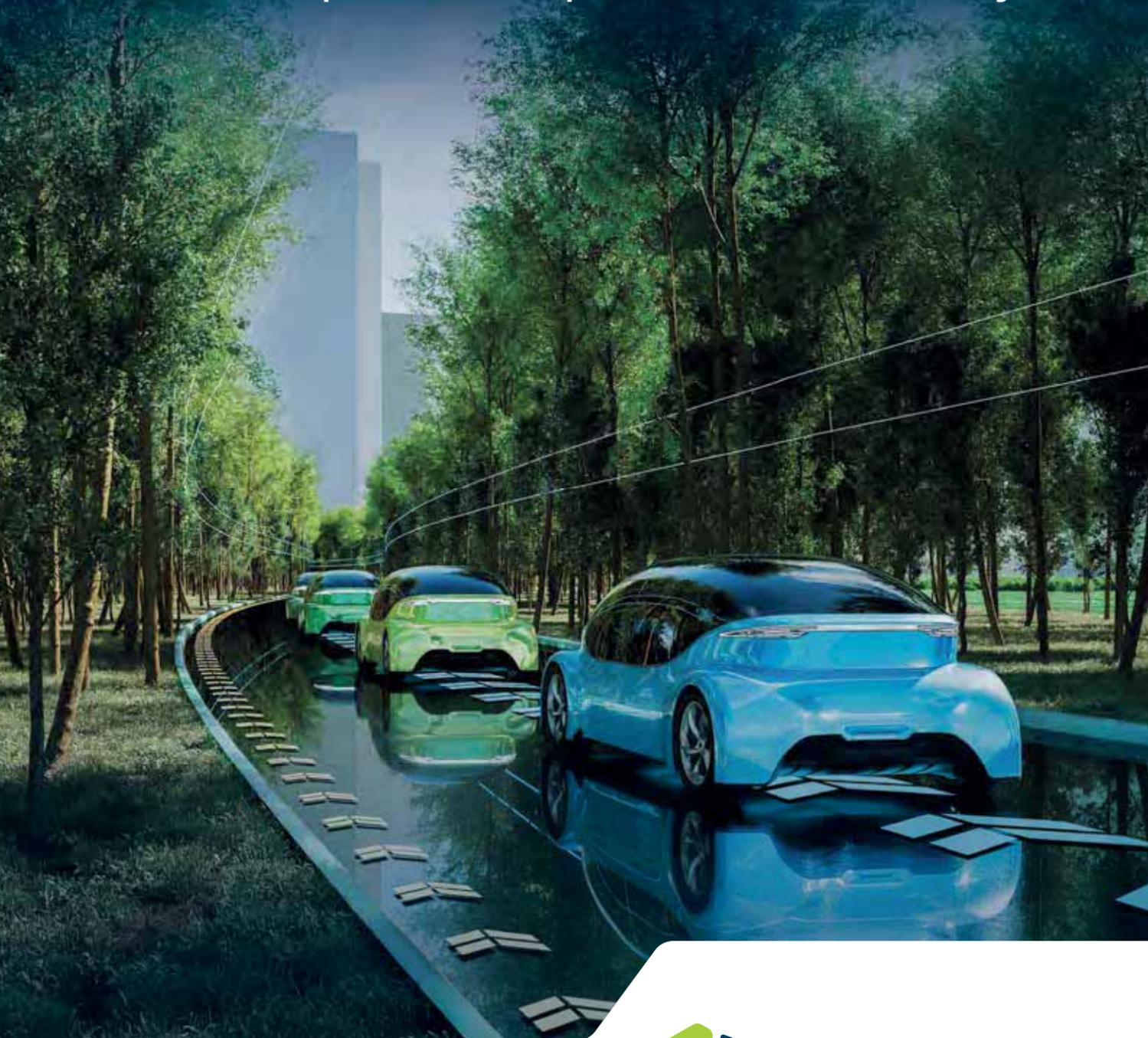
**DAT – die neutrale
Dateninstanz der
automobilen Wirtschaft.**

Unsere Systeme begleiten Sie in Ihrer
Ausbildung und im Berufsleben
– zuverlässig, einfach im Handling,
immer up to date. www.dat.de



OPTIMALE KUNDENBINDUNG IN ZEITEN DER TRANSFORMATION

Wir unterstützen Sie auch in Zeiten der Veränderung mit zukunftsweisenden Garantie- und Serviceprodukten. Denn komplexe Technik braucht Premiumleistungen.



CG CAR-GARANTIE
VERSICHERUNGS-AG

TEL 0761 4548-260
www.cargarantie.com

 **CarGarantie**[®]
takes the risk out <

EDITORIAL



Professor Hannes Brachat,
Herausgeber AUTOHAUS



BFC – 60 Jahre Treibhaus der Branche!

Wir schreiben das Jahr 1962/63! Da ergriff ein Autohändler aus Düsseldorf, Adelbert Moll, die Initiative und legte an der „Spöhrer-Schule“ in Calw die Basis für die prägende automobilspezifische Studiausbildung im Autogewerbe. Die erste staatliche Initiative für einen automobilistischen Studienzweig an einer Hochschule erfolgte 1988 – 25 Jahre später! So viel zur Gewichtung von privater und staatlicher Initiativwirkung. Welche Weitsicht!

Die IT zog 1980 in die Branche ein. Das Internet ab 1994. Die iPhones kamen 2007. Die Deckungsbeitragsrechnung mit Controlling entstand ebenso in den 80er-Jahren. Darauf aufbauend die strategische Unternehmensführung. Werbung, okay, sie gab es. Sie mutierte zu groß angelegten Marketingkonzepten. Und das ist bis heute die weitere Besonderheit des BFC-Studiums: Es geht nicht nur um die Vermittlung des automobilen Basiswissens, sondern um die gelebte Praxis! Dazu werden die Studieninhalte fortlaufend angepasst. Aktuell gilt es, die digitale Welt zu gestalten. Die BFC legt mit all ihren Akteuren die Branchenthemen praxisnah und komprimiert auf. Um all diese Aufgaben erfüllen zu können, muss Qualifizierung auf breiter Ebene gelegt werden. Wer die moderne Anlage und Ausstattung der Studienstätte in Northeim erlebt, der spürt, dass neben den Studierenden, den Dozenten und Dozentin-

nen dieser „Studienraum“, dieser Campus in Waldesruhe, dritter Pädagoge ist. Bis heute haben über 6.000 Absolventen den BFC-Studienabschluss als „Betriebswirt im Kfz-Gewerbe“ erworben. 1963 stand als Studienziel die Vorbereitung auf die Unternehmensnachfolge auf der Agenda. Heute ist die BFC noch mehr zu einer Institution für künftige Führungskräfte geworden. Auch die starke Zahl im Fernstudium belegt dies. Und die BFCler verlassen ihren Studienort in der Regel mit einem Arbeitsvertrag. Sie agieren oft als Assistenten der Geschäftsführung im Autohaus. Career Days, die Job-Börse, führt BFCler und Unternehmen zusammen.

Eine weitere Erfahrung vermittelt die BFC: Das Lernen zu lernen. Bitte lernen wollen, statt lernen müssen. Begeisterung beim Lernen schlägt alles. Eigeninitiative statt Fremdsteuerung. Spaß statt Stress. Bildung, das sind nicht Noten, Zeugnisse oder Abschlüsse, sondern die Fähigkeit, sich in der Welt zurechtzufinden. Wer darin gut ist, kann richtig Gas geben. Auch mit Freundschaften, die sich an der BFC gebildet haben. Die BFC schafft auch diese menschlich so wichtige wie wertvolle Brücke. Fürs Leben!

Prof. Hannes Brachat
Herausgeber AUTOHAUS

Inhalt

- 4 Tragende Verbindung**
BFC-Vorstandsvorsitzender Helmut Peter zieht Bilanz
- 5 Kaderschmiede der Branche**
Wie der ZDK die Bedeutung der BFC sieht
- 6 Fit für die Zukunft**
Geschäftsführerin Sylvia Gerl erläutert den Mehrwert der BFC
- 8 Abschluss per Fernstudium**
Das Angebot der BFC „to go“ ist stark nachgefragt
- 10 Kluge Köpfe finden**
Von den Career Days profitieren Studierende und Firmen
- 12 Automobile Kompetenz**
Die BFC punktet mit ihrem maximalen Branchenbezug
- 14 Dozenten mit Autohaus-DNA**
Die Dozenten der BFC verknüpfen Theorie und Praxis
- 16 Treffen der Entscheider**
Get-together der Branchenriesen in Northeim
- 17 Stationen einer Institution**
Die Idee BFC reift zum Erfolgsmodell heran
- 18 Schlussstein**
Projektarbeiten lösen Probleme
- 19 Förderer, Freunde, Fans**
Fördermittel und Spenden halten die BFC up to date

Impressum

Die **Anzeigen-Sonderpublikation BFC** erscheint mit **AUTOHAUS 13/2023** im Auftrag der Bundesfachschule für Betriebswirtschaft im Kraftfahrzeuggewerbe (BFC) e. V., Am Gesundbrunnen 3, 37154 Northeim.
Chefredakteur: Ralph M. Meunzel
Koordination: AUTOHAUS Corporate Publishing: Manuel Eder (Ltg.), Johann Kitzberger
Redaktion: Prof. Hannes Brachat, Sylvia Gerl
Sondergeschäft: Petra Willmeroth (Ltg.)
Herstellung: Heike Reim (Ltg.)
Layout: Michaela Fischer
Fotos: BFC, ZDK, Hannes Brachat, Erwin Fleischmann, stock.adobe.com, Förderer, Absolventen
Druck: L. N. Schaffrath GmbH & Co. KG Druck-Medien, Marktweg 42-50, 47608 Geldern
Verlag: Springer Fachmedien München GmbH (ein Teil der Fachverlagsgruppe Springer Nature), Aschauer Str. 30, 81549 München, 0 89 / 20 30 43 - 0

LEITLINIEN

Tragende Verbindung

60 Jahre BFC: Vorstandsvorsitzender Helmut Peter zieht eine positive Zwischenbilanz, erläutert die nachhaltige Handlungsmaxime sowie weitere Entwicklungsziele.

Helmut Peter, Chef der gleichnamigen Autohaus-Gruppe mit rund 800 Mitarbeitern, ist seit fast zehn Jahren Vorstandsvorsitzender der BFC und sieht diese hervorragend aufgestellt. Was er damit meint: „Gemeinnützige Organisationen haben oft bescheidene wirtschaftliche Verhältnisse. Das ist bei der BFC anders. Hier wird Wirtschaftlichkeit nicht nur unterrichtet, sondern gelebt. Das gilt für die Entscheidungen und Investitionen. Da die BFC keine Fördermittel bezieht, sind wir sehr achtsam beim Umgang mit den Studiengebühren, die uns die Studierenden im Präsenz- und Fernstudium anvertrauen. Alle Ausgaben sind immer auf die Professionalität der Lehre und eine sehr gute pädagogische Lernumgebung ausgerichtet.“ Zugleich gilt eine klare Handlungsmaxime: Theorie nur so viel wie nötig und Praxis so viel wie möglich. Dazu Peter: „Unsere Absolventen sind folglich mit Wissen ausgestattet, welches wir als Automobil-

händler im operativen Geschäft benötigen. Die BFCler sind außerdem eine interessante Klientel, weil sie über unterschiedliche Ausbildungsschwerpunkte verfügen – sei es die Technik oder das Kaufmännische. Abgerundet werden die Leistungsprofile durch unterschiedliche Lebensalter und die Reichweite beruflicher Erfahrungen. Jedem Unternehmer ist daher nur zu empfehlen, diese jungen Menschen anzusprechen und einzustellen.“ Peter schildert die Pläne für die kommenden Jahre: „Es ist schwer, ein bereits gut



BFC-Vorstandsvorsitzender Helmut Peter: „Wir brauchen pro Studienjahr 100 Studierende, das ist die jährliche Zielgröße.“

funktionierendes System weiter zu optimieren. Momentan arbeiten wir fokussiert am Deutschen Qualifizierungsrahmen, kurz: DQR, und treiben die Geschicke in diese Richtung weiter voran. Wichtig ist uns weiterhin, die Bekanntheit der BFC weiter zu erhöhen. Denn wir benötigen in der Kfz-Branche nicht nur Akademiker, sondern auch Menschen als Entscheider, die das Geschäft von der Pike auf gelernt haben. Und das werden wir auch künftig in den Fokus unseres Handels stellen. Darüber hinaus wäre es begrüßenswert, wenn wir noch mehr Mitstreiter finden, die Lust haben, die Geschicke der BFC zu begleiten – sei es als Fördermitglied, um Gutes zu tun und die Infrastruktur des eigenen Nachwuchses zu erhalten oder als aktives Mitglied, um Vorträge zu halten, Mitglied im Prüfungsausschuss zu werden, Aufträge für Projektarbeiten einzureichen und mehr. Es gibt viele Möglichkeiten, um an der BFC aktiv mitzuwirken. Sprechen Sie mich an!“

BFC: MEILENSTEINE 1963–2023

1963: Am 1. September startet in der Waldschule die „kaufmännische Weiterbildung“ mit 26 Studenten in zwei Klassen an der privaten Höheren Handelsschule Calw (Spöhrer-Schule).

1966: Ein eingetragener Verein übernimmt die Trägerschaft, den Automobilhändler Adelbert Moll 1980 in den ehrenamtlich geführten BFC-Förderverein überführt.

1982: Adelbert Moll erwirbt die gesamte Schulanlage in Calw.

1982: Inbetriebnahme einer neuen Schule nach 13 Monaten Bauzeit. Gesamtinvest:



Erstes eigenes Gebäude der BFC: Adelbert-Moll-Haus in Calw

1,5 Mio. DM. Seither firmiert die Einrichtung als Bundesfachschule für Betriebswirtschaft im Kfz-Gewerbe (BFC).

1989: Stark steigende Schülerzahlen veranlassen den Trägerverein, das Haus durch Aufstockung zu erweitern.

1990: Nach der Wiedervereinigung legt die BFC-Sonderlehrgänge für Kfz-Unternehmer aus den neuen Bundesländern in Berlin auf.

1991: Start der Kooperation mit der Northwood University (USA)

1994: Eröffnung des 2. Standorts in Northeim. Initiator: der Northeimer Mehrmarkenhändler, Kfz-Obermeister und MdL Wolfgang Hermann. Gesamtinvest: 2,2 Mio. DM. Studienbeginn mit 88 Studenten am 5. September.

1998/99: Letztmalige Ausbildung von Kfz-Betriebsassistenten

2005: BFC-Abschluss erhält durch Kammerprüfung öffentlich-rechtlichen Status

2009: Erweiterung der BFC in Northeim um 265 qm auf 1.100 qm Schulungsfläche sowie

Ausbau der Parkflächen. Invest: 705.000 €

2010: Die BFC wird nach DIN ISO 9001 für die Planung und Durchführung von Weiterbildungen im Kfz-Gewerbe zertifiziert.

2012: Zusammenlegung der Standorte ab Studienjahr 2012/2013 in Northeim

2014: Fernstudium der BFC geht an den Start

2020: Verschmelzung des BFC Fördervereins mit dem Schulverein der BFC

2023: 60-Jahr-Feier auf dem Studiencampus der BFC



BFC in Northeim

Foto: Helmut Peter, BFC

ZENTRALVERBAND DEUTSCHES KRAFTFAHRZEUGGEWERBE (ZDK)

Kaderschmiede der Branche

Dr. Kurt-Christian Scheel, Hauptgeschäftsführer Zentralverband Deutsches Kraftfahrzeuggewerbe (ZDK), zum 60-jährigen Bestehen der BFC und deren Bedeutung für die Automobilhandelsbranche.

Die BFC ist aus Sicht des ZDK eine zentrale Institution für das ganze Kfz-Gewerbe. Sie erlaubt es ausgebildeten Kfz-Kauffrauen und -männern sowie Kfz-Mechatronikerinnen und -mechatronikern, sich spezifisches betriebswirtschaftliches Know-how zur Führung eines eigenen Betriebes oder für eine leitende Position in einem Autohaus anzueignen. Damit ist die BFC zu einer Kaderschmiede für alle Automobilhandelsunternehmen in Deutschland geworden. Das spiegelt sich etwa in der Zahl an Absolventen wider. Über 8.000 junge Menschen

haben seit der BFC-Gründung 1963 das Studium durchlaufen. Und viele von ihnen fungieren heute an wichtigen Schaltstellen in unserem Gewerbe.

Treiber und USPs des Erfolgs

Diese Entwicklung verdankt die Fachschule engagierten Streitern, welche die BFC nach vorne gebracht und zu dem gemacht haben, was sie ist. Zu nennen ist hier Sylvia Gerl als langjährige Schulleiterin, die beharrlich den Boden in der Branche bestellt, die BFC bewirbt, die sich um junge Menschen bemüht und die sich um die Studierenden kümmert. Große Anerkennung gebührt auch Helmut Peter als aktuellem BFC-Vorstandsvorsitzenden. Er arbeitet unermüdlich daran, die wirtschaftlichen Grundlagen sicherzustellen, die Verbindung zur Praxis zu gewährleisten und die BFC modern aufzustellen für das 21. Jahrhundert.

Das Bildungsinstitut hebt sich folglich durch zwei wesentliche Leistungsmerkmale hervor. Zum einen ist es am Puls der Praxis. Mit seinen Dozenten und Inhalten

ist es sehr nah an den Betrieben und kann so eine betriebswirtschaftliche Ausbildung auf der Höhe der Zeit gewährleisten. Das betrifft die Inhalte und Formate, die sie anbietet, genauso wie die Akquise vielversprechender junger Leute. Zum anderen entstehen über die BFC Netzwerke, die häufig ein Berufsleben lang halten und einen Teil des Gewebes bilden, das unsere Branche zusammenhält und für Solidarität und Selbstbewusstsein sorgt, die das Kfz-Gewerbe in besonderer Weise auszeichnet.

Gefragte Recruitingquelle

Die BFC ist daher nicht nur eine ideale Fortbildungsstätte für alle, die im Kfz-Gewerbe Karriere machen wollen. Für Unternehmer ergeben sich auch exzellente Chance bei der Qualifizierung junger Leute – entweder durch die Fortbildung von Eigengewachsen oder die Gewinnung von neuen Mitarbeitern mit einem breiten und aktuellen betriebswirtschaftlichen Wissen, um diese mit weiterführenden Aufgaben zu betrauen. Das zeigt auch die Nachfrage nach den Absolventen. Viele Entscheider aus den Autohäusern nutzen die jährlich stattfindenden BFC-Karrieretage rege, um Fachkräfte für sich zu gewinnen.

Schlüsselrolle im Wandel

Wunsch des ZDK ist es daher, dass die BFC ihren eingeschlagenen Weg weitergeht und als betriebswirtschaftliche Ausbildungsinstitution ihre Schlüsselrolle nutzt, um die Transformationsprozesse in unserer Branche aktiv zu begleiten und diese wettbewerbsfähiger zu machen. Denn dort werden junge Menschen ausgebildet, die diese Transformation in den Betrieben voranbringen und auf diese Weise dazu beitragen, dass das Kfz-Gewerbe innovativ bleibt, die vielfältigen Bedürfnisse unserer Kundinnen und Kunden befriedigen kann und somit eine Zukunft hat.



Foto: ZDK

» Viele Entscheider aus Autohäusern suchen gezielt nach BFC-Absolventen. «

Dr. Scheel: „Eine große Zahl von BFC-Absolventen arbeitet heute an den Schaltstellen unseres Gewerbes.“

INTERVIEW

Fit für die Zukunft

BFC-Geschäftsführerin Sylvia Gerl über die Marschrichtung in der Fortbildung sowie die besonderen Mehrwerte der BFC für Absolventen und Autohäuser.

AH: Frau Gerl, die BFC feiert ihr 60-jähriges Bestehen. Aus Ihrer mehr als 26-jährigen Tätigkeit als leitende Führungskraft: Welchen Wandel antizipiert die BFC im Jubiläumsjahr mit der Kfz-Branche?

Gerl: An der BFC waren wir schon immer bemüht, Trends zu erkennen und sie in unser schulisches Tagesgeschäft einzubinden. Aufgrund der Nähe zur Branche und zu vielen Entscheidern können wir sofort reagieren und wesentliche Einflüsse des Marktes sowie geänderte Rahmenbedingungen in das praxisorientierte Curriculum überführen. Damit garantieren wir allen Absolventen stets die Aktualität ihres Wissens und liefern Impulse zum Sofort-Umsetzen. Das wird uns auch im Jubiläumsjahr und darüber hinaus gelingen.

AH: Welche Themen gewinnen im BFC-Studium an Einfluss?

Gerl: Große Themen sind derzeit Elektrifizierung, Digitalisierung und Daten. Infolgedessen gewinnen das digitale Know-how der Mitarbeiter und der Umgang mit Daten an Bedeutung. Hier hat die Branche großen Nachholbedarf. Die BFC hat sich schon früh auf den Weg gemacht dem gegenzusteuern. Der größte Teil unserer Studierenden sind „digital people“. Sie sind digital aufgewachsen und betrachten

digitale Tools als Selbstverständnis. Mit der Wandlung des Faches „EDV“ in das Handlungsfeld „Digital Business“ geben wir die Chance, neben klassischen Office-Anwendungen auch Wissen zu vermitteln, das zukünftig zur Klaviatur eines Autohauses gehören muss, wie Social Media-, Lead- oder Daten-Management.

AH: Über die BFC sind Präsenz- und Fernstudium möglich. Was macht den jeweiligen Weg für die Studenten attraktiv?

Gerl: Das Fernstudium bietet für Berufstätige ein perfektes Programm. Diejenigen, die betrieblich unabhkömmlich sind, erhalten im Zwei-Wochen-Takt Lernbriefe mit Einsendeaufgaben, die neben dem beruflichen Alltag abgearbeitet werden können. Vorteilhaft ist dabei, dass das Gelernte im Arbeitsalltag gleich zur Anwen-

dung gebracht werden kann und die Einsendeaufgaben es dem Fernstudenten ermöglichen, sich auszuprobieren und zu üben. Diese werden zudem korrigiert und kommentiert, so dass jeder ein regelmäßiges Feedback erhält. Nach sechs Monaten schließt eine drei- bis viertägige Präsenzphase an, die als Repetitorium genutzt wird und endet mit einer Modulprüfung. Die Modulprüfungszertifikate sind auch als Nachweis gegenüber dem Arbeitgeber nutzbar.

Denjenigen, die parallel nicht in ihrem Arbeitsalltag eingebunden sein wollen, empfehlen wir das Präsenzstudium. Die gewollte Distanz zum Betrieb lässt es zu, neben fachlichem Input auch das eigene Führungsverhalten auf den Prüfstand zu stellen. Das elfmonatige Vollzeit-Programm integriert deshalb zusätzlich Rhetorik- und Führungstrainings sowie außercurriculare Veranstaltungen. Somit entscheiden die Teilnehmer selbst, ob sie sich eine knappe einjährige Auszeit nehmen, um sich fachlich und verhaltensfokussiert weiterentwickeln zu wollen

oder ob man neben dem Beruf den Fokus auf den automobilen Wissenszuwachs setzt, um sich damit auf den nächsten Karriereschritt vorzubereiten.

AH: Welches besondere Rüstzeug bringen die Absolventen für den Einsatz in den Betrieben mit?

Gerl: Die BFCler sind trotz einer großen Schnittmenge grundverschieden und haben individuelles Expertenwissen im Gepäck. Das Kerncurriculum ist Basis für alle und erstreckt sich über klassische Disziplinen wie Betriebswirtschaft, Rechnungswesen, Controlling, Steuern, Arbeits- und Wirtschaftsrecht sowie Volkswirtschaftslehre, Personalführung, Digital Business und Marketing. Hinzu kommt das Handlungsfeld „Kfz-Unternehmensführung“, kurz: KUF. Hier kommen Praktiker zum Einsatz, die zu verschiedenen Branchenthemen wie GW-Management, Vertriebssteuerung, Werkstattorganisation, After-Sales-Geschäft und Kundenbindung Stellung nehmen. Die Studierenden

erhalten Praxiswissen aus erster Hand und können es mit den theoretischen Grundlagen verknüpfen.

Des Weiteren sind die Vertiefungsrichtungen hervorheben. Ab der dritten Woche

» Betriebe, die Absolventen der BFC einstellen, profitieren in zweifacher Richtung. «

Sylvia Gerl,
Direktorin der BFC

können die BFCler einen fachlichen Schwerpunkt wählen – sei es Sales Performance, um eine Vertriebskarriere anzustreben, oder After-Sales-Performance, um in der Praxis die Abteilungen Werkstatt, Teiledienst, Kundendienst oder Service zu managen. Für diejenigen, die gern im Hintergrund arbeiten, ist Back Office Performance angesagt, da sie zukünftig ihr Expertenwissen im verwaltenden Be-

reich zu Anwendung bringen möchten. Für diejenigen, die einen Betrieb oder die Nachfolge übernehmen oder eine Funktion in Richtung Filial-, Betriebs- oder Geschäftsleitung anstreben, empfehlen wir das „Studium Generale“. Denn für die Übernahme der Gesamtverantwortung ist eine generalistische Vorbereitung von zentraler Bedeutung.

AH: Welche Mehrwerte generieren die Entscheider in den Autohäusern, wenn sie Absolventen der BFC an Bord holen?

Gerl: Die Autohäuser partizipieren zweifach: Erstens finden sie immer die richtigen Mitarbeiter bei uns. Denn wir haben sowohl Studierende bei uns, die erst am Anfang ihres beruflichen Werdegangs stehen als auch Profis, die sich in der BFC-Zeit weiterentwickeln. Zweitens sind die Einarbeitungszeiten der BFCler extrem kurz, weil die BFC nur so viel Theorie wie nötig und so viel Praxis wie möglich vermittelt. Es ergeben sich daraus für die Betriebe unmittelbare „quick wins“. ■

Sylvia Gerl: „Das frühere Fach 'EDV' haben wir in das Handlungsfeld 'Digital Business' gewandelt.“



Foto: BFC

13/2023

GEMEINSAM ZUKUNFT SCHREIBEN

LOCO SOFT

Sicherheit und Innovation sind unser Antrieb. Eine fundierte Ausbildung an der BFC und das leistungsstarke Dealer Management System Loco-Soft sind die perfekte Basis für prozessoptimierte Autohäuser.

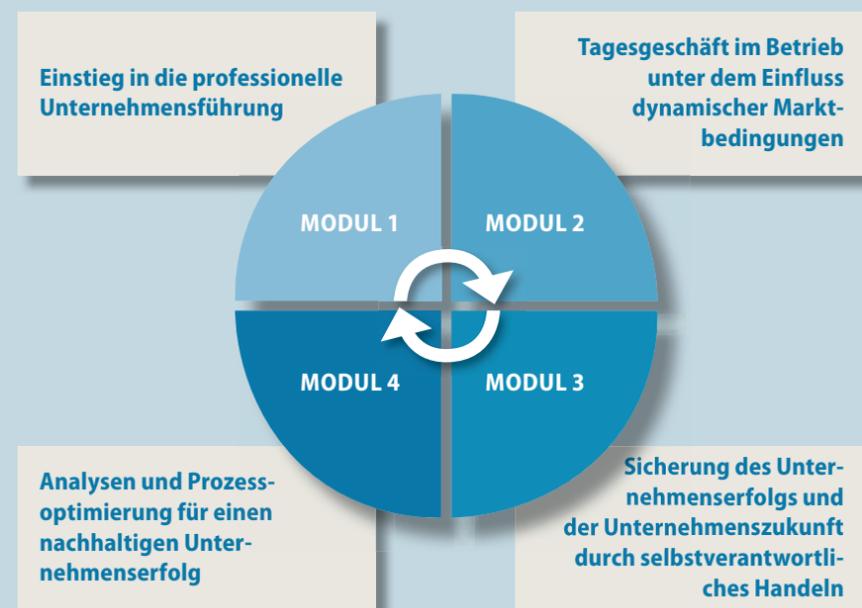
Über 3.200 Anwenderbetriebe vertrauen bereits auf Loco-Soft. Lernen auch Sie den Branchenführer als DMS-Lieferant oder Arbeitgeber kennen. Scannen Sie einfach den QR-Code oder rufen unsere freundliche Hotline an!



QUALIFIZIERUNGSWEG FÜR BERUFSTÄTIGE

Per Fernstudium zum Abschluss

Wenn der Prophet nicht zum Berg kommt, kommt der Berg eben zum Propheten. In diesem Sinn eröffnet die BFC mit dem Fernstudium insbesondere für Berufstätige die Möglichkeit, die Fortbildung zum zertifizierten Automobilökonom zu absolvieren. Das Angebot der BFC „to go“ ist stark nachgefragt.



Die Fernstudenten erarbeiten ihr Wissen in vier Modulen, die jeweils mit einer Prüfung abgeschlossen werden.

Immer mehr Automobilkaufleute und auch Kfz-Mechatronikerinnen und -mechatroniker entscheiden sich für ein Fernstudium an der BFC. Die Teilnehmer entwickeln sich berufsbezogen weiter, während sie beruflich weiter präsent sein können. Das Programm qualifiziert nicht nur für den Pkw-Handel, sondern auch für das Geschäft mit Nutzfahrzeugen, Zweirädern, Wohn- und Freizeitmobilen oder auch für den Landmaschinenhandel.

„Zertifizierter Automobilökonom“

Die Inhalte des Fernstudiums zum zertifizierten Automobilökonom sind redaktionell so aufbereitet, dass Berufstätige es

parallel zum Job absolvieren können. Dazu liefert die BFC die einzelnen Lernbriefe alle zweieinhalb Wochen direkt auf den Schreibtisch. Anhand von Einsendeaufgaben können die Fernstudenten ihren Wissenszuwachs testen und erhalten ein Feedback des jeweiligen BFC-Dozenten. Pro Aufgabe braucht es ein Zeitpensum von acht bis zehn Stunden, um einen garantierten Erfolg zu erzielen.

Das Lernen erfolgt komplett eigenverantwortlich, wobei ein individueller Plan das Programm strukturiert. Flankiert wird das Distance Learning zwei Mal im Jahr von einer Präsenzphase, die je nach Modul drei bis fünf Tage beträgt. In dieser Zeit

wird Fachliches vertieft, reflektiert und in Anwendung gebracht. Abschließend finden ein Repetitorium mit intensiven Übungsaufgaben und die jeweilige Modulprüfung statt. Die komplette modulare Weiterbildungszeit dauert 24 Monate und ist in vier Semester aufgeteilt. Das erste dreht sich um den Einstieg in die Unternehmensführung. Das zweite professionalisiert das Gelernte für den Einsatz im Tagesgeschäft eines Autohauses. Das Dritte richtet den Fokus auf die Analyse von Prozessen für einen nachhaltigen Unternehmenserfolg. Und das vierte widmet sich der Sicherung des Erfolgs durch selbstverantwortliches Handeln.

MODUL 1 Einstieg in die professionelle Unternehmensführung

Betriebswirtschaftslehre
Analyse unternehmerischer Ausrichtungen unter Berücksichtigung betrieblicher Ziele im Kfz-Markt.

Rechnungswesen und Controlling
Gegenstand der Buchführung im betrieblichen Umfeld.

Arbeitsrecht
Arbeitsvertragsrechtliche Inhalte und Konsequenzen aus Sicht der Führungskraft.

Wirtschaftsrecht
Vertragsabschluss, Widerrufsbelehrung und Eigentumsübergang im Bereich Verkauf, Leasing und Aftersales.

Steuerlehre
Einordnung, Bedeutung und Beurteilung der Steuern im Unternehmen.

Marketing
Überblick über die Marketing-Instrumentarien und Unternehmensgrundsätze unter Berücksichtigung der Marktforschung sowie der Marktanalyse.

Personalführung
Bedeutung der Personalarbeit sowie Personalplanung und -beschaffung.

EDV
Präsentationssicheres Handeln unter Inanspruchnahme der Hard- und Software.

Volkswirtschaftslehre
Struktur der Wirtschaft unter Berücksichtigung des Preises und konjunktureller Einflüsse im In- und Ausland.

MODUL 2 Betriebliche Handlungsoptionen mit Rücksicht auf rechtliche und lokale Rahmenbedingungen

Rechnungswesen und Controlling
Analyse der betriebswirtschaftlichen Auswertung und des Jahresabschlusses

Arbeitsrecht
Rechte und Pflichten aus dem Arbeitsverhältnis im beruflichen Alltag

Wirtschaftsrecht
Von der Forderungssicherung über Verzug, Verjährung bis zum Insolvenzrecht

Steuerlehre
Einfuhr, Ausfuhr, Steuersätze und Bemessungsgrundlagen

Marketing
Werbekonzeption unter Berücksichtigung der Corporate Identity eines Betriebs

Personalführung
Möglichkeiten und Strategien einer professionellen Personalbeschaffung und -auswahl bis zum Onboarding

EDV
Einrichtung von Unternehmensnetzwerken, Internetanwendungen und professionelle Anwendung von textverarbeitender Software

Volkswirtschaftslehre
Europäische Union, Außenhandel und Globalisierung

MODUL 3 Sicherung des Unternehmenserfolgs und der -zukunft durch selbstverantwortliches Handeln

Betriebswirtschaftslehre
Betriebswirtschaftliche Standortbetrachtung mit Kalkulation und Analyse
Krisenmanagement im Unternehmen

Rechnungswesen und Controlling
Kosten- und Leistungsrechnung und Stundenverrechnungskalkulation

Arbeitsrecht
Innerbetrieblicher Schadensausgleich und Beendigung von Arbeitsverhältnissen

Wirtschaftsrecht
Garantie und Gewährleistung (Regress) in Werkstatt und Vertrieb

Steuerlehre
Umsätze im Kfz-Gewerbe

Marketing
Praxisbeispiele zu Printwerbung und Direktmarketing

Personalführung
Arbeitsplatzgestaltung sowie Personalentwicklung und Führungsstile

EDV
Sicherstellung der Rechner- und Datensicherheit, Anwendung von Software-Lösungen zur Tabellenkalkulation

Volkswirtschaftslehre
Wirtschaftspolitik als Steuerungsinstrument wirtschaftlichen Handelns

MODUL 4 Analysen und Prozessoptimierung für einen nachhaltigen Unternehmenserfolg

Betriebswirtschaftslehre
Individuelle Betriebsfinanzierung mit Fehleranalyse und Neuausrichtung, professionelle Lagerwirtschaft

Rechnungswesen und Controlling
Vermögensmanagement und Liquiditätssicherung unter Berücksichtigung der Betriebs- und Bereichsergebnisse

Arbeitsrecht
Unternehmensentscheidungen unter Berücksichtigung von Betriebsrat, Arbeitsplatzsicherheit und arbeitsgerichtlichen Verfahren

Wirtschaftsrecht
Handels- und Gesellschaftsrecht, Handeln unter wettbewerbsrechtlichen Gesichtspunkten

Steuerlehre und Controlling
Reporting und Monitoring bis zum betrieblichen Berichtswesen

Relevanz der Kundenzufriedenheit für den Unternehmenserfolg

Marketing
Online- und Offline-Marketing bis zum CRM

Personalführung
Personalführung, -beurteilung und -vergütung im betrieblichen Alltag

EDV
Monetäre Transaktionen
Tabellenkalkulationen als Entscheidungstools

Volkswirtschaftslehre
Der Euro im Spannungsverhältnis von Politik und Wirtschaft

Passenden Einstieg ins Fernstudium finden

Rund 150 Studenten absolvieren derzeit an der BFC ihr Fernstudium zum zertifizierten Automobilökonom. Das Platzkontingent kommt damit an sein Limit. BFC-Geschäftsführerin Sylvia Gerl begründet: „Wir wollen die Qualität des Programms nicht gefährden, vor allem mit Blick auf die individuelle Betreuung. Wir möchten trotz der Distanz professionell mit unseren Fernstudenten verbunden bleiben, was unmittelbares Feedback auf die eingereichten Unterlagen mit Hinweisen zur persönlichen Weiterentwicklung und Ratsschläge einschließt.“ Mit vier Einstiegster-

minen sorgt die BFC auch für maximale Flexibilität (siehe unten!).

Das Fernstudium hat sich mittlerweile als beliebtes Modell zur Mitarbeiterbindung etabliert. Denn mehr Wissen bedeutet in der Folge mehr Ertragschancen im Be-

trieb. Sollte ein Teilnehmer nach dem Fernstudium an einer weiteren Qualifikation interessiert sein, kann er in rund sechs Monaten über ein Upgrade zusätzlich den „Betriebswirt im Kfz-Gewerbe“ erwerben. ■

FERNSTUDIUM AN DER BFC: START RICHTIG PLANEN!

Das Interesse am BFC-Fernstudium ist groß. Deshalb sollten Interessierte ihre Karriere und damit auch ihre Bewerbung um einen Fernstudienplatz an der BFC vorausschauend planen. Wartezeiten von aktuell sechs bis neun Monaten sind in Betracht zu ziehen. Die Bundesfachschule bietet den Berufstätigen und Betrieben daher auch vier Termine für den Einstieg:

- Wintertermin: Mitte Februar
- Frühjahrstermin: Mitte Mai
- Sommertermin: Mitte August
- Herbsttermin: Mitte November



KARRIERETAGE

Kluge Köpfe finden und binden

Nie waren sie so wertvoll wie heute: fachkundige und ambitionierte Mitarbeiter. Die BFC bringt daher ihre Studierenden und Unternehmen einmal im Jahr bei den Career Days zusammen – zum Nutzen aller Teilnehmer.

Die Karrieretage an der BFC in Northeim sind nicht nur in den Kalendern vieler Autohäuser und Händlergruppen, sondern auch bei vielen Herstellern/Importeuren und Branchendienstleistern fest gebucht. Ende Januar sind sie wieder zum dreitägigen Event am Northeimer Campus gekommen, wo sich alles um unternehmerische Innenansichten, Networking, vakante Stellen, die eigene Bewerbung, Hintergrundinfos und Benchmarking gedreht hat. Ziel der BFC ist es, Unternehmen mit den Nachwuchstalenten der Fachschule zusammenzubringen. Der Einladung folgten daher auch alle BFCler – von denjenigen, die sich beruflich orientieren wollen bis hin zu den Absolventen, die einen elterlichen Betrieb im Rücken haben und für die Zukunft noch Mitarbeiter benötigen. „Daneben schauen die BFCler, die an einen Arbeitgeber gebunden sind, ob sie die richtige Entscheidung getroffen haben“, sagt Geschäftsführerin Sylvia Gerl mit einem Augenzwinkern.

Besondere Skills gefragt

Die Absolventen punkten bei den Unternehmen. Gerl begründet: „Sie haben nicht nur eine Ausbildung in der Automobilbranche abgeschlossen, sondern auch Erfahrung in ihrem Beruf gesammelt und gelten mit ihren technischen oder kauf-

männischen Wurzeln sowie der fachlichen Expertise in der gewählten Vertiefungsrichtung Sales, Aftersales, Backoffice oder Studium Generale als wertvolle Nachwuchskräfte.“ Als herausragenden Vorzug sieht die Schulleiterin vor allem die Heterogenität. Aufgrund des bundesweiten Einzugsgebietes sei die Wahrscheinlichkeit sehr groß, dass Unternehmen über die BFC-Plattform jemanden finden, der zum eigenen Unternehmen passe und auch „Lokal-kolorit“ mitbringe. „Was die BFCler vereint, ist ein ausgeprägtes Branchenwissen.

Wir sind an der BFC darauf programmiert, nur so viel Theorie wie nötig zu vermitteln. Somit haben die Absolventen sehr kurze Einarbeitungszeiten“, so Gerl. Die nächsten Karrieretage finden in der letzten Januarwoche im kommenden Jahr statt. Und das Interesse ist groß. „Wir sind weit im Voraus ausgebucht“, sagt Gerl. Sie bewertet das als Lohn der Arbeit für die Entwicklung von Absolventen. Ihr Resümee: „Mit dieser Veranstaltung tun wir viel Gutes. Wir unterstützen unsere Studierenden und wir helfen der Branche, etwas gegen den Fachkräftemangel zu tun.“ ■

STATEMENT AUS DER BRANCHE



Christian Rönsch, Geschäftsführer des Autohauses May & Olde mit sieben Standorten in Schleswig-Holstein, nutzt seit gut zehn Jahren die Karrieretage, um Mitarbeiter zu gewinnen. Über 20 BFCler sind so Teil des Teams der rund 230 Mitarbeiter in der Gruppe geworden und machen Karriere.

„Bei uns ergeben sich immer wieder Chancen für Mitarbeiter, die Lust haben auf Auto, auf Leistung und auf Lernen. Zudem legen wir viel Wert auf Nachwuchsarbeit, weshalb wir jungen Menschen auch Führungspositionen zutrauen. Dafür suchen wir nach geeigneten Kandidaten. Diese finden wir an der BFC. Denn dort studieren Menschen, die zur kaufmännischen oder technischen Ausbildung noch den Betriebswirt (BFC) als Grundstein legen und praktisch arbeiten wollen. Die Karrieretage sind für uns das ideale Forum, um mit ihnen in Kontakt zu kommen und sie für Funktionen und Führungsaufgaben in unseren Betrieben zu begeistern. Viele haben sich bei uns bewährt und sich zur Assistenz der Geschäftsleitung, zum Verkaufs-, Personal- oder Werkstattleiter oder für die Buchhaltung weiterentwickelt. Bei den nächsten BFC Karrieretagen werden wir daher wieder vor Ort sein.“

Fotos: Hannes Bracht, Max Jähst

EINSTIEG ZUM AUFSTIEG!

DU AGIERST SCHNELL, SCHLAU UND DIGITAL?

UNSER TRAINEE-PROGRAMM:

- Nach dem Studium direkt durchstarten: 24 Monate Berufserfahrung bei Bank11 sammeln.
- Spurwechsel zwischen Risikomanagement, Risikocontrolling, Finanzen, Meldewesen, aber auch Vertrieb, Marketing, Datenmanagement, um die eigene Ideallinie kennenzulernen.
- Möglichkeit einer Übernahme in eine Festanstellung während oder nach dem Traineeprogramm.



STARTE JETZT DEIN TRAINEE-PROGRAMM!

BANK 11



LEHRINHALTE

Automobile Kompetenz – die vermittelten Fähigkeiten

Branchen-, praxis- und berufsbezogen: Das ist die Lehre an der BFC. Die Inhalte erstellt sie dazu über eine eigene Skriptmanufaktur. Denn alle Studierenden bringen schon die spezielle Auto(haus)-DNA mit, da eine abgeschlossene Ausbildung als Automobilkaufmann/-frau oder Kfz-Mechatroniker/in die Voraussetzung für den Eintritt ist.

Anders als an anderen Hochschulen verfügen bereits alle Studierenden der BFC über Branchenerfahrung. Sie haben eine Ausbildung als Automobilkaufmann/-frau oder Kfz-Mechatroniker/in absolviert und teilweise schon in der Branche gearbeitet. „Die Teilnehmer haben daher eine Weiterentwicklung im operativen Bereich im Sinn und möchten sich praxisorientiert und berufsbezogen neue Perspektiven eröffnen“, sagt Geschäftsführerin Sylvia Gerl. „Aufgrund der vorhandenen Kenntnisse müssen wir dafür nicht bei „Adam und Eva“ anfangen, sondern können da anfangen, wo die Berufsschule aufgehört hat.“ Das schafft wiederum einen höheren Durchsatz und eine Arbeitsgeschwindigkeit, die ein maximales Lernpensum in elf Monaten an zehn

Stunden täglich ermöglicht. Der gesamte Studienplan konzentriert sich folglich auf die Auto-Welt, wobei die Branche des Kfz-Gewerbes im Fokus steht. Zugleich richten sich alle Inhalte auf das Tagesgeschäft aus und helfen, professionellere (automobil-)wirtschaftliche Entscheidungen zu treffen. Die Studierenden werden somit kompetenzorientiert qualifiziert. Das bedeutet, es wird nicht nur das automobiler Wissen vermittelt, sondern sie können es auch anwenden. Dadurch können sich an der BFC automobiler praxisnahe Problemlöser und Experten weiterentwickeln, die auch die Sprache des Handels sprechen. Hierfür absolviert jeder die Standarddisziplinen, die unter dem Begriff „Auto“ subsumiert sind. Darüber hinaus bestimmt das Curriculum, dass

eine Vertiefungsrichtung auszusuchen ist, um sich neben dem Pflichtprogramm mit der Kür, der eigenen spezifischen Neigung, zu beschäftigen. Strebt ein BFCler eine Karriere im Vertrieb an, schlägt er den Weg „Sales Performance“ ein. Für eine Karriere mit Bezug zur Technik, der Werkstatt, dem Service, Kunden- oder Teiledienst gibt es den Schwerpunkt „After Sales Performance“. Für das Management im Hintergrund wird die Fachrichtung „Backoffice Performance“ gewählt, und auf die Gesamtverantwortung als Betriebs- oder Filialeiter, Geschäftsführer oder Nachfolger bereiten sich die künftigen Entscheider mit dem „Studium generale“ vor. Jeder feilt an seinem spezifischen Profil immer am Mittwoch- und Donnerstagstagnachmittag. ■

Foto: Erwin Fleischmann

DAS KOMPETENZ-PROFIL EINES BFC-ABSOLVENTEN – EIN AUSZUG

- Unternehmerische Zielgrößen festlegen
- Professionelles Online-Marketing betreiben (mit Google Zertifikat)
- IT-Security des Betriebs bewerten
- Mitarbeiter zeitgemäß führen, integrieren, entwickeln, beschaffen oder personelle Veränderungen professionell managen – vom Onboarding bis zum Outplacement
- Mit den digitalen Touchpoints umgehen
- Mit Betriebsvereinbarungen und dem Betriebsrat umgehen
- Das Arbeitsrecht so anwenden, dass es einen professionellen Umgang zwischen Arbeitnehmer und Arbeitgeber möglich macht
- Die beste Besetzung von Mitarbeitern bestimmen oder Arbeitsverhältnisse (arbeitsrechtlich) richtig beenden
- Volkswirtschaftliche Einflüsse bewerten und in betrieblichen Entscheidungen berücksichtigen
- Umsatzsteuerfallen erkennen und umgehen, umsatzsteuerliche Sonderregelungen im Kfz-Gewerbe
- Die Social-Media-Kanäle bespielen
- Mit allen Google-Tools arbeiten
- Job-Matching betreiben
- Die Bedeutung von Online-Bewertungen einschätzen
- Das Lead-Management professionalisieren und Online-Leads generieren
- Werbestrategische Entscheidungen treffen und aktuelle Marketingmaßnahmen umsetzen (online/offline) sowie virales Marketing
- Autohaus-Apps produzieren, bewerten und den Umgang damit pflegen
- Künftige unternehmerische Ziele festlegen und über eine Planungsrechnung einen betrieblichen Forecast geben
- Professionell mit arbeitsvertraglichen Regelungen umgehen und verschiedene Arbeitszeitmodelle einsetzen
- Kennzahlen definieren, berechnen und damit arbeiten (Balanced Score Card)
- Ein betriebliches Controlling-System aufstellen und mit einem funktionierenden Berichtswesen arbeiten
- Webseitenanalyse betreiben
- Eine betriebliche Schwachstellenanalyse durchführen (kennzahlenbasiert)
- Stundenverrechnungssatz-Kalkulationen vornehmen
- Bilanzen lesen und Handlungsstrategien daraus ableiten
- Gründe für die Veränderung der betrieblichen Ergebnisse finden
- Entlohnungsmodelle verstehen und gestalten
- Mitarbeiterstärken/-schwächen erkennen und eine entsprechende Einsatzplanung vornehmen
- Vertriebsstrategien mit realistischen Jahreszielen festlegen
- Steueroptimierte Entscheidungen im Unternehmen treffen
- Besonderheiten der Besteuerung der Umsätze anwenden
- Verschiedene Führungsstile und Führungsmittel zur Anwendung bringen
- Die Kundenbegegnungs-Qualität verbessern (Führungs- und Verhaltenstraining)
- Professionell kommunizieren (Rhetorik-Training)
- Die eigene Wettbewerbsposition einschätzen und den eigenen Wettbewerbsstil festlegen
- Rebranding betreiben
- Online-Marketing-Strategien festlegen
- Wettbewerbsrechtliche Fehler vermeiden
- Professionell mit dem Fernabsatzgesetz umgehen
- Den Preiswettbewerb beurteilen und Nachlassrisiken bestimmen
- Verschiedene Vertriebssysteme voneinander unterscheiden und für sich bewerten können
- Das Großabnehmergeschäft analysieren
- Den Direktvertrieb (online/offline) einschätzen
- Anforderungsprofile von Herstellern/Importeuren prüfen
- Das internationale Fahrzeuggeschäft (vertriebslich und steuerlich) einschätzen
- Einen Händler-/Servicevertrag auf Unterschriftsreife prüfen
- Vergütungssystem und dessen Ertragskonsequenzen analysieren
- Die GVO verstehen
- Einen Ausgleichsanspruch berechnen
- Den Marken-Monitor zur Strategiebestimmung beurteilen
- Eine neue Position nach einer (Marken-) Kündigung festlegen
- Die Chancen und Risiken einer geschäftlichen Neuausrichtung bestimmen
- Das Insolvenzrecht verstehen
- Einen Markenwechsel betriebswirtschaftlich bewerten
- Das GW-Geschäft professionalisieren
- Eine reine Serviceorientierung betriebswirtschaftlich beurteilen
- Die Aufgabe/Aufnahme eines Standorts berechnen
- Franchise als Alternative zum „normalen“ Geschäft bewerten
- Eine Standortkalkulation vornehmen
- Unternehmerische Risiken bewerten sowie die Gründe für eine Krise ermitteln
- Mit Bürgschaften und Verjährung umgehen
- Eine potenzielle Krise als Wachstumsstrategie (Übernahmestrategie) nutzen
- Kostensenkungspotenziale ausloten
- Harmonische Teams zusammenstellen
- Benchmarking betreiben
- Kooperationsmöglichkeiten eruieren
- Das Händlergruppenwachstum für sich nutzen
- Die betriebliche Finanzierung optimal aufstellen
- Verschuldungsobergrenzen bestimmen
- Handlungsoptionen bei Betriebsfinanzierungen erkennen
- Kapitalbedarfsplanungen vornehmen
- Mit Kennzahlen die Wirtschaftlichkeit des Teiledienstes bestimmen
- Eine professionelle Teile- und Zubehörpräsentation und -vermarktung (online und offline) umsetzen
- Customer Centricity und Aufbau einer Digitalstrategie

DOZENTENPROFILE

In der Branche fest verankert

Von den sechs festen Lehrkräften bis zu den gut 50 Gastdozenten: Sie verknüpfen mit ihrer Autohaus-DNA theoretische Inhalte mit praktischer Anwendbarkeit und gestalten das Lernen betont interaktiv.



DIE DOZENTEN DER BFC

Die Dozenten an der BFC verfügen alle über Praxiserfahrung in der Automobilbranche, die sie mit viel Engagement vermitteln: **1** Dipl.-Handelslehrerin und Geschäftsführerin Sylvia Gerl (BWL) **2** Dipl.-Kfm. (FH) Carsten Sindram (BWL, VWL, Marketing) **3** Diplom-Ökonom Dirk H. Verlande (Personalführung) **4** Master of Science Marko Gades (Rechnungswesen) **5** Dipl.-Kfm. Söhnke Wellnitz (Steuerlehre, BWL und Controlling) **6** Jur. Assessorin Daniela Zander-Dümmert (Arbeits- und Wirtschaftsrecht).



Sechs Dozenten, die den täglichen Unterricht im Präsenz- und Fernstudium übernehmen, bilden das Kernteam der BFC. Sie haben nicht nur eine abgeschlossene akademische Ausbildung, sondern auch nachweislich fundierte Autohaus-Erfahrung und bringen umfangreiche branchenrelevante Qualifikationen mit. „Nur so funktioniert die Vermittlung von praxisorientiertem Wissen“, sagt Geschäftsführerin Sylvia Gerl.

Folglich sind die Dozenten in der Lehre auch darauf fokussiert, den theoretischen Teil auf eine notwendige Basis zu stellen und dann die vielfältigen praktischen Anwendungen aufzuzeigen. Das bedeutet, Übungen, Fallstudien und Praxisbeispiele helfen den Studierenden, das Wissen zu erfassen und zu verinnerlichen. Nach einer theoretischen Input-Phase wird außerdem gleich die praktische Anwendbarkeit trainiert. Deshalb erfolgt das Lernen nicht

frontal, sondern interaktiv und selbstgesteuert. Jeder wird befähigt, das Erlernete selbst zu erproben. In den Vorlesungen werden ferner Gespräche geführt, welche die Teilnehmer und den Markt bewegen. „Abgerundet wird das Wissen durch Vorträge und Workshops unserer Praktiker“, so Gerl. Gut 50 Gastdozenten unterstützen das Kernteam und widmen sich ausgewählten Spezialthemen. Es handelt sich um Geschäftsführer einschlägiger Autohäuser, Führungskräfte von Herstellern, Importeuren und Dienstleistern sowie Verbandsvertreter, die zu Wort kommen. Durch diese Experten erhalten die Studierenden Informationen aus erster Hand und praktisches Spezialwissen. Weitere Ziele der Lehrtätigkeit sind, juristische Fallstricke im Alltag zu vermeiden, Ertrags- und Marktpotenziale darzulegen, die Erträge zu maximieren sowie die Begegnungsqualität zwischen Mitarbeitern und Kunden zu optimieren. Dabei ermöglicht vor allem die begrenzte Teilnehmerzahl pro Studienklasse im Präsenz- sowie im Fernstudium eine individuelle Arbeit in Kleingruppen. Resultat: Jeder generiert besondere und auf den Einzelnen abgestimmte Lernerfolge. Auch im Fernstudium werden die redaktionellen Inhalte so aufbereitet, dass jede neue Information sofort im Berufsalltag umgesetzt werden kann. In den Präsenzphasen erfolgt dann ein weiterführender Dialog mit den festen Dozenten, die mit den Studierenden ganz unterschiedliche Fragestellungen bearbeiten. Schließlich sind diese in der Regel bereits Automobilkaufleute, Kfz-Mechatroniker und -Meister mit umfangreicher Erfahrung aus der Praxis. Das führt wiederum zu tiefgehenden, spannenden und facettenreichen Fachdialogen. Sylvia Gerl resümiert: „Aus dem gesamten Lehrkonzept der BFC ergeben sich für Absolventen und Arbeitgeber zwei Vorteile: Die Einarbeitungszeiten sind kurz und die Wertschöpfung durch „Quick Wins“ ist hoch.“

Sylvia Gerl ■

Fotos: BFC

QUARTZ

50% recycled plastic
100% recyclable*



Quarz Xtra, (r)evolutionär bis hin zur Verpackung

Quarz Xtra, die (r)evolutionäre Produktreihe

TotalEnergies entwickelte eine revolutionäre Schmierstoff-Reihe, die ein hohes Einsparungspotential beim Kraftstoffverbrauch ermöglicht und die strengen Anforderungen an ein Motoröl erfüllt. Die Quartz Xtra-Reihe ist für die neueste Generation von Motoren konzipiert (z. B. Hybrid, Downsizing) und bietet Xtra kraftstoffsparende Eigenschaften.* Zusätzlich gibt es für die in Europa hergestellten Produkte Quartz Ineo Xtra und Quartz 9000 Xtra innovative Verpackungen, die zu 50% aus recyceltem Kunststoff bestehen und zu 100% wiederverwertbar sind.

totalenergies.de



BFC – DIE TALENTSCHMIEDE DER AUTOMOBILBRANCHE.

Auch wir haben Benzin im Blut und Autos im Kopf – das verbindet uns! Gemeinsam machen wir uns stark für junge Talente im Autosektor.



www.realgarant.com

BFC-BRANCHEVENT

Treffen der Entscheider

Mehr als 100 Manager, Unternehmer und Förderer der BFC aus dem Kfz-Gewerbe, der Dienstleistungsanbieter, Hersteller sowie Banken kamen zum 7. BFC-Branchenevent im Juni vergangenen Jahres nach Northeim, um sich auszutauschen und das Engagement auszubauen. Die Zusammenkunft am Vorabend der Verabschiedung des 59. Stu-

dienjahrgangs gehört damit inzwischen zur jährlichen Tradition. Gemäß dem Motto des Bildungsinstituts „Be fit for Car Business“ wurden die Herausforderungen im Automobilhandel wie der Fachkräftemangel, die Bedeutung der Weiterbildung als Garant für Innovationen sowie die Steigerung der Attraktivität als Arbeitgeber diskutiert. Bis spät in den Abend wurden

die verschiedenen Themen auch in kleinen Runden und Vier-Augen-Gesprächen vertieft. Im Jubiläumsjahr 2023 laden BFC-Vorstandsvorsitzender Helmut Peter und BFC-Geschäftsführerin Sylvia Gerl zum 8. Branchenevent vor der Entlassung des 60. Studienjahrgangs ein. Tag der Veranstaltung, an dem die Entscheider wieder zusammenkommen: 29. Juni 2023. ■



Max Wolf, Chief Operating Office von Dx.one (v.l.), Ralf Breisch und Udo Litz (beide TÜV Süd) und BFC-Geschäftsführerin Sylvia Gerl.



Ralf Koke (v.l.), Geschäftsführer von Loco-Soft, mit Johannes Höfflin und Daniel König von Real Garant.



Holger Schade (links) vom Autohaus Schade und Philipp Kroschke.



BFC-Vorstandsvorsitzender Helmut Peter und BFC-Geschäftsführerin Sylvia Gerl begrüßen im Juni 2022 rund 100 Gäste aus der Automobilbranche zur siebten Auflage des BFC-Branchenevents.



Autohaus-Chefredakteur Ralph M. Meunzel, Andreas Marx, Leiter der Niederlassungssparte Stellantis & You und BFC-Vorstandsvorsitzender Helmut Peter.



Steffen Müller (v.l.), Head of Key Account Management bei Meneks, Peter Klingenstein, Chef des Systemdienstleisters Auto Pflege Zentrum (APZ), und Andreas Peter von der Autohaus Peter Gruppe.



Maik Kynast und Lucas Vulmahn von Santander Deutschland.



Reiner Jaspers vom TÜV NORD (links) und Anna-Lena Betzemeier von Betzemeier Software und Michael Zimbal, Geschäftsführer Hermann GmbH.



Achim Kreyenpoth (v.l.), BDK-Vertriebsleiter Region Südwest, BDK-Chef Martin Guse, Ruben Schäfer, Geschäftsführer der Kfz-Innung Mittelbaden, und Benjamin Jakob, Autohaus Jakob und US-Car-Händler.

HISTORIE

Aus Tradition wandlungsfähig

Entscheidende Stationen der Nachwuchsinstitution zeigen: Seit jeher ziehen Förderer, Freunde, Lehrkräfte und Dozenten der BFC mit viel Engagement im Sinne der Studierenden sowie des Branchenauftrags an einem Strang.



Eine berufliche Erwachsenen-Weiterbildung im Anschluss an die kaufmännische Berufsschulbildung im Kfz-Gewerbe: Den Bedarf an eine solche Möglichkeit hat der Düsseldorfer VW-Großhändler Adelbert Moll, der auch Landesverbandspräsident in Nordrhein-Westfalen war, bereits 1962 erkannt. Mit dem zu dieser Zeit amtierenden ZDK-Präsidenten Paul Spahr aus Stuttgart hat er dies in Form der „Fachschule für Kfz-Handel und -Handwerk“ realisiert – angegliedert an die Spöhrer Schule, eine höhere Handelsschule, in Calw als Sonderklasse. Start für den 1. BFC-Jahrgang: 1.9.1963. Von da an war der nächste Schritt zur eigenständigen BFC nicht weit. Dazu trieb Gründervater Moll ab 1975 über den inzwischen gegründeten Schul-/Träger- und späteren Förderverein das Vorhaben voran, die gesamte Schulanlage zu erwerben. Nachdem das Ziel 1982 erreicht war, wurde das Gebäude saniert und ein ergänzender Neubau errichtet. Dieser wurde am 22.10.1982 feierlich eingeweiht.

Fotos: BFC

Erfolgsstory fortgeschrieben

Im selben Jahr übergab er den Stab als Vorstand an das Duo Martin Sauer, Opel-Händler in Reutlingen, sowie Siegfried Russ, Mercedes-Benz-Vertreter in Kirchheim. Sie setzten mit dem damaligen BFC-Schulleiter Klaus Umbreit und den Dozenten die Arbeit an der Erfolgsstory fort. Mit dem Mauerfall 1989 keimte die Idee, einen zweiten Standort zu implementieren. Das fand auf Initiative inklusive Konzept und Grundstück von Wolfgang Hermann, seines Zeichens Renault- und Mehrmarken-Händler, Kfz-Innungsobermeister und Vorstandsmitglied im Landesverband Niedersachsen, im niedersächsischen Northeim statt. Dort öffnete 1994 der zweite Standort seine Türen. Im gleichen Zeitraum wurden nationale und internationale Kooperationen geschlossen. Bedeutsam ist etwa die 1991 zustande gekommene Verbindung mit der „Northwood University“ mit Sitz in Midland (Michigan) und Standorten in Palm Beach (Florida) und Terra Hill (Texas), die

einen Studienzweig „Automotive Marketing“ führt. Bisher haben über 400 BFCler die Chance genutzt, nach einem Jahr Studienzeit den „Bachelor of Business Administration“ (BBA) zu erwerben. Darüber hinaus entstanden Kooperationen mit Hochschulen wie der HfWU Geislingen, FHDW Bergisch Gladbach und der StudAFUM in Monheim. Seit 2014 bietet die BFC ferner ein 24-monatiges Fernstudium zum Automobil-Ökonom.

Neuausrichtung der BFC

Seit 2012 ist die Wissensvermittlung nach Aufgabe des Calwer Standorts in Northeim zentriert. Die Neuausrichtung nahm 2014 Helmut Peter, Mercedes-Benz-Vertreter und Mehrmarkenhändler, als Vorstandsvorsitzender in die Hand. Er gestaltet seither mit Geschäftsführerin Sylvia Gerl die Geschicke. Dabei ist es Peter in seinem fast zehnjährigen ehrenamtlichen Engagement gelungen, für ein solides finanzielles Fundament zu sorgen, auf das die BFC weiter bauen kann.

Prof. Hannes Brachatz



1 Keimzelle der BFC: die Spöhrer Schule in Calw. Hier startete 1963 der erste Jahrgang. 2 VW-Händler Adelbert Moll: Der BFC-Gründungsvater arbeitete zeit seines Lebens mit an der Erfolgsgeschichte. 3 Schließen 1991 eine Kooperation: BFC-Schulleiter Klaus P. Umbreit (r.), die BFC-Vorstandsvorsitzenden Martin Sauer (2.v.r.) und Siegfried Russ (l.) mit Prof. Dr. David Fry, Präsident der Northwood University. 4 Nach Kernsanieierung des Wohnheims 2005: Schlüsselübergabe an BFC-Vorstand Martin Sauer durch Rolf Müller, Chef der Delta Bauplanung.

Fotos: BFC

PROJEKTARBEITEN

Schlussstein

Was dem Bachelor die Bachelor-Arbeit, ist dem BFC-Studierenden seine Thesis, auch Projektarbeit genannt. Über 30 werden jedes Jahr erstellt, in denen die Absolventen Probleme aus der Praxis lösen.



In ihrer Abschlussarbeit lösen BFCler ein reales Problem aus der Praxis. Die ideale Chance für Unternehmen, als Auftraggeber kostenfrei Analyse und Ausarbeitung einer Problemstellung im eigenen Betrieb zu erhalten.

Die Projektarbeit ist ein wesentlicher Bestandteil im Rahmen des Präsenzstudiums. Diese Vier-Monats-Arbeit wird von bis zu drei Studierenden parallel zum täglichen Unterricht verfasst. Darin setzen sie sich mit einem Thema aus der Praxis auseinander. Es steht dabei nicht die wissenschaftliche Methodik vorne an, sondern die systematische Problemlösung von betrieblichen Themen. Diese werden an der BFC eingereicht und zwischen Weihnachten und Ostern bearbeitet. „Das gelingt den Absolventen häufig so gut, dass der eine oder andere nach Abgabe der Studienarbeit gleich einen Arbeitsvertrag vom Auftraggeber angeboten bekommt“, sagt Geschäftsführerin Sylvia Gerl. Die Projektarbeiten haben sowohl betriebswirtschaftliche als auch juristische

bis steuerliche Aspekte zum Inhalt. Hier einige Beispiele für das Themenspektrum, welches die Studenten aktuell behandeln:

- Händlervertrag gekündigt – was nun?
- Welchen wirtschaftlichen Einfluss hat eine mögliche Umstellung des Vertriebssystems auf unseren Betrieb?
- Welche Digitalstrategie ist für unsere Autohaus-Gruppe die Richtige?

Win-Win für alle Beteiligten

Die „BFC-Thesis“ hat auch eine hohe Gewichtung: Die professionell aufgemachte schriftliche Vorlage sowie die mündliche „Verteidigung“ sind Voraussetzung für das Studienzertifikat. Zugleich gilt der BFC-Anspruch: Die Unternehmen, die einen thematischen Auftrag erteilt haben, sollen sehen, dass sich

der Einzelne hier intensiv, sprich umfassend mit dem Thema beschäftigt hat. Die Auftraggeber können aus der gesamten Branche kommen und ihre Projektwünsche einreichen – von großen und kleinen Händlern, mit oder ohne Marke, Werkstätten, Dienstleistern bis hin zu Herstellern oder Importeuren.

In der Praxis profitieren die Auftraggeber in zweierlei Richtungen. Sylvia Gerl: „Erstens bekommen sie Handlungsanweisen, Checklisten, To-do-Listen, Ursache-Wirkungs-Diagramme, Lösungsvorschläge, Strategiepläne und mehr an die Hand. Das heißt, in jeder Studienarbeit stecken gute Ideen und Empfehlungen. Außerdem lernen sie junge Menschen kennen, die sich vielleicht über dieses Projekt gleich als potenzielle neue Mitarbeiter präsentiert haben.

Die BFC ist somit Problemlöser und gleichzeitig eine ganz hervorragende Quelle zur Mitarbeitergewinnung.“ Zugleich können die BFCler ihr Praxiswissen zur Anwendung bringen. So entsteht eine solide Win-Win-Wirkung für alle Beteiligten. ■

PROJEKT JETZT EINREICHEN: SO GEHT'S

Ob Marken- oder freie Automobilhändler, Werkstätten, Dienstleister, Hersteller oder Importeure: Interessierte können bei der BFC ein Projektthema schnell und unkompliziert einreichen. Schreiben Sie eine Mail an info@bfc.de mit dem Stichwort „Projektarbeit“ und fordern Sie ein Themenblatt an. Melden Sie sich einfach an!

MITGLIEDSCHAFT

Förderer, Freunde, Fans – ein gewichtiges Fundament

Mit dem rasanten Wandel in der Autowelt muss die Fortbildung der Mitarbeiter in den Autohäusern Schritt halten. Deshalb ist auch in der BFC die Lern- und Lernumgebung permanent weiterzuentwickeln. Fördermittel und Spenden an den Schulverein helfen, sich den Anforderungen anzupassen.

Den eigenen Nachwuchs fördern, insbesondere in der Aus- und Weiterbildung. Zu diesem Zweck wurde 1980 der gemeinnützige Verein zur Förderung der Bundesfachschule für Betriebswirtschaft im Kfz-Gewerbe e. V. aus der Taufe gehoben. Hierüber wurden Fördermittel und Spenden für die infrastrukturelle Entwicklung gesammelt, da die Lehr- und Lernumgebung einen entscheidenden Einfluss auf den Lernerfolg hat. Schließlich sollte und soll die pädagogische Lernumgebung der BFC die Entwicklungsgeschwindigkeit in der Autowelt antizipieren.

Deswegen sind in den letzten Jahren viele Mittel in den Ausbau der digitalen Medien und Tools geflossen. Was früher ein stationärer PC war, sind heute Smart-Podien, Objektivas oder Click-Share-Systeme. Die digitale Evolution wird sich fortsetzen, und aus diesem Grunde sind die Aktiven der BFC den Förderern sehr dankbar, die quasi indirekt in die Qualifikation ihrer eigenen Mitarbeiter investieren. Bei der jährlichen Mitgliederversammlung wird dann Bilanz gezogen und im Dialog über die Verwendung der Mittel befunden. Dazu sind alle Anträge seitens der BFC vorher einzureichen und zu begründen, um den Mitgliedern die Notwendigkeit möglicher Investitionen zu zeigen.

2020 wurde die Effizienz der Prozesse durch eine Entbürokratisierung der Struktur erhöht. In diesem Jahr ist der Förderverein mit dem Schulverein Bundesfachschule für Betriebswirtschaft im Kraftfahrzeuggewerbe (BFC) e. V. verschmolzen. Ordentliche Mitglieder und Fördermitglieder befinden sich nun unter einem Dach. Damit hat sich die Organisation vereinfacht, da ein Großteil der Mitglieder in beiden Vereinen aktiv war.

Bereits zuvor hat die BFC den Förderern für ihr Engagement wieder etwas zurückgegeben. Über eine Anpassung der Beitragsstruktur entscheiden sie selbst, in welcher Höhe und in welchem Umfang man die BFC unterstützen möchte. Mit dem Beitrag sind künftige Gegenleistun-

gen verknüpft. Ein Mitglied entscheidet mit der Wahl der Kategorie über die Intensität seiner Unterstützung der BFC. Unterstützen auch Sie den Verein und investieren Sie in die Zukunft junger Nachwuchskräfte. Denn schon morgen könnten Ihre eigenen dabei sein! ■

MITGLIEDSKATEGORIEN IM BFC E. V.

1	Förderer: Mindestbeitrag 75 € p. a.; Privatpersonen <ul style="list-style-type: none"> ▪ Regelmäßige Infos über den BFC-Newsletter ▪ Teilnahme an einer KUF-Veranstaltung nach Wahl ▪ Meldung in „eigener Sache“ im BFC-Newsletter (mit Kennzeichnung)
2	Fan: Mindestbeitrag 100 € p. a.; Innungen, Unternehmen <ul style="list-style-type: none"> ▪ Regelmäßige Infos über den BFC-Newsletter ▪ Teilnahme an einer KUF-Veranstaltung nach Wahl ▪ Platzierung einer Stellenanzeige im BFC-Newsletter (für 100 € anstatt 250 €)
3	Freund: Mindestbeitrag 500 € p. a. <ul style="list-style-type: none"> ▪ Regelmäßige Infos über den BFC-Newsletter ▪ Teilnahme an zwei KUF-Veranstaltungen nach Wahl ▪ Platzierung von zwei Stellenanzeigen im BFC-Newsletter ohne Berechnung, ab der dritten Stellenanzeige 100 € anstatt 250 € ▪ Platzierung von Bannerwerbung zum Sonderpreis von 600 € anstatt 900 €
4	Partner: Mindestbeitrag 2.000 € p. a. <ul style="list-style-type: none"> ▪ Regelmäßige Infos über den BFC-Newsletter ▪ Teilnahme an drei KUF-Veranstaltungen nach Wahl ▪ Platzierung von vier Stellenanzeigen im BFC-Newsletter im Wert von 1.000 €; jede weitere Stellenanzeige für 100 € ▪ Platzierung von Bannerwerbung auf der BFC-Homepage zum Sonderpreis von 600 € anstatt 900 € ▪ Teilnahme an den Karrieretagen ohne Berechnung anstatt 500 € ▪ Namentliche Nennung in der BFC an der „Fördererwand“
5	(Fern-)Student: Mitgliedsbeitrag 25 € <ul style="list-style-type: none"> ▪ Abgabe eines Fachbuchs zu einem studentischen Preis

DAMIT AUS 60 JAHREN VIELE WEITERE WERDEN.



Santander gratuliert der **Bundesfachschule für Betriebswirtschaft im Kraftfahrzeuggewerbe** zum 60-jährigen Jubiläum. Wir freuen uns auf eine weiterhin erfolgreiche Partnerschaft mit der BFC in den kommenden Jahren.

 **Santander**
Deine Bank. Jederzeit. Überall.