

LICHT
TEST '18



Best Practice

So nutzen Sie den Licht-Test
erfolgreich für Ihren Kfz-Meisterbetrieb



Licht-Test: Mitmachen lohnt sich!

Der Licht-Test ist die erfolgreichste Verkehrssicherheits-Aktion in Deutschland. Getragen wird sie seit 1956 von den 37.500 Innungsbetrieben des Kfz-Gewerbes in Deutschland mit seinen 450.000 Mitarbeitern. Darauf können wir stolz sein. Damit leistet die Branche einen wichtigen gesellschaftlichen Beitrag für die Sicherheit auf deutschen Straßen, der zurecht unter der Schirmherrschaft des Bundesverkehrsministers steht.

Auch in diesem Jahr steht der Licht-Test im Mittelpunkt der Verkehrssicherheitsarbeit des Kfz-Gewerbes. Vom 1. bis zum 31. Oktober 2018 bieten zahlreiche Kfz-Meisterbetriebe die kostenlose Überprüfung der Beleuchtungsanlagen von Fahrzeugen an.

Der wichtigste Grund für den Licht-Test ist die große Zahl an Fahrzeugen, die jeden Tag mit defektem Autolicht fahren. Für Unternehmer in der Kfz-Branche ist der Licht-Test ein wichtiger Marketing-Baustein und bietet die Möglichkeit für ein erfolgreiches Kundenkontaktprogramm.







Die 3 Säulen des Licht-Tests

Kundenkontaktprogramm für Kfz-Meisterbetriebe

Mit circa 6 Millionen Plaketten jährlich bietet der Licht-Test als erfolgreichstes Kundenkontakt-Programm der Kfz-Branche eine Vielzahl von Möglichkeiten der Kundenansprache und Kontaktpflege. Die Positionierung des einzelnen Betriebs als Partner des Autofahrers ist Chance zum Dialog mit dem Kunden über weitere Dienstleistungsangebote. So lassen sich bei geringem Mehraufwand Folgeaufträge generieren.

PR- und Imagekampagnen für Innungen und Betriebe

Als größte etablierte Verkehrssicherheitsaktion generiert der Licht-Test eine bedeutende Aufmerksamkeit für die Kfz-Branche. Mit einer Medienpräsenz in TV, Radio und Web sowie in Printmedien mit einer Auflage von 43 Millionen (Stand 2017) kann der Licht-Test von Innungen und Betrieben gezielt für PR-Kampagnen und Marketing-Aktionen eingesetzt werden.

Die Kfz-Branche als wichtiger Akteur der Verkehrssicherheit

Mit dem Licht-Test zeigt das Kfz-Gewerbe Kompetenz und Engagement. Mit Millionen Tests und korrigierten Lichtanlagen jährlich ist der Licht-Test die größte Verkehrssicherheitsaktion. Der respektable Rückgang der Unfallzahlen im Straßenverkehr ist ein positiver Trend und tagtäglich Ansporn, im Bemühen um die Verkehrssicherheit nicht nachzulassen. Das Kfz-Gewerbe soll auch zukünftig vor der dunklen Jahreszeit Autofahrer sensibilisieren, besonders da der Sicherheitsaspekt mit zunehmend komplexeren Lichtsystemen an Relevanz gewinnt.



Innung des Kraftfahrzeuggewerbes Rhein-Neckar-Odenwald

„Bei Automodellen mit Assistenzsystemen handhaben wir es prinzipiell so, dass wir eine Sichtkontrolle der Scheinwerfer und der Funktion machen und überprüfen, ob die Kontrollleuchte brennt. **Allein das Prüfen ist kostenlos.** Sobald es ans Einstellen oder Reparieren geht, hat das schon immer bei vielen Modellen Geld gekostet. Und wenn Sie bei bestimmten Modellen die Glühlampen auswechseln, haben Sie schon vor 20 Jahren Stoßstangen abmontiert und auch dafür wurde Geld verlangt. **Wenn wir damit transparent umgehen, dann verstehen die Kunden das.“**



DIETMAR CLYSTERS

Inhaber / Geschäftsführer Autohaus Dietmar Clysters
Kfz-Mechanikermeister
Innung des Kraftfahrzeuggewerbes Rhein-Neckar-Odenwald



„Der Kundenkontakt durch den Licht-Test ist für uns im Prinzip das Wichtigste. Die Aktion ist ein guter Anlass, Bestandskunden zu pflegen, den Kontakt wieder neu aufzufrischen und so viel Kundenkontakt wie möglich zu generieren. Deshalb sollten wir jeden Kundenkontakt – gerade wenn es eine kostenlose Maßnahme ist – nutzen, um den Kunden mittelfristig und langfristig ans Autohaus zu binden und die Loyalität zu stärken.“



GIUSEPPE ROSSI

Gesamtbetriebsleiter / Prokurist Autohaus Freier GmbH
Kfz-Meister
Kfz-Innung Mainz-Bingen-Alzey



Innung des Kfz-Gewerbes Magdeburg

„Wir sprechen mit der Aktion gerade auch Kunden an, die sonst nicht ins Autohaus kommen, weil sie ihr Auto privat reparieren lassen. Für uns ist der Licht-Test eine echte Service-Aktion für unsere Kunden.“



ISABEL ENGELMANN

Serviceleitung Autohaus M. Engelmann OHG
Innung des Kfz-Gewerbes Magdeburg



„Im Licht-Test-Monat Oktober **drucken wir eine Information auf die Rechnung**, dass der Kunde über die kostenlose Durchführung des Licht-Tests informiert wird und weiter Werbung dafür machen kann. Wir setzen auf Mund-zu-Mund-Propaganda! Dadurch haben wir auch viele Kunden, die eine Empfehlung von Freunden oder Bekannten bekommen haben.“



TORSTEN WOLDE

Geschäftsführer Autohaus Wolde GmbH
Verkauf
Kfz-Innung Nordwestmecklenburg-Wismar





„Der Licht-Test ist einer der wichtigen Kundenkontakte kurz vor der Winterzeit. Die Service-Intervalle werden immer länger. Da ist der Licht-Test ein bedeutender Anlasspunkt, zu dem der Kunde zu uns in die Werkstatt kommt. Wir führen den Licht-Test meist gleich zusammen mit einem kleinen Sicherheitscheck durch. Denn bei fast jedem Fahrzeug ist irgendwo ein weiterer Service erforderlich, um gut über die Wintermonate zu kommen.“



RUDOLF ANGERER

Geschäftsführer Autohaus Angerer
Stv. Landesinnungsmeister Bayern / Weltmeister im
Kfz-Handwerk
Innung des Kfz-Gewerbes Oberpfalz und Kreis Kehlheim/Ndb.



Kraftfahrzeug-Innung Kiel-Neumünster

„Wir haben Kunden, die kommen explizit im Monat Oktober zum Licht-Test, damit sie die Plakette bekommen. Wir finden die neuen Plaketten viel besser. Sie sind einfacher anzubringen und, wenn der Kunde sie nicht möchte, auch einfach zu entfernen. Die Plakette ist wertiger und für uns einfacher zu handhaben.“



GERNOT HAASE

Inhaber / Geschäftsführer Autohaus Rüdiger Haase GmbH
Kfz-Betriebswirt
Kraftfahrzeug-Innung Kiel-Neumünster



„Der Licht-Test ist fest etabliert. Viele Bürger kennen den Licht-Test und auch in großen Teilen der Politik und in den öffentlichen Medien findet die Aktion vielfache Beachtung. Für uns ist der Licht-Test ein unverzichtbarer Marketing-Baustein für die Wahrnehmung in der Öffentlichkeit. Wir können uns damit als Anbieter profilieren, der auch an der Verkehrssicherheit interessiert ist und zu mehr Sicherheit beitragen möchte.“



JOACHIM CZYCHY

Inhaber / Geschäftsführer Autohaus Ernst A. Czychy
Verkaufsleiter
Innung des Kfz-Handwerks des Kreises Harburg

Der Licht-Test 2018 auf einen Blick

6 MILLIONEN
PLAKETTEN

Die konstant hohe Mängelquote von rund einem Drittel der überprüften Fahrzeuge ist alarmierend. Schwerpunktartig sind die Scheinwerfer und deren Einstellung betroffen. Im positiven Umkehrschluss heißt das, die Branche muss an ihrem Engagement festhalten, denn rund zehn Millionen überprüfte Fahrzeuge im Oktober sind auf freiwilliger Basis ein herausragender Erfolg.



Gefahren im Straßenverkehr durch defektes Licht

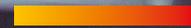
Jeder dritte Pkw fährt mit mangelhaftem Autolicht, jeder zehnte blendet andere Verkehrsteilnehmer.

PKW mit Mängeln insgesamt:



32,7%

Hauptscheinwerfer defekt:



23,2%

zu hoch eingestellt:



10,0%

zu niedrig eingestellt:



9,9%

Mängel bei rückwärtiger
Beleuchtungseinrichtung:



8,6%

Lebendig, digital, dialogisch Wie der Licht-Test 2018 neue Zielgruppen aktivieren kann

Insbesondere junge Autofahrer müssen heute wirksam und nachhaltig digital angesprochen werden. Für den Licht-Test bieten neue digitale Kontaktpunkte vielversprechende Chancen für lebendige und dialogorientierte Ansprache und neue Aufmerksamkeit.

Ein nachhaltiges Programm startet mit dem Licht-Test 2018: Neue digitale Informationsangebote ergänzen lebendig bestehende Öffentlichkeitsarbeit. Alle Inhalte stehen den Kfz-Betrieben zur Einbindung auf ihren eigenen Social-Media-Kanälen wie Facebook, Instagram und Co. zur Verfügung.



Autopartner 2018

Der diesjährige Autopartner des Licht-Tests ist Peugeot. Jeder Kunde, der sein Auto bei dem Licht-Test 2018 in einem Meisterbetrieb der Kfz-Innung überprüfen lässt, kann am diesjährigen Gewinnspiel teilnehmen.

Instagram-Profil LIVE STORYS

Reichweiten-Aktionen
HASHTAG-AKTIONEN
Influencer-Aktionen

 @lichttest

 @lichttest

www.licht-test.de



Beim Licht-Test werden acht Bestandteile der Fahrzeugbeleuchtung auf Funktion und richtige Einstellung nach den Vorgaben der Straßenverkehrszulassungsordnung getestet:

- ▶ Nebel-, Such- und andere erlaubte Zusatzscheinwerfer
- ▶ Fern- und Abblendlicht
- ▶ Begrenzungs- und Parkleuchten
- ▶ Bremslichter
- ▶ Schlusslichter
- ▶ Warnblinkanlage
- ▶ Fahrtrichtungsanzeiger
- ▶ Nebelschlussleuchte

10.000.000
ÜBERPRÜFTE
FAHRZEUGE
PRO JAHR





Licht-Test kostenlos? Fragen und Antworten

Wie kann der Licht-Test trotz immer komplexerer Lichtsysteme, deren Überprüfung und Einstellung verstärkten Aufwand bedeuten, kostenlos bleiben?

Die Überprüfung der acht Positionen nimmt heutzutage in etwa genauso viel Zeit in Anspruch wie vor 60 Jahren. Beim Licht-Test muss der Betrieb klar unterscheiden zwischen kostenlosem Überprüfen der Lichter und kostenpflichtigem Einstellen und Reparieren. Für die Instandsetzung fällt heute ein anderer Aufwand an. Arbeiten mit dem Diagnosegerät können daher nicht kostenlos sein.

Sind für die Durchführung des Licht-Tests teure Prüfgeräte notwendig, da heutzutage viel aufwendigere Lichtsysteme in den Autos verbaut sind?

Für den Eingangstest der Lichter benötigt man weder Computer noch Tester. Ein einfaches Scheinwerfer-Prüfgerät ist ausreichend. Für weitere Einstellarbeiten benötigt man speziellere Geräte. Der technische Fortschritt verlangt Anpassung und Investition für die Lichtüberprüfung bei der Hauptuntersuchung. Dabei investieren Kfz-Betriebe nicht in

die Oktober-Aktion, sondern in ihre Zukunft. Sind Betriebe einmal ausgestattet, ist der Licht-Test der einfachste Weg, um an Stückzahlen zu kommen.

Viele Betriebe bemerken sinkende Teilnehmerzahlen am Licht-Test. Ist das Interesse der Kunden überhaupt noch vorhanden?

Ja, die Statistiken der letzten Jahre zeigen rückläufige Teilnehmer-Zahlen. Wurden im Jahr 2010 noch über 10 Millionen Plaketten vergeben, erreichte die Plaketten-Auflage im Jahr 2017 nur noch 6,14 Millionen Stück. Dennoch: die konstant hohe Mängelquote von rund einem Drittel der überprüften Fahrzeuge ist alarmierend hoch. Schwerpunktartig sind die Scheinwerfer und deren Einstellung betroffen. Im positiven Umkehrschluss heißt das, die Branche muss an ihrem Engagement zum Licht-Test festhalten. Um das Interesse der Autofahrer wieder neu zu gewinnen, startet in diesem Jahr eine neue Kommunikationskampagne mit verstärktem Schwerpunkt auf digitale Öffentlichkeitsarbeit, um besonders auch die junge Zielgruppe zu erreichen.

Wie reagiere ich, wenn ein Kunde die Plakette ablehnt?

Die Plaketten wurden neu gestaltet. So sind diese nun nicht mehr aus Papier, sondern als leicht ablösbare Adhäsionssticker gestaltet. Diese ermöglichen ein müheloses Entfernen der Plakette. Sollte die Plakette dennoch vom Kunden abgelehnt werden, können Sie anstelle der Plakette als Nachweis einen Verweis auf die Durchführung des Licht-Tests auf die Kundenrechnung drucken.

Warum ist der Licht-Test nur auf den Monat Oktober beschränkt?

Dieser Zeitraum hat sich seit Jahrzehnten verfestigt, weil er den Beginn der dunklen Jahreszeit markiert. Ein weiterer Vorteil: Alle zentralen Kommunikationsmaßnahmen werden auf diesen Monat konzentriert. Die hohe mediale Präsenz bringt den Licht-Test ins Bewusstsein der Autofahrer. Trotzdem kann ein Betrieb auch schon im September anfangen oder die Aktion im November oder Dezember weiterführen. Dabei hilft gezielte Kommunikation in den regionalen und sozialen Medien.

Werbemittel nutzen

Es gibt die unterschiedlichsten Aktivitäten, den Lichtmonat für die Kundenbindung zu nutzen. Kfz-Innungen stellen Betrieben erforderliche Materialien, Plaketten und Mängelkarten für die Auswertung bereit.

 @lichttest

 @lichttest

www.licht-test.de





Das Deutsche Kfz-Gewerbe
ist gemeinsam mit der
Deutschen Verkehrswacht
Träger des Licht-Tests.

Zentralverband Deutsches
Kraftfahrzeuggewerbe e. V.
Franz-Lohe-Str. 21
53129 Bonn
Tel.: (0228) 91 27 - 0
Fax: (0228) 91 27 - 150
www.kfzgewerbe.de
zdk@kfzgewerbe.de

Fotos: ProMotor/T.Volz,
Kurt Kleemann/Shutterstock.com

