



Bild: Bärbel Taubitz / pixelio.de

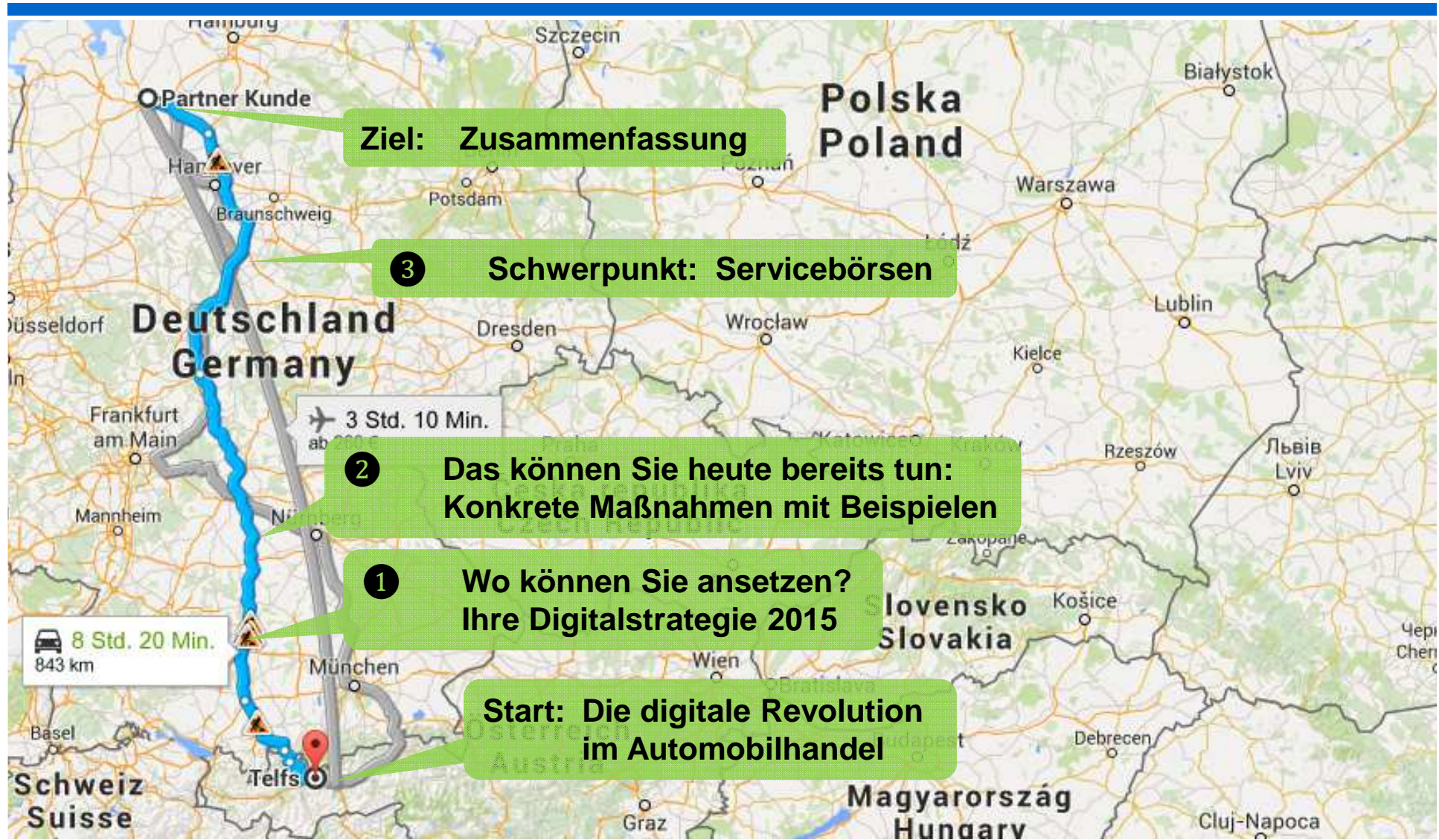
Autohandel und -service in der digitalen Revolution

**Wo bleibt der Handel bei der Digitalisierung des
Automobilhandels- und -servicegeschäftes?**

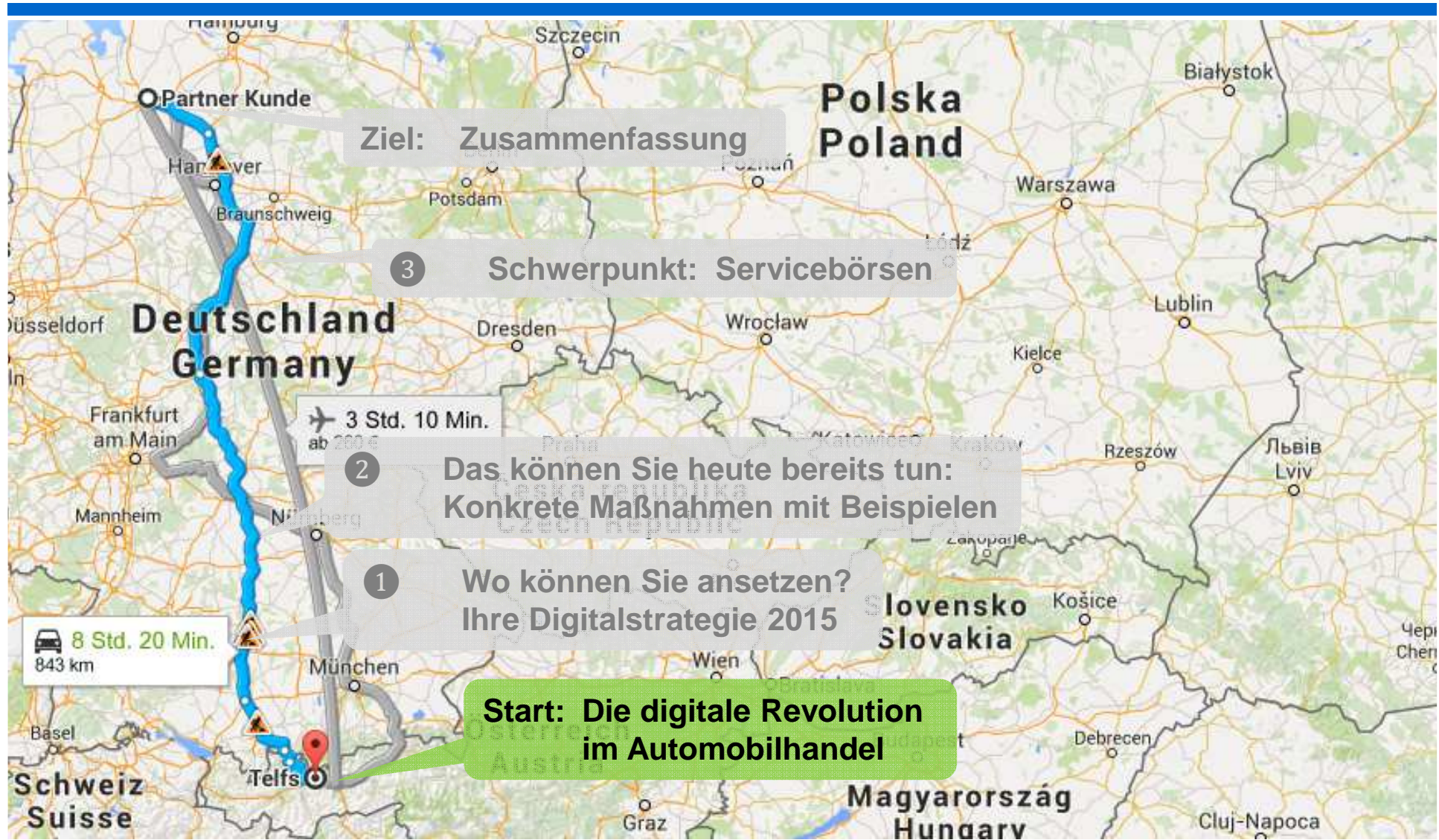
Dr. Jörg v. Steinaecker

AUTOHAUS-Sommerakademie 2015
26. – 28. August 2015, Telfs, Österreich

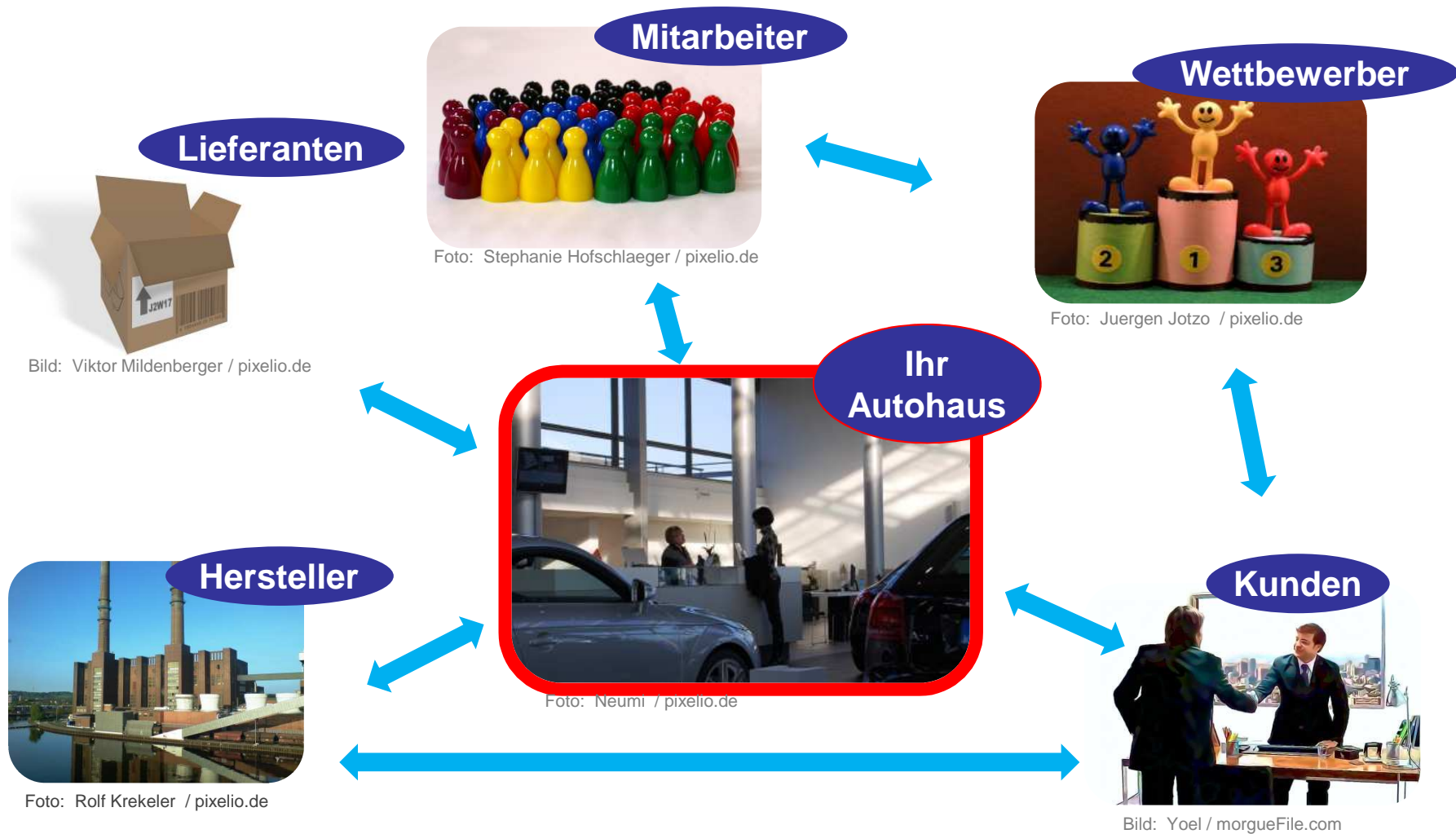
Unsere Fahrstrecke



Unsere Fahrstrecke



Die wichtigsten Treiber der digitalen Revolution rund um Ihr Autohaus



Kunden sind digital mobil und online!

Beispiel: Papstwahl



Quelle: Internet

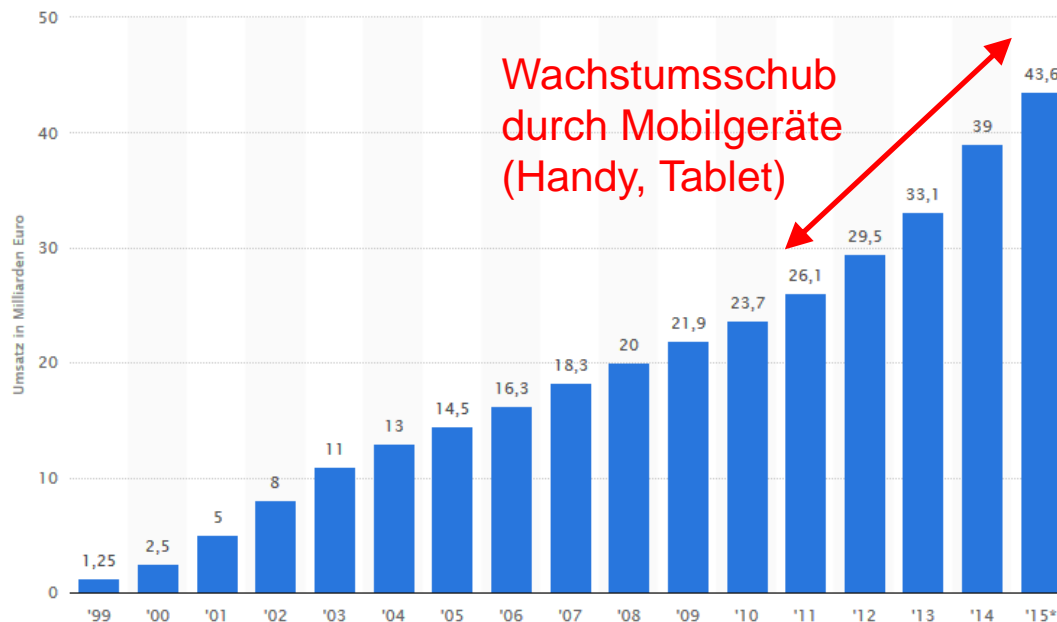


Bilder: Spiegel Online, Fotos von der Papstwahl: Digitale Erleuchtung, 15.3.13

Kunden kaufen online!

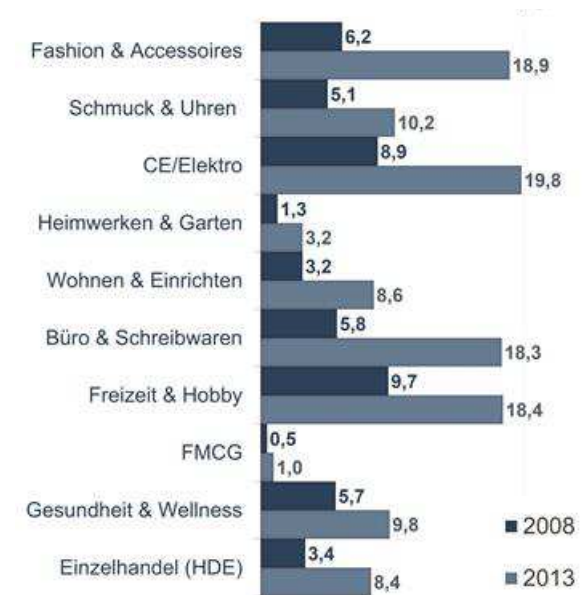
B2C-E-Commerce-Umsatz in Deutschland 1999 bis 2014 und Prognose für 2015

Quelle: Statista.com, abgerufen am 17.2.15



Anteil Online-Handel am Umsatz einzelner Sortimentsbereiche [%]

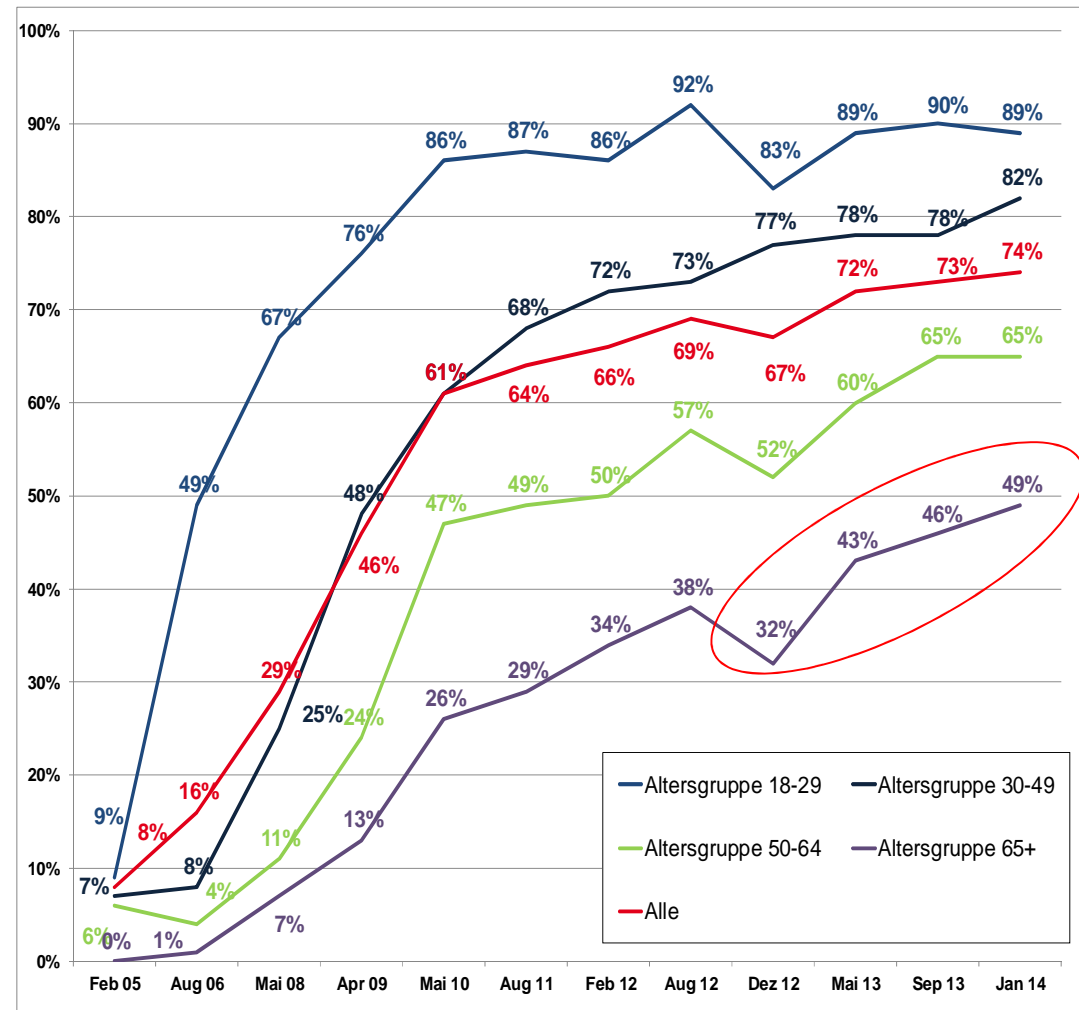
Quelle: Institut für Handelsforschung (IFH) Köln, Branchenreport Online-Handel 2014



Kunden sind „sozial“ vernetzt

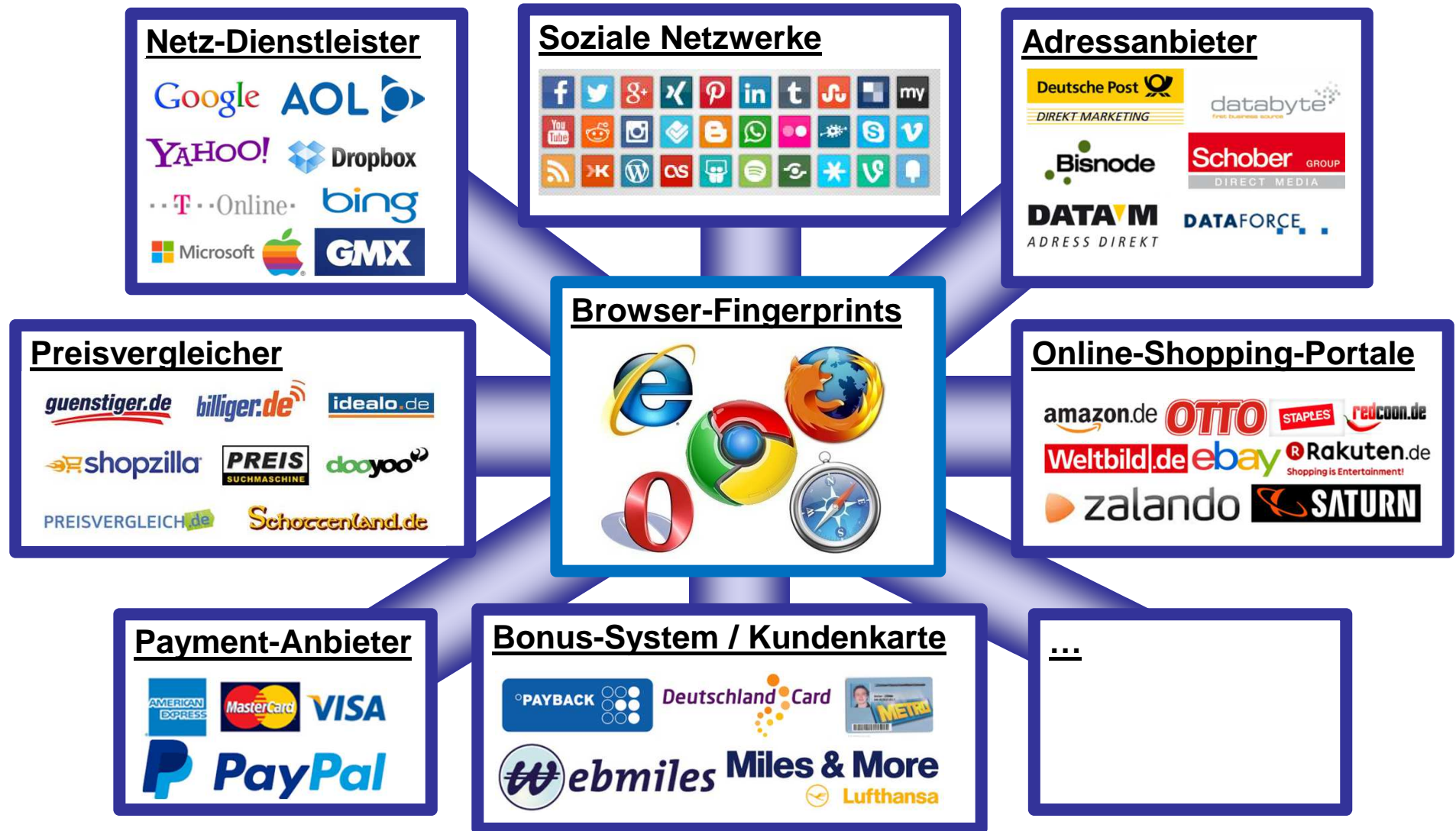
- In Deutschland sind 26 Mio Menschen auf Facebook.
- Die größten Wachstumsraten auf sozialen Netzwerken hat die ältere Generation.
- Facebook ist das aktuell effizienteste Werbemedium und bildet Empfehlungsmarketing in Reinstform ab.

Sie erreichen auf sozialen Medien nicht jeden, aber in jedem Fall einen sehr großen Teil Ihrer Zielkunden!



Quelle: <http://www.pewinternet.org/fact-sheets/social-networking-fact-sheet/> vom 17.2.15

Kunden sind digital unterwegs ... und damit transparent



Kunden lieben Regionalität (Megatrend!)

■ Beispiele:

- Regionale Lebensmittel
- Regionalgeld („Der Chiemgauer“)
- Urlaub in Deutschland
- RegioMark RheinMosel
- ...



Bild: Lupo / pixelio.de

Quelle: www.chiemgauer.info

Bild: Rainer Sturm / pixelio.de

■ Warum?

- Bedient Sicherheitsbedürfnis
- Ist bequem (keine Sprach- oder kulturellen Barrieren etc.)
- Gegenteil zur Globalisierung



Ihr Alleinstellungsmerkmal: Internet-Wettbewerber und globale Hersteller können nicht regional wirken!

Der Kunde passt nicht mehr in das klassische, allgemeine Zielgruppenverständnis



(Digitale) Kundengewohnheiten beim Autokauf

■ Kunden sind virtuell Kaufwillig:

- **50%** der Kunden würden ein Auto online kaufen.¹⁾
- **28%** würden heute Kundendienst oder Serviceauftrag online buchen (2013: 18%)
- Früher waren Kunden im Durchschnitt 5 mal im Autohaus, bevor sie ein Auto kauften, heute nur noch 1 mal.¹⁾

■ Social-Media kommt vor Web-Seite:

- Händlerbewertungen auf sozialen Medien sind für **39%** der 18-29-jährigen und sogar **23%** der über-50-jährigen kaufentscheidend.³⁾
- **83%** der Kunden nutzen soziale Medien bei der Recherche vor dem Autokauf (91% bei 18-34-jährigen). Im Zentrum steht die Meinung anderer Verbraucher.⁴⁾
„Nur“ **66%** der Interessenten sagen, das Internet sei bei der Händlersuche wichtig.⁶⁾
- **64%** der Konsumenten vertrauen Online-Konsumentenempfehlungen (2. Platz nach persönlichen Empfehlungen von Bekannten).⁵⁾
- **59%** der Befragten sind bei positiven Social-Media-Bewertungen eher zum Kauf bereit.⁴⁾

■ Kunden sind online **UND** off-line aktiv:

- **25%** der GW-Interessenten aus dem Internet kommen spontan ins Autohaus.⁷⁾

■ Kunden sind hervorragend informiert

Quellen:

1) Studie „Digital Marketing in Automotive – Revolution Ahead“, McKinsey, Juli 2013

2) DAT-Report 2015

3) Befragung von Autoscout24, veröffentlicht in GW-trends, 2/2014

4) Capgemini-Studie „Cars Online“: Befragung von 10.000 Autokäufern, veröffentlicht in 11. Automobilwoche 19.5.14, S. 14

5) R. Kreutzer, K.-H. Land, Digitaler Darwinismus, 2013, Seite 57

6) Studie Internet und Automotive Buying, Deutschland, NetPop 2012, Neuwagenkäufer n=503

7) Autoscout24, in: Autohaus 20/2014, Seite 8



Diese Kunden-Apps haben über 115 Mio. Installationen und 4.4 Mio. Bewertungen*

ADAC-Auslandshelfer



SpeedView: GPS Speedometer



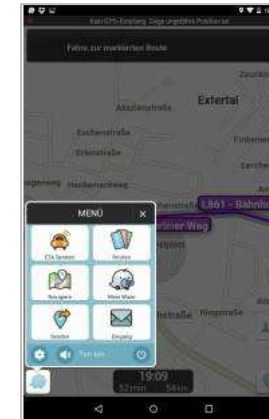
Find My Car



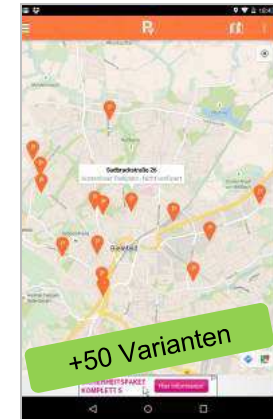
Motory für Auto & Motorrad



Waze soziales GPS und Verkehr



ParkingSlot Kostenlos Parken



Blitzer.de



ADAC Parkinfo



Mehr-tanken Benzinpreise



MapFactor: GPS Navigation



iOnRoad Augmented Driving



* alleine auf Android Play

Zum Vergleich: die offiziellen Marken-Apps kommen auf 1,7 Mio. Install. & 9.000 Bewertungen*

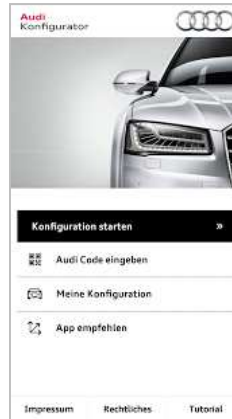
VW Service



MB Fahrzeugsuche



Audi Configurator



My Opel



My BMW Remote



Ford Service



Skoda Service



My SEAT



My Renault



Hyundai Service

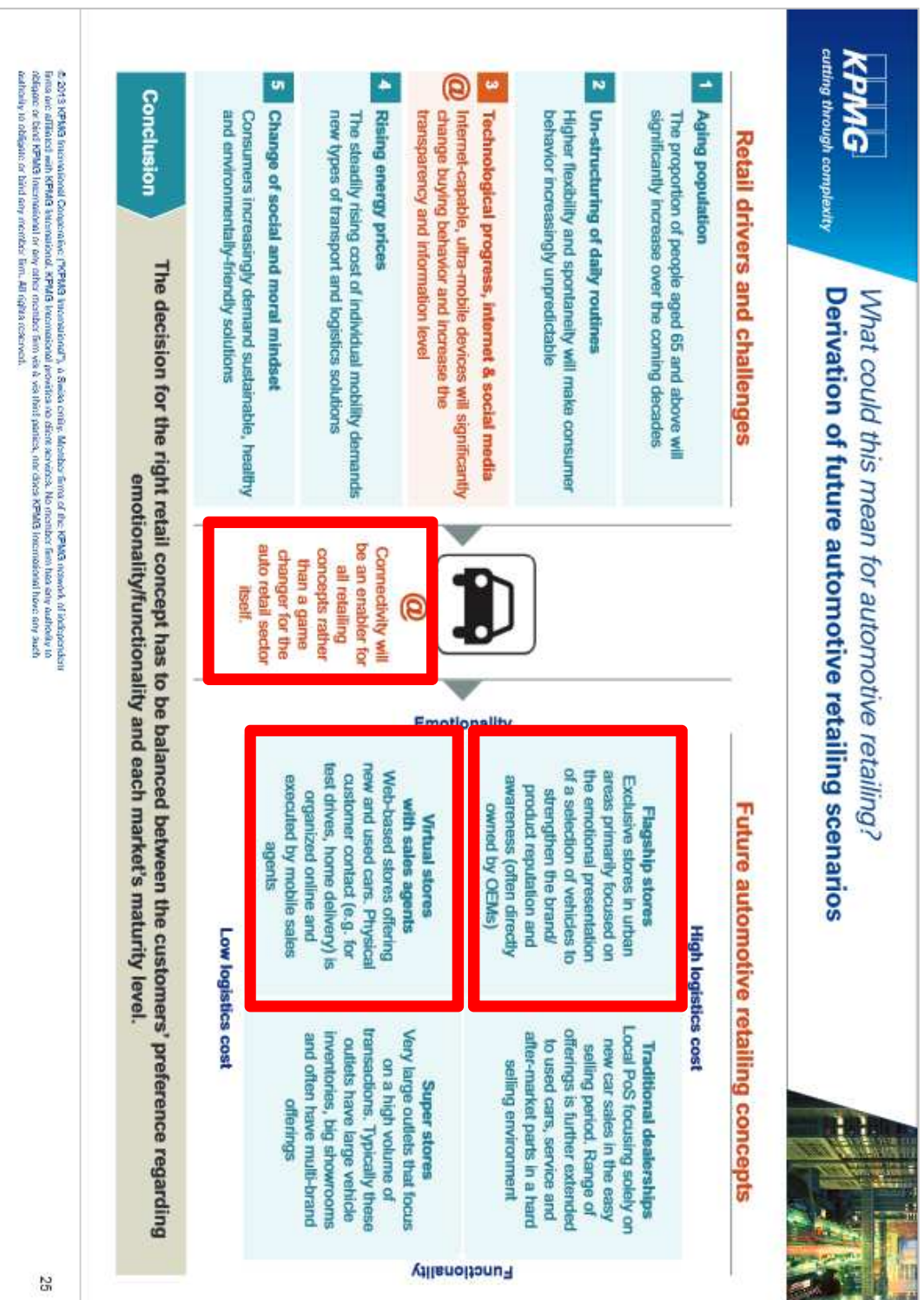


* alleine auf Android Play

Folie 13

Hersteller auf dem Weg in das digitale Zeitalter

Quelle: KPMG, Global Automotive Retail Study, Teil 2, 2013, Seite 25



<http://www.kpmg.com/Global/en/IssuesAndInsights/ArticlesPublications/Documents/global-automotive-retail-market-study-part2-v2.pdf>

Hersteller

Beispiel Flagship-Store - Audi-City Berlin



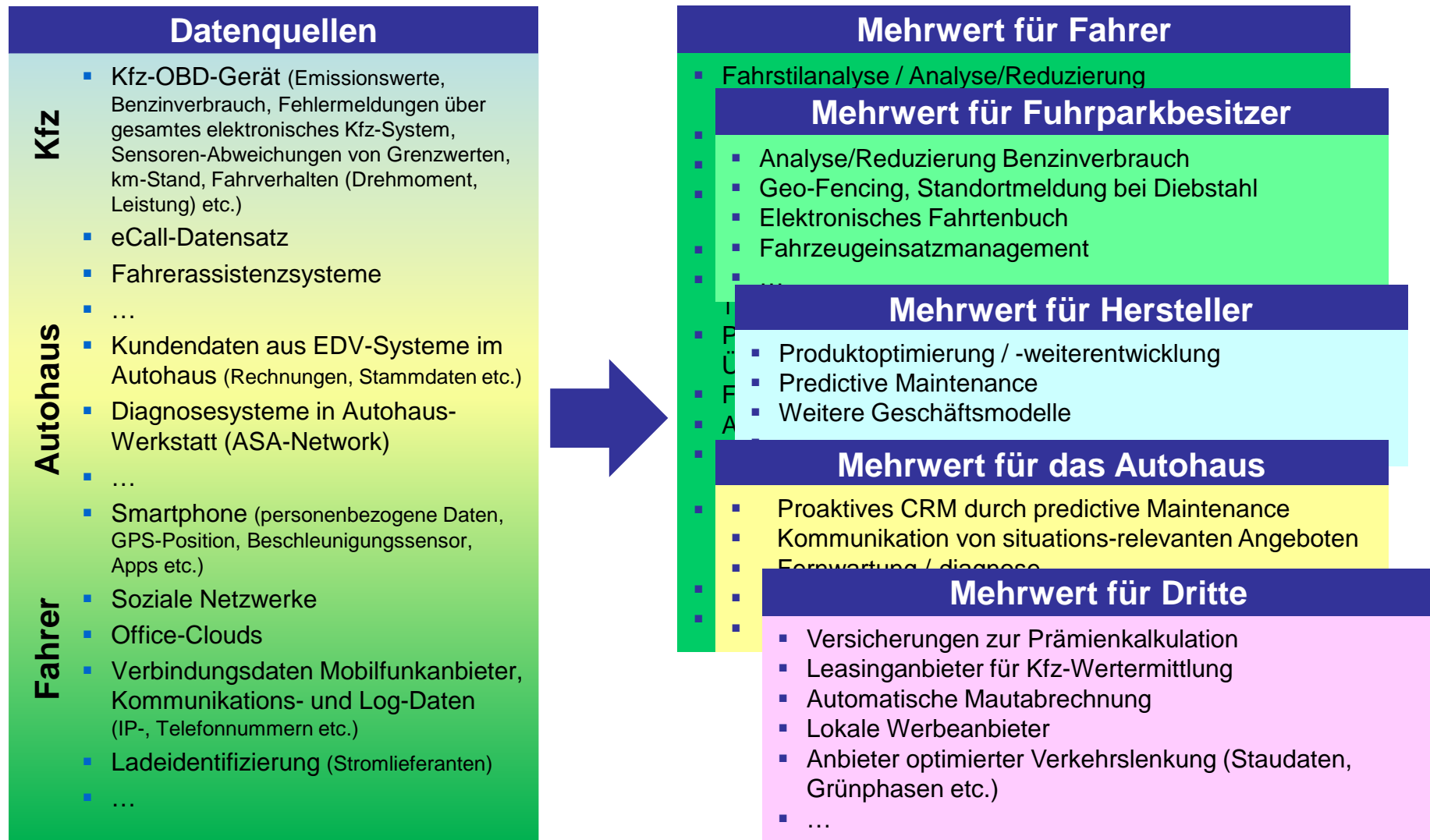
Mit starker Digitalisierung:

- Interaktive Video-Wand
- Multi-Touch-Tische
- Online-Konfigurationen übertragen
- Simulation von Ausstattung und Zubehör
- Präsentationen auf sozialen Medien
- Auch im Web erlebbar



Quelle: <http://microsites.audi.com/audi-city/de/>

Connected Car und CRM: Mehrwert durch Datenverknüpfung



Hersteller

Beispiel Virtual Store – Hyundai und Smart

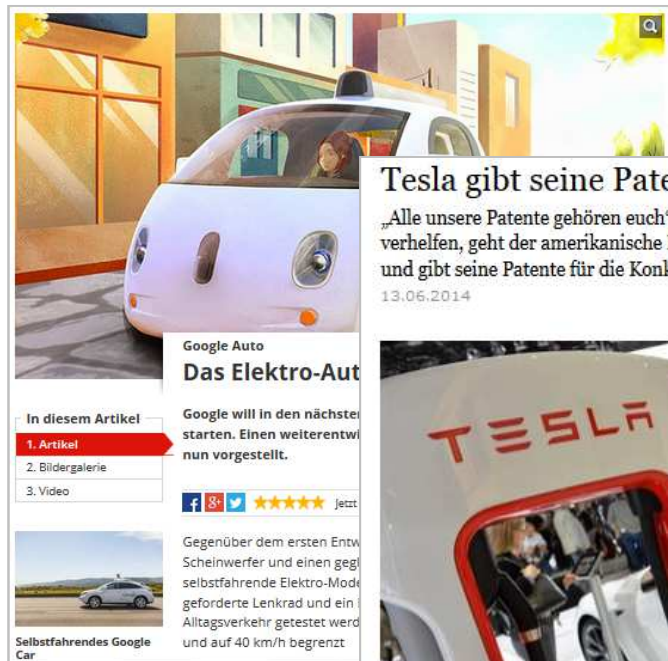
Hyundai verkaufte im Aktionszeitraum einen i10 pro Tag online

The image displays two versions of a digital advertisement for the Hyundai i10 Click. The left version is a desktop layout with a blue header and footer. The main headline reads 'Hyundai's Schnäppchen per Mausklick' (Hyundai's Bargains per Mouseclick). Below it, a blue Hyundai i10 is shown with the text 'Ein [car icon] um ein [bread icon]!' (One car for the price of a loaf of bread!). The price is listed as 'Nur online. Nur € 6.499,-' (Only online. Only € 6,499,-). A red 'CLICK & DRIVE!' button is at the bottom right. The right version is a mobile layout with a similar design. It features the headline 'um ein [bread icon]!' and the same car image. The price is repeated as 'Click gibt es jetzt um unglaubliche € 6.499,-!'. A green button at the bottom says 'Zum Hyundai ONLINE SHOP!'. Both versions include the Hyundai logo and the slogan 'NEW THINKING. NEW POSSIBILITIES.'

Quelle: Internet und Hannes Brachat, Autohaus Perspektiven 2015

Smart verkaufte in den ersten 3 Minuten seines Online-Stores 388 Autos

Neue Hersteller aus der digitalen Welt betreten den Markt



Quelle: Auto-Motor-Sport, 13.12.2014

Tesla gibt seine Patente frei

„Alle unsere Patente gehören euch“: Um dem Elektroauto zum Durchbruch zu verhelfen, geht der amerikanische Hersteller Tesla einen ungewöhnlichen Weg – und gibt seine Patente für die Konkurrenz frei.

13.06.2014



Tesla will die Verbreitung der Elektroautotechnologie erleichtern.

Der Elektroautohersteller Tesla hat in einem ungewöhnlichen Schritt sämtliche Patente für die Öffentlichkeit freigegeben, um die Verbreitung seiner Technologie zu fördern. „Alle unsere Patente gehören Euch“, schrieb der Tesla-Chef Elon Musk am Donnerstag in einem **Blog-Eintrag**. Die Firma habe

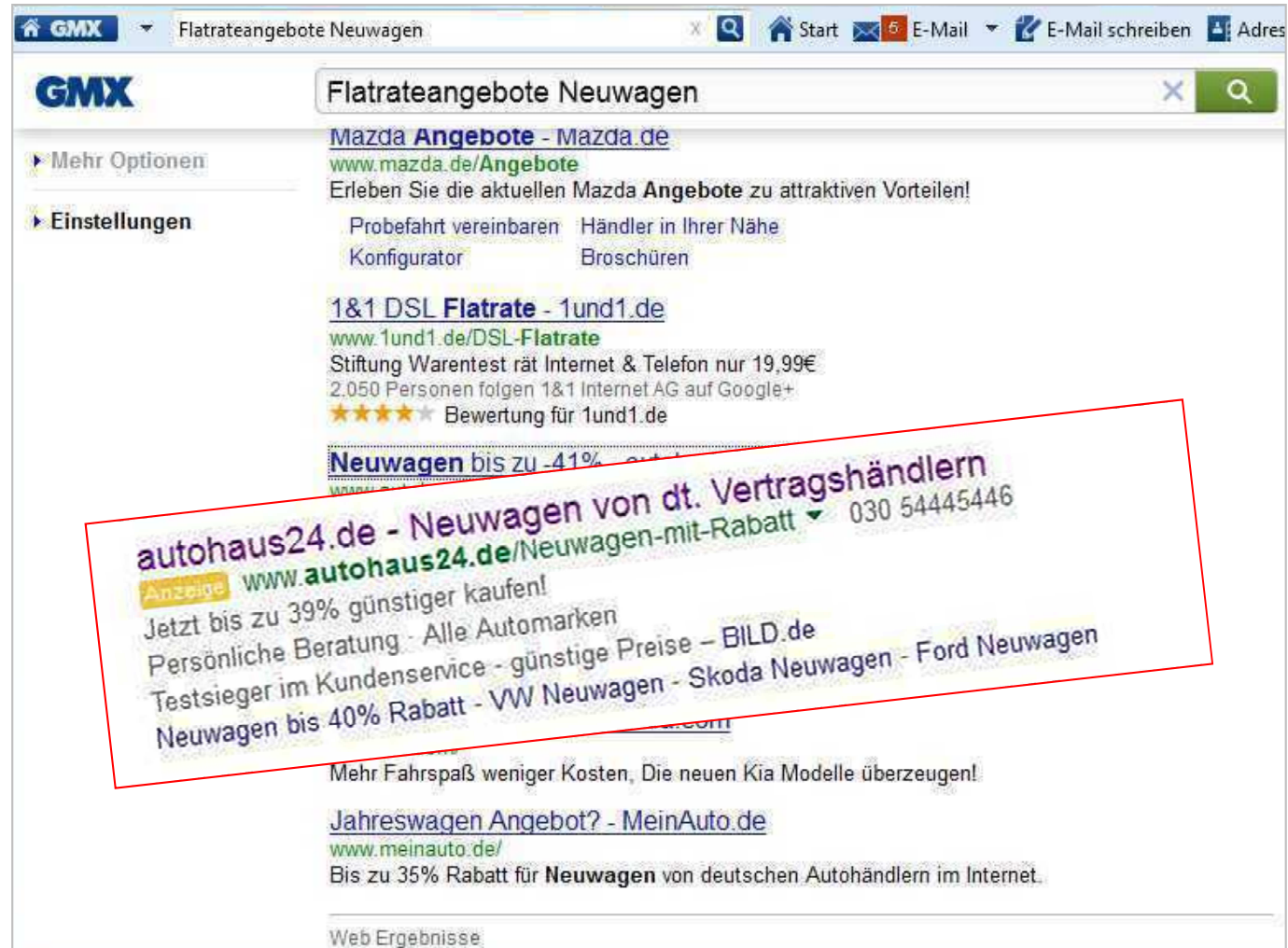
Quelle: FAZ, 13.6.2014



Quelle: Managermagazin, 23.2.2015

Wettbewerber sind längst online NW-Vertrieb über das Internet

- 1 www.12neuwagen.de
- 2 www.apl.de
- 3 www.autohaus24.de
- 4 www.carneoo.de
- 5 www.carsagentur24.de
- 6 www.carworld-24.de
- 7 www.intercar-24.de
- 8 www.meinauto.de
- 9 www.mobile.de
- 10 www.netcar.de
- 11 www.neuwagen24.de
- 12 www.newcar24.de
- 13 www.pro-neuwagen.de
- 14 www.sixt-neuwagen.de
- 15 ...



Quelle: Hannes Brachat, Autohaus Perspektiven 2015

Wettbewerber sind längst online NW-Vertrieb über das Internet

Alle Marken Sofort verfügbar Top-Angebote Neuwagen Ratgeber Services Autovermietung Weitere Seiten von Sixt ▼

SIXT neuwagen
Jetzt günstigsixt leasen und finanzieren.

TUV SEHR GUT
LÄNDLICH
neufertigung

Telefonische Beratung
01806 • 85 85 15
Mo. bis Do.: 8 bis 20 Uhr,
Fr.: 8 bis 18 Uhr, Sa.: 10 bis 16 Uhr
0,20 € aus dem dt. Festnetz, 0,60 € aus dem dt. Mobilfunknetz

Sixt Neuwagen Finanzierung
privat gewerblich

Fahrzeug
Hersteller: Volkswagen
Modell: Golf
Kraftstoff: Benzin
Beliebiger: Beliebig

Modell
1.2 TSI 63kW BMT Trendline
Verbrauch (kombiniert): 5,9 l/100km
CO₂-Emissionen: 113 g/km

Konditionen
Laufzeit: 48 Monate
Leasing: 100%

1. Lack & Polster 2. Sonderausstattung 3. Service & Logistik 4. Preisvorteile **weiter**

Service-Produkte

INKLUSIVE! Schadenabwicklung
✓ 24h-Rundum-Betreuung bei Schadensfällen: **0180/6 26 22 22**
* pro Anruf 0,20 € aus dem dt. Festnetz; 0,60 € aus dem dt. Mobilfunknetz

UNSER TIPPI! A.T.U.-Inspektionspaket
☐ Kostenübernahme für Inspektionsarbeiten inkl. 10% Preisnachlass
 ✓ bargeldlose Inspektionen ✓ exklusiver Preisnachlass
☐ **Sorglos-Paket Wartung/Verschleiß:** Kostenübernahme verschleißbedingten Reparaturen und Inspektionen
☐ **Versicherungspaket:** Haftpflicht-, GAP- und Vollkaskoversicherung
☐ **Reifenersatz:** 1 Satz Winterreifen mit 1 S. Felgen

UNSER TIPPI! Inzahlungnahme:
☐ Geben Sie Ihr Gebrauchtfahrzeug in Zahlung und sparen Sie zusätzlich.
☐ Flottenkunde

Grundlistenpreis	10.950,00 €
Sonderausstattung	429,99 €
Metallic-Lackierung	429,99 €
Passion Red Metallic	ohne Aufpreis
Schiffpolster schwarz/beige	ohne Aufpreis
Gesamtlistenpreis	11.379,99 €

Inzahlungnahme Ihres Gebrauchtfahrzeugs
 Wir kaufen Ihr Alt-Fahrzeug und gewähren Ihnen im Regelfall noch eine Inzahlungnahme-Prämie für Ihr neues Fahrzeug.
 Profitieren Sie von den Vorteilen dieses Leistungsangebots:
 • unkomplizierter und sicherer Verkauf Ihres Alt-Fahrzeugs
 • alles aus einer Hand
 • fairer Preis für Ihren Gebrauchten
 Dialog schließen

Auslieferung
 Wo möchten Sie Ihr Fahrzeug abholen?
☒ beim Händler ☐ an einer Sixt Station

Monatsrate
pro Monat **93,56 €**

Auslieferung und Zulassung
 Händlerauslieferung zzgl. monatlich 17,14 €
 Zulassung zzgl. monatlich 0,69 €
 Kosten für den Versand der Zulassungsbescheinigung Teil II / Fahrzeugbrief

Quelle: Hannes Brachat, Autohaus Perspektiven 2015

Wieviel Rabatt auf welcher Plattform?

Testergebnis von 9 Onlineplattformen für die 10 meistverkauftesten Fahrzeugmodelle durch das Online-Verbrauchermagazin Finanztest im März 2015

Die Anbieter mit den günstigsten Preisen

Internetportal	durchschnittlicher Rabatt
----------------	---------------------------

carneoo.de	16,7 %
------------	--------

apl.de	16,5 %
--------	--------

meinauto.de	16,4 %
-------------	--------

12neuwagen.de ¹	16,3 %
----------------------------	--------

rabatt-auto.de	15,9 %
----------------	--------

intercar-24.de	15,4 %
----------------	--------

autohaus24.de	15,1 %
---------------	--------

netcar.de	14,6 %
-----------	--------

¹12neuwagen.de ist eine Einbindung von meinauto.de mit leicht variierten Preisen.

Quelle: eigene Recherche (Stand: 31. März 2015)

Die höchsten Rabatte auf die getesteten Modelle

Modell	max. Rabatt ¹
--------	--------------------------

VW Golf	23,0 %
---------	--------

VW Touran	14,7 %
-----------	--------

Smart fortwo	11,2 %
--------------	--------

Opel Mokka	22,3 %
------------	--------

Skoda Octavia Combi	19,6 %
---------------------	--------

Mercedes C180 (Limousine)	9 %
---------------------------	-----

BMW 316i (Limousine)	15,8 %
----------------------	--------

Audi A4 (Limousine)	15,7 %
---------------------	--------

Ford Focus (Fünftürer)	24,3 %
------------------------	--------

Mini Cooper (Dreitürer)	13,7 %
-------------------------	--------

¹ Rabatt berechnet auf den Listenpreis ohne Überführungskosten.

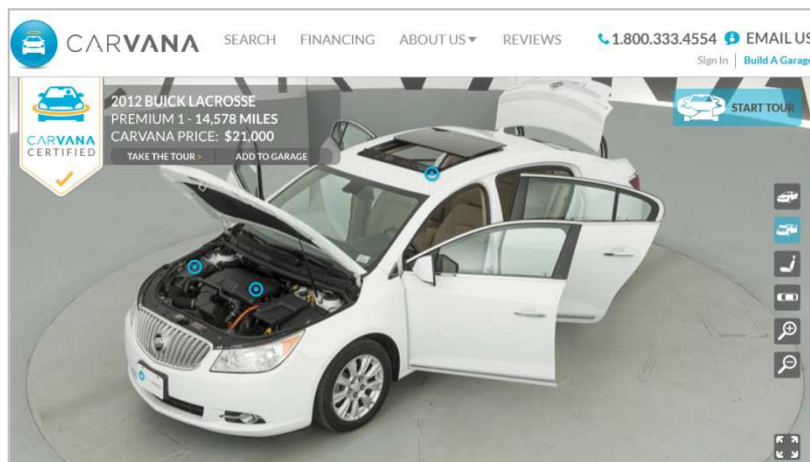
Quelle: eigene Recherche (Stand: 31. März 2015)

Quelle: <http://www.finanztip.de/neuwagen-kaufen/>

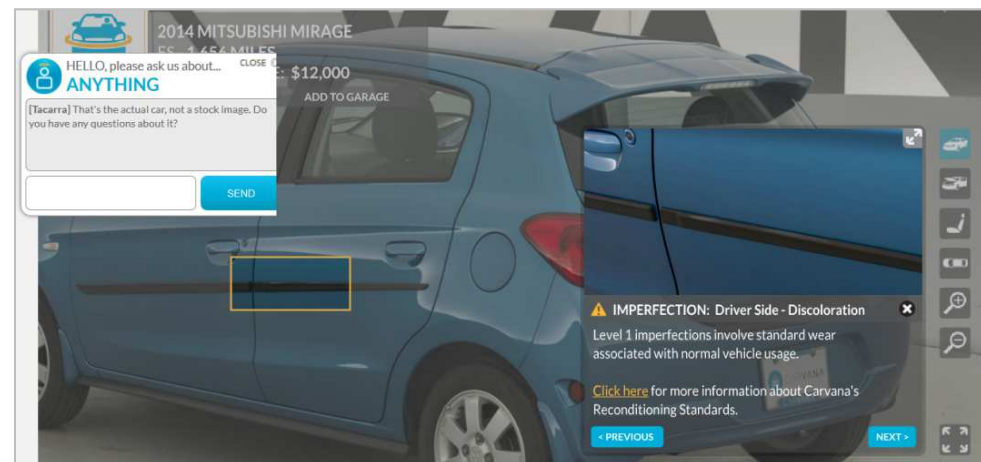
Wettbewerber als Regel-Brecher: NW-/GW-Vertrieb über Internet

www.carvana.com - ein neuer Regelbrecher?

- Perfekte GW-Präsentation im Internet, inkl. Schäden
- Beratung ausschließlich online oder telefonisch
- Abholung im „Garagenautomaten“ oder Lieferung nach Hause
- 7 Tage Probefahrt bzw. kostenlose Rückgabegarantie
- Wirbt mit Einsparung von 2.000\$ „Händlerkosten“

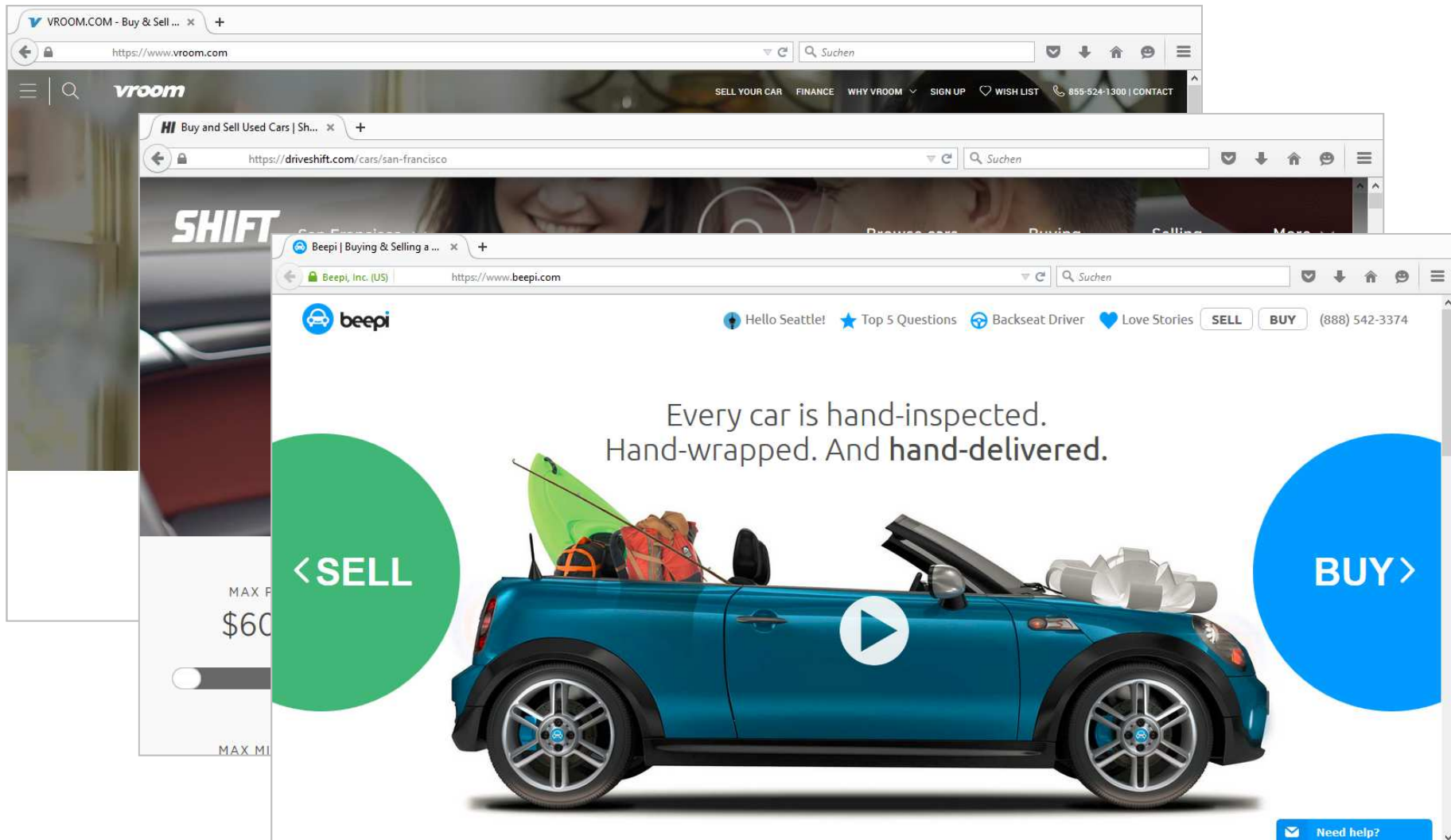


Quelle: carvana.com



Und davon gibt es viele ...

NW-/GW-Vertrieb über Internet



Nicht nur in den USA, sondern (langsam) auch in Deutschland

The image displays two overlapping screenshots of the BERESA website, illustrating its presence in Germany.

Left Screenshot (Search Results):

- Header:** "BERESA LEIDENSCHAFT FÜR BEWEGUNG". Navigation links: "Fahrzeuge", "Aktuelles", "Unternehmen", "Standorte", "Karriere".
- Breadcrumb:** "Sie befinden sich hier: Home » Suchformular » Ihr Suchergebnis".
- Search Results:** "[190] Fahrzeuge gefunden." and "Fahrzeuge/Seite: 10 - 25 - 50". A prominent green banner offers a "300€ PREISVORTEIL + KOSTENLOSE LIEFERUNG".
- Filters:** "Suche verfeinern" with sections for "1. Fahrzeug", "2. Fahrzeug", and "3. Fahrzeug", each with "Marke" and "Modell" dropdowns.
- Vehicle Listing:** A "smart fortwo" is shown with a "Fahrzeugbild folgt" placeholder. Details include "Karosserieform: Kraftstoffart: Getriebe: Standort: Fahrzeugart:" and "Verbrauch (kombiniert) CO2-Emissionen:". A "Laufleistung" of "44.900 km" is displayed.

Right Screenshot (Checkout):

- Header:** "BERESA LEIDENSCHAFT FÜR BEWEGUNG". Navigation links: "Anbieterangaben", "Datenschutz".
- Progress Bar:** "1 Meine Daten", "2 Versand & Zahlungsart", "3 Bestellung bestätigen".
- Section: "Bestellung bestätigen"**
- Form Fields:** "Rechnungsadresse", "Lieferadresse", and "Zahlungsart" (with "Überweisung" selected). Each has an "Ändern" button.
- Vehicle Details:** "Ihr Fahrzeug" (with a red car image) and "Beschreibung" (including "smart fortwo mhd aus 1. Hand mit Klimaanlage", "Fahrzeugart: Gebrauchtwagen", "Karosserieform: Sportwagen/Coupe", "Klasse: ForTwo", "Einzulassung: 02/2013").
- Live-Chat:** A "Live-Chat online" button with "Chat-Support öffnen".
- Agreements:** Two checkboxes for terms and conditions: "Ja, ich habe die AGB's gelesen und stimme diesen zu." and "Ja, ich habe die Widerrufsbelehrung gelesen und stimme dieser zu.".
- Navigation:** "« Schritt zurück" and "Jetzt verbindlich bestellen »".

Zubehör- und Teilegeschäft im Internet

Wettbewerber sind längst online

1 www.ahw-shop.de	23 www.mapco.de
2 www.atp-autoteile.eu	24 www.mister-auto.de
3 www.ats-24.de	25 www.motointegrator.de
4 www.atu.de	26 www.oemparts24.de
5 www.autoersatzteile.de	27 www.online-teile.com
6 www.autogeiz24.de	28 www.originalteile.de
7 www.autoteile24.de	29 www.partacus.de
8 www.autoteilebilliger.de	30 www.parts2go.de
9 www.autoteiledirekt.de	31 www.pkwteile.de
10 www.autoteile-guenstig.de	32 www.profitteile.de
11 www.autoteile-meile.de	33 www.rexbo.de
12 www.autoteile-preiswert.de	34 www.simparts.de
13 www.autoteile-supermarkt.de	35 www.skandix.de/de/
14 www.ersatzteile.nl/	36 www.teilando.de
15 www.ersatzteile-info.de	37 www.teile.com
16 www.ersatzteile-original.de	38 www.teilehaber.de
17 www.genuine-parts.de	39 www.teile-profis.de
18 www.kfzteile.com	NUR FÜR HÄNDLER
19 www.kfzteile24.de	1 www.automega.biz
20 www.kfzteile24plus.de	2 www.esashop.de
21 www.kfzteile-profis.de	3 www.hotas.de
22 www.kfzteile-top.de	4 www.partslink24.com



Quelle: Hannes Brachat, Autohaus Perspektiven 2015

Warum funktioniert das eigentlich?



Fünf verschiedene Verpackungen mit unterschiedlichen Nummern.
Drin ist aber jeweils der gleiche Bremsbelag

Quelle: Hannes Brachat, Autohaus Perspektiven 2015

Ihre Kunden kaufen Ersatzteile bereits online ein

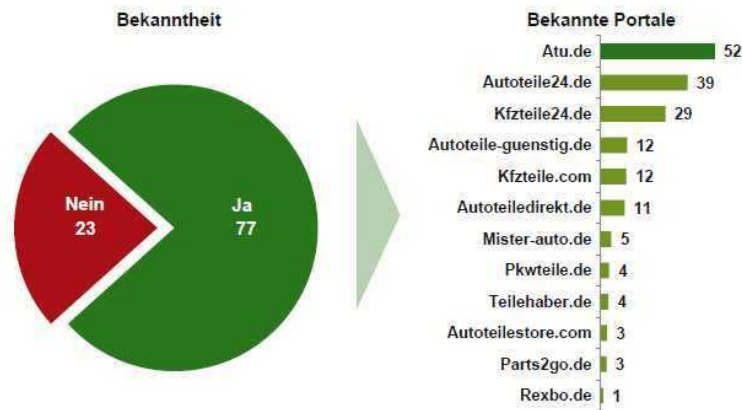
Autokäuferpuls

Januar 2015

Topthema: Online Kauf von Kfz-Teilen

Bekanntheit Online-Portale für Kfz-Teile

Welche spezialisierte Online-Portale, die Kfz-Teile anbieten, kennen Sie? (gestützt abgefragt, Mehrfachnennungen möglich!)



Basis: n=1.007

Quelle: puls Marktforschung GmbH, Autokäuferpuls Januar 2015

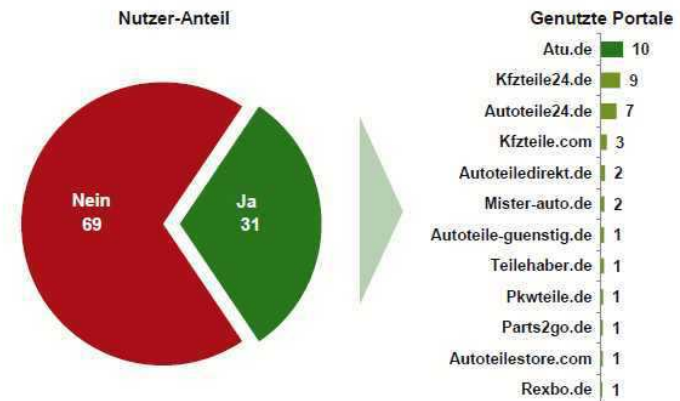
Autokäuferpuls

Januar 2015

Topthema: Online Kauf von Kfz-Teilen

Genutzte Online-Portale für Kfz-Teile

Haben Sie bereits bei einem der folgenden Portale online eingekauft? (Mehrfachnennungen möglich!)



Basis: n=772 (Online-Portale bekannt)

Quelle: puls Marktforschung GmbH, Autokäuferpuls Januar 2015

Quelle: puls Marktforschung, Autokäufer puls Januar 2015

Was bedeutet das alles?



Kunden leben und kaufen heute online - Tendenz steigend (auch Autos, Teile und Serviceleistungen)!



Lieferanten und Wettbewerber bedienen diese Nachfrage bereits heute (z.T. mit radikalen Geschäftsmodellen)!



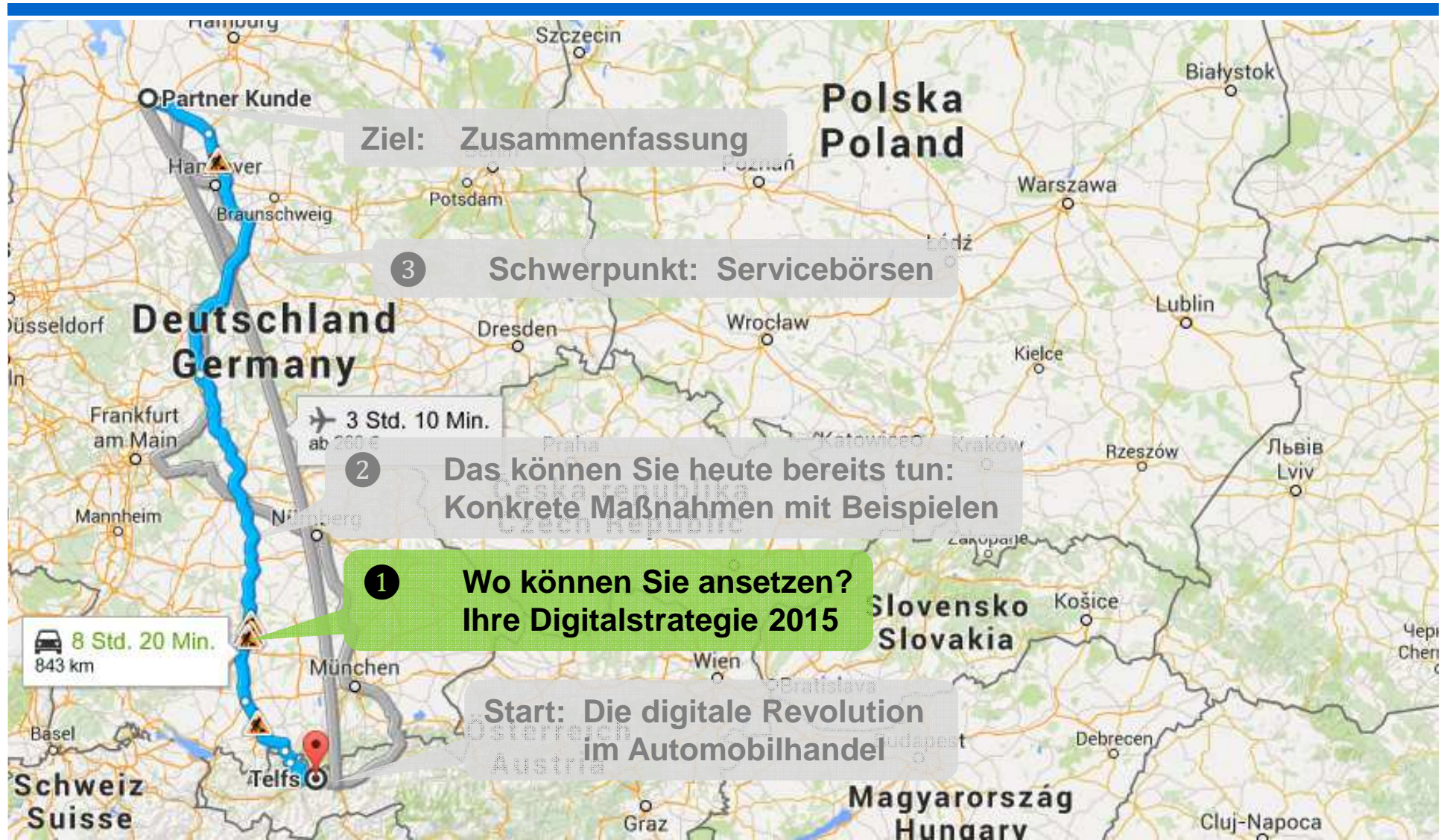
Hersteller werden jedes Potential der Digitalisierung ausschöpfen!



Wie stehen die Chancen des Handels, sich in diesem Trend zu behaupten?

=> HERVORRAGEND!!! ... wenn Sie Ihre eigene Digitalstrategie definieren und (schleunigst) umsetzen!

Unsere Fahrstrecke



Ansätze für Ihre Digitalstrategie

Wo?

Digitale Präsenz zum Kunden massiv ausbauen!

Kundenkontakte an allen physischen Touchpoints ausbauen und qualitativ (=emotional und persönlich) vertiefen!

Digitalen **Einkauf** ausbauen!

Wie?

- ● **Marke, Marke, Marke:**
Ihre regionale Handelsmarke – persönlich, authentisch, nah
- ● Konsequente und differenzierte **Zielgruppenorientierung**
- Stärkerer **Fokus auf Umsatz**
- **Erlebnisse** inszenieren
- ● Konsequente **Datenorientierung**

Womit?

Social Media | Ihre Website | Portale, Börsen, Plattformen |
Online-Promotion und -Werbung | Neue Technologien | **Persönlicher Kundenkontakt**



Aber mit System:

Beispiel: Fokus Kundenkontakte

Fokus auf Teilprozesse legen, die nicht digitalisierbar sind

Teilkaufprozesse	Digitalisierbarkeit
Informationssuche	Ja, vollständig möglich
Beratung	Ja, vollständig möglich
Präferenzbildung von Marke und Modell	Ja, vollständig möglich
Probefahrt	Keine physische Präsentation möglich
Inzahlungnahme des Vorwagens	Teilweise; Bewertung nur anhand von Fahrzeugdaten
Preisverhandlung	Ja, vollständig möglich
Kaufabschluss, inklusive Finanzierung	Ja, vollständig möglich
Bezahlung	Ja, vollständig möglich
Fahrzeugübergabe	Nein
Betreuung	Ja, durch personalisierte Website

Quelle: Hannes Brachat, Autohaus Sommerakademie 2014

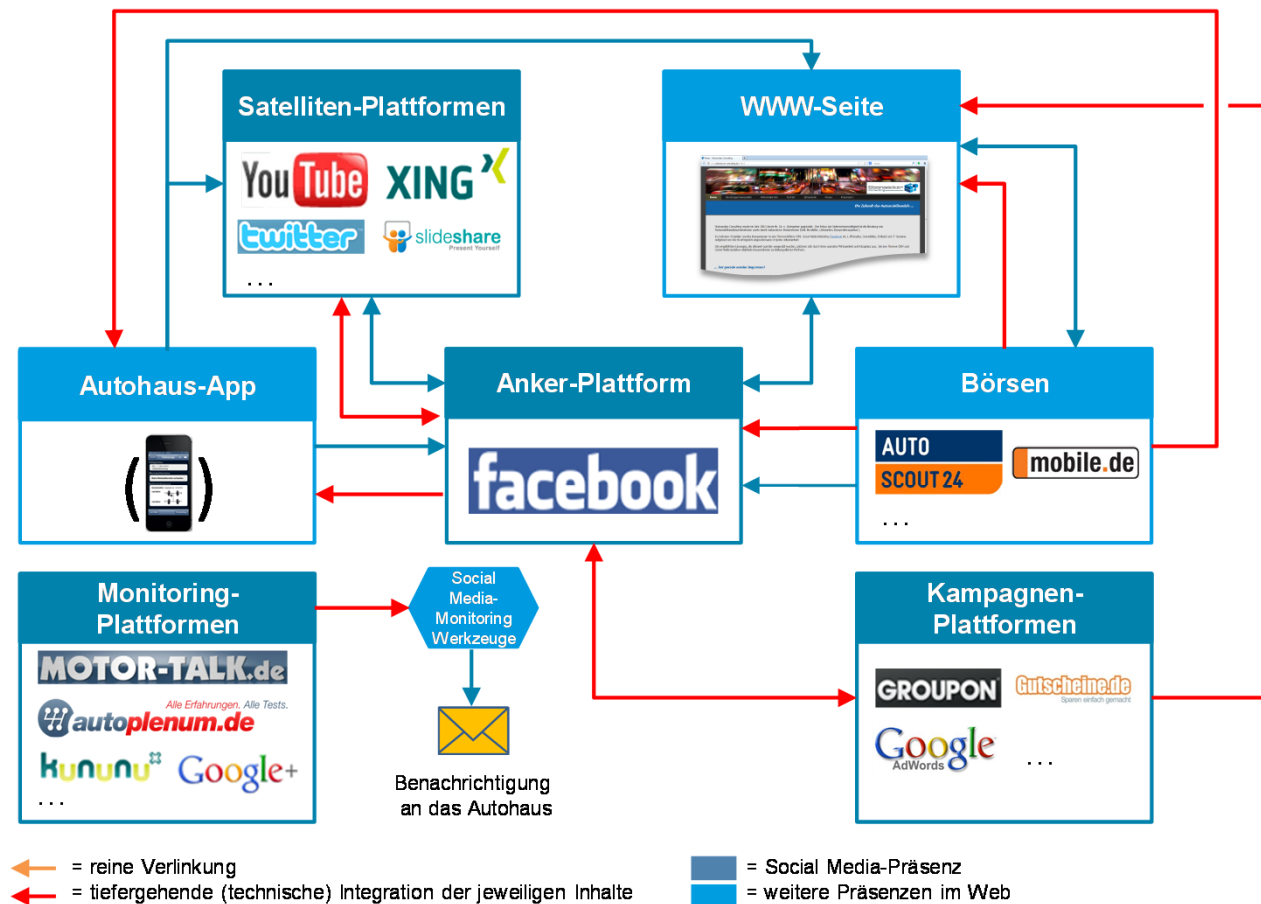
Ergänzung: Vertrauen

kaum; nur teilweise digital möglich

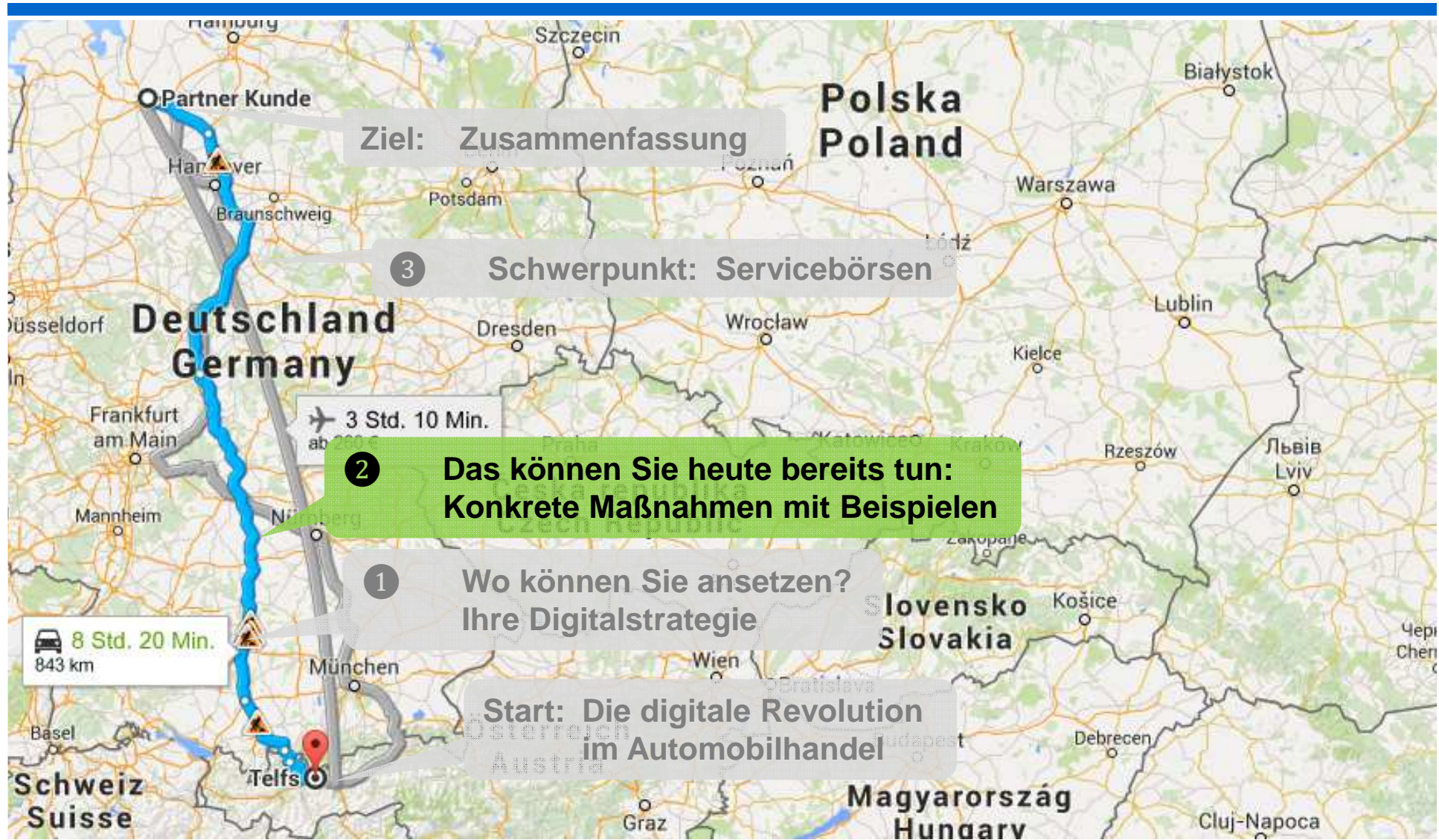
Aber mit System

Beispiel: Ordnung in das Digital-Chaos bringen

- Im Zentrum steht eine Ankerplattform, auf der die Kommunikation stattfindet (Facebook)
- Alle anderen kommen nur für Spezialaufgaben zum Einsatz und ziehen im Rahmen von Kampagnen die Aufmerksamkeit auf die Ankerplattform

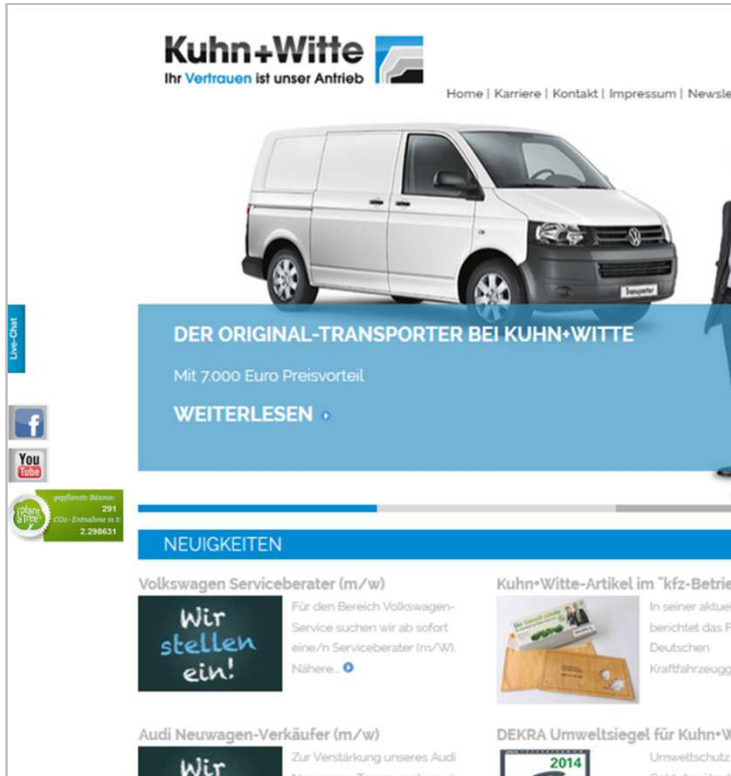


Unsere Fahrstrecke



Marke, Marke, Marke ...

Ihre Webseite



Kuhn+Witte
Ihr Vertrauen ist unser Antrieb

Home | Karriere | Kontakt | Impressum | News

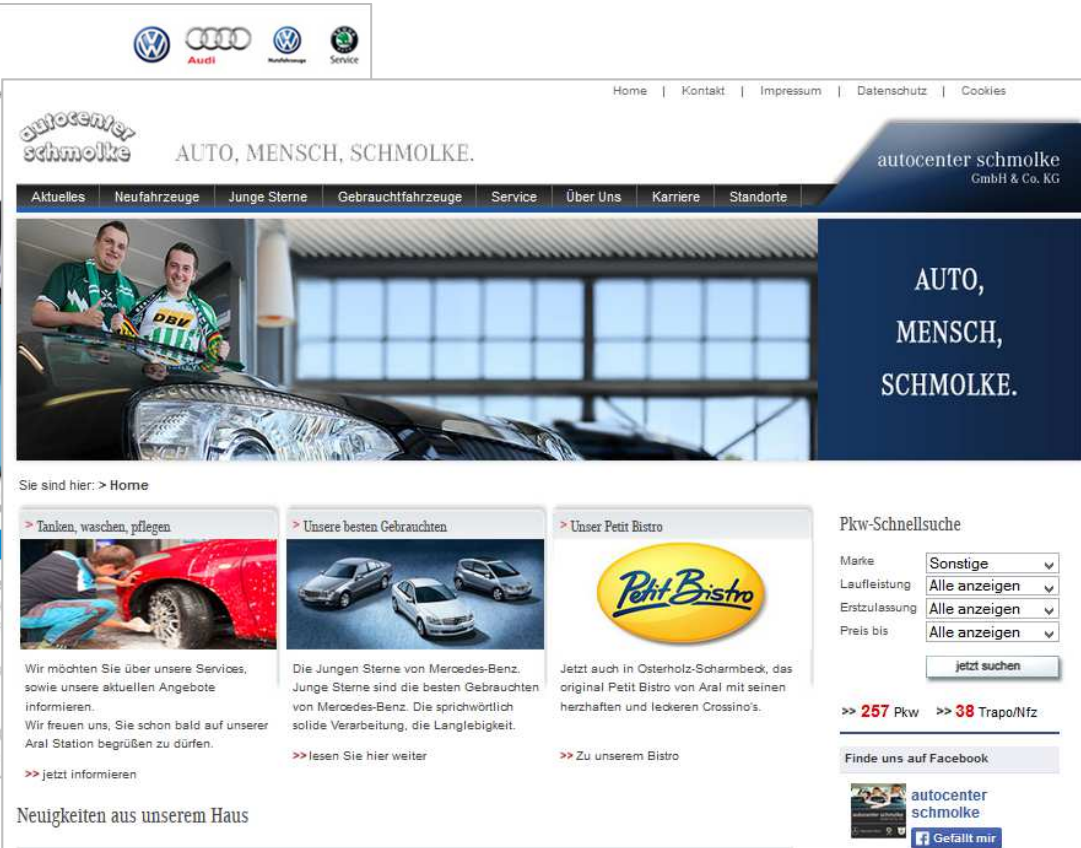
DER ORIGINAL-TRANSPORTER BEI KUHN+WITTE
Mit 7.000 Euro Preisvorteil
WEITERLESEN

NEUIGKEITEN

Volkswagen Serviceberater (m/w)
Wir stellen ein!
Für den Bereich Volkswagen-Service suchen wir ab sofort eine/n Serviceberater (m/w). Nähere...

Audi Neuwagen-Verkäufer (m/w)
Wir
Zur Verstärkung unseres Audi

DEKRA Umweltsiegel für Kuhn+Witte
Umweltschutz
2014



autocenter schmolke
AUTO, MENSCH, SCHMOLKE.

Home | Kontakt | Impressum | Datenschutz | Cookies

aktuelles | Neufahrzeuge | Junge Sterne | Gebrauchtfahrzeuge | Service | Über Uns | Karriere | Standorte

Sie sind hier: > Home

> Tanken, waschen, pflegen
Wir möchten Sie über unsere Services, sowie unsere aktuellen Angebote informieren. Wir freuen uns, Sie schon bald auf unserer Aral Station begrüßen zu dürfen.
>> jetzt informieren

> Unsere besten Gebrauchten
Die Jungen Sterne von Mercedes-Benz. Junge Sterne sind die besten Gebrauchten von Mercedes-Benz. Die sprichwörtlich solide Verarbeitung, die Langlebigkeit.
>> lesen Sie hier weiter

> Unser Petit Bistro
Jetzt auch in Osterholz-Scharmbeck, das original Petit Bistro von Aral mit seinen herzhaften und leckeren Crossino's.
>> Zu unserem Bistro

Pkw-Schnellsuche

Marke	Sonstige
Laufleistung	Alle anzeigen
Erstzulassung	Alle anzeigen
Preis bis	Alle anzeigen

jetzt suchen

>> 257 Pkw >> 38 TrapeNfz

Finde uns auf Facebook
autocenter schmolke
Gefällt mir

Neuigkeiten aus unserem Haus



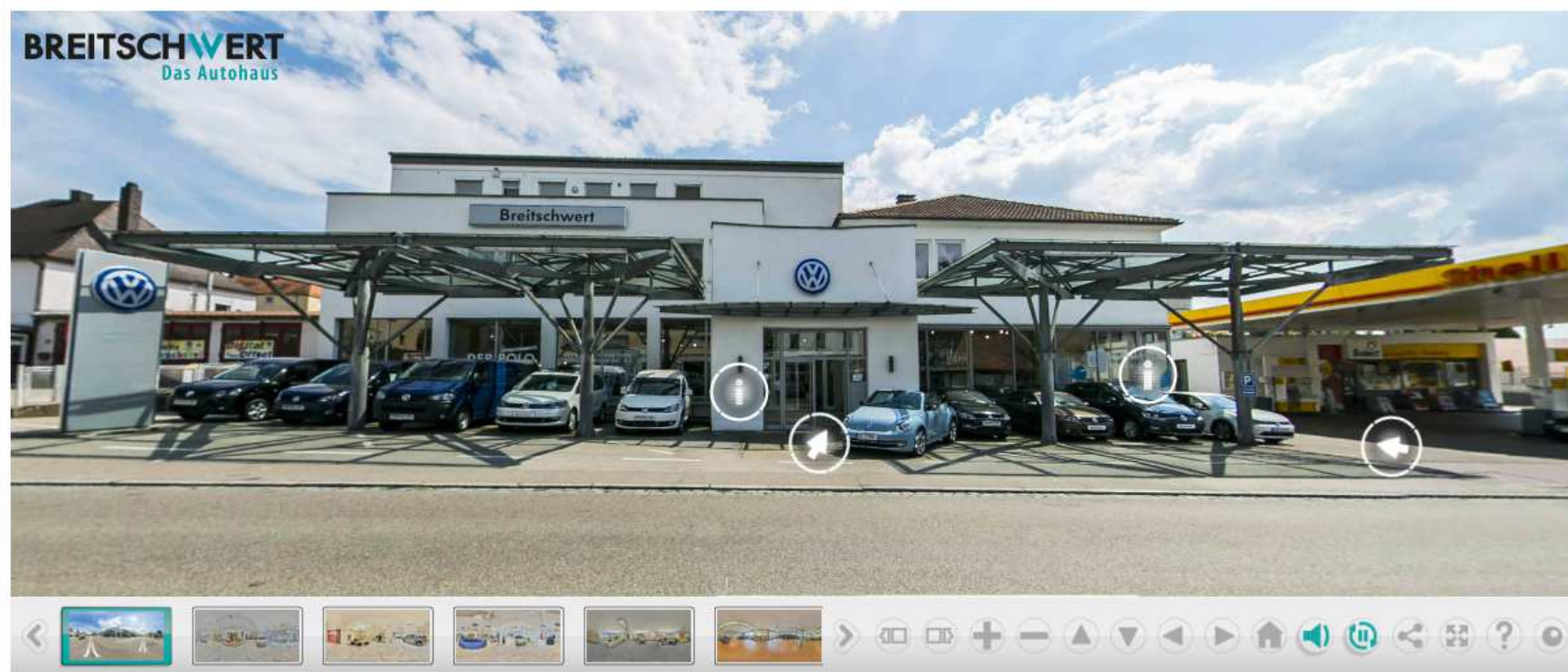
Auf 38,8% der Websites tritt Ihre Handelsmarke nicht in Erscheinung!
Auf 83,2% der Webseite treten Sie nicht als Arbeitgeber auf!

Marke, Marke, Marke ...

Der virtuelle Rundgang durch Ihr Autohaus



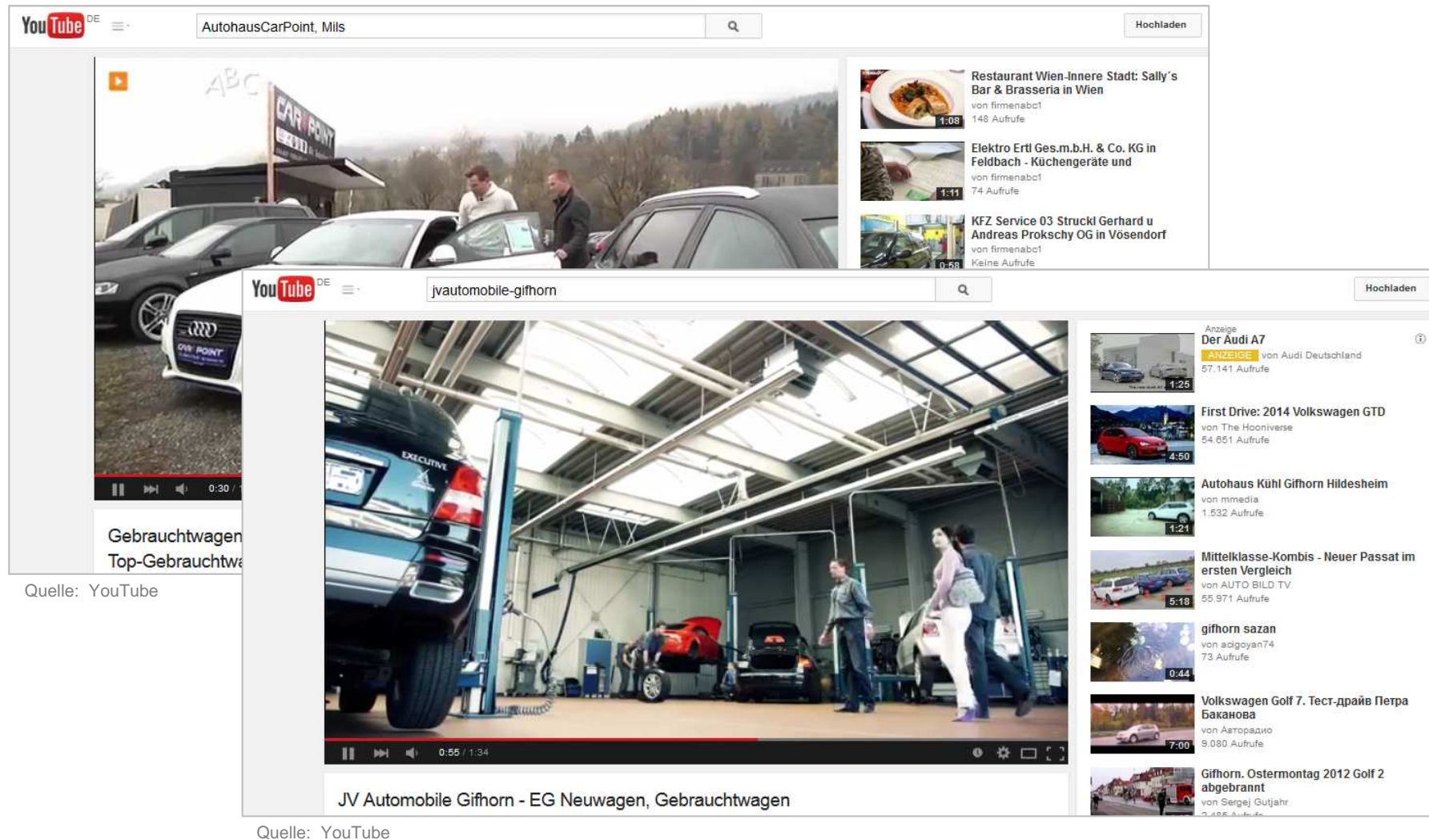
www.autokunz.ch



<http://www.breitschwert.de/>

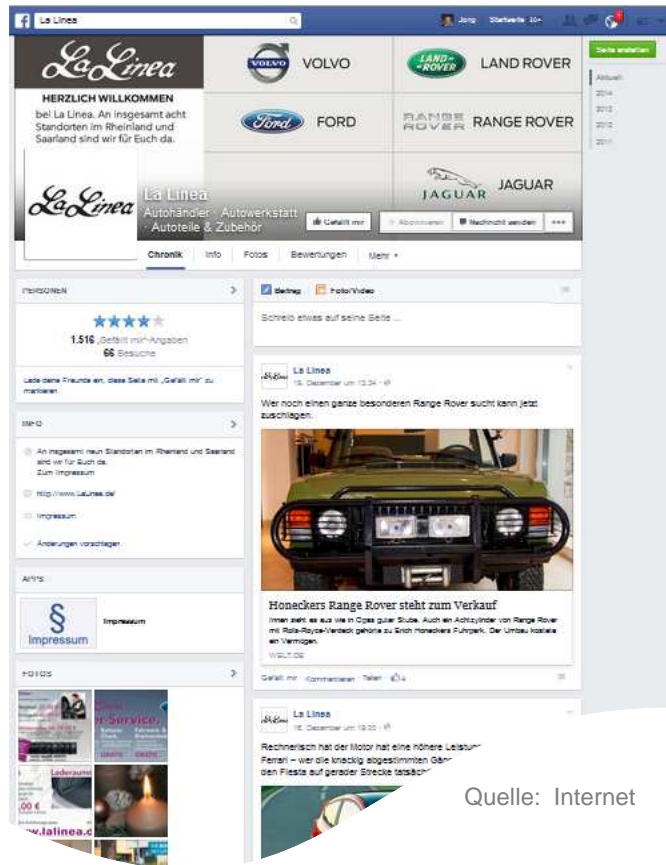
Marke, Marke, Marke

Imagevideos auf eigenem YouTube-Kanal

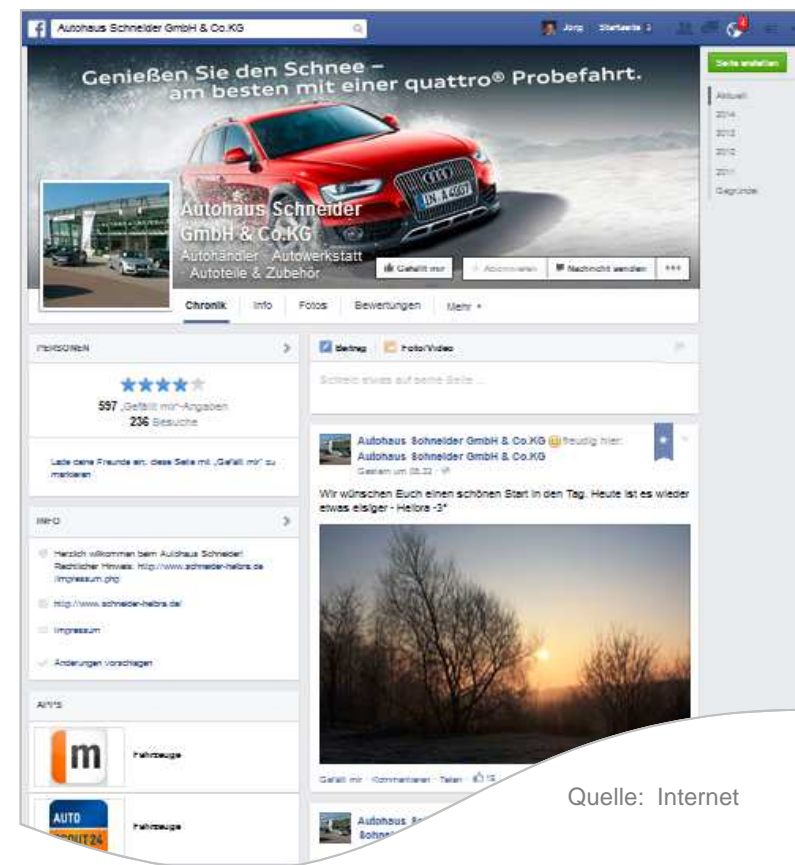


Marke, Marke, Marke

Social-Media-Angebot an die Fans



Quelle: Internet

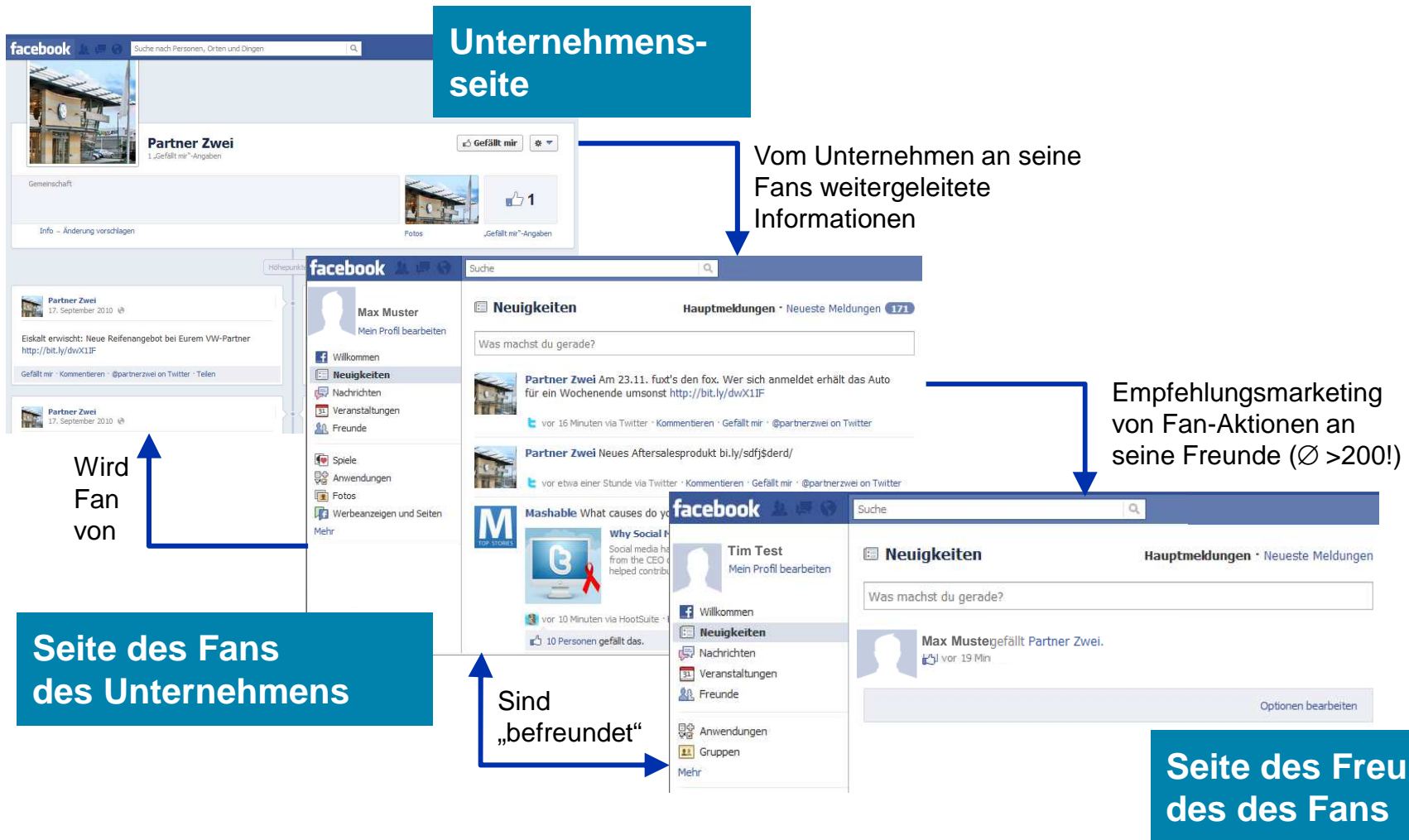


Quelle: Internet



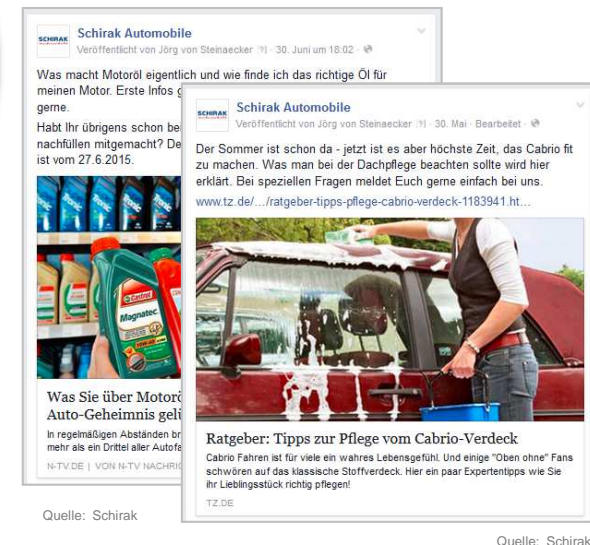
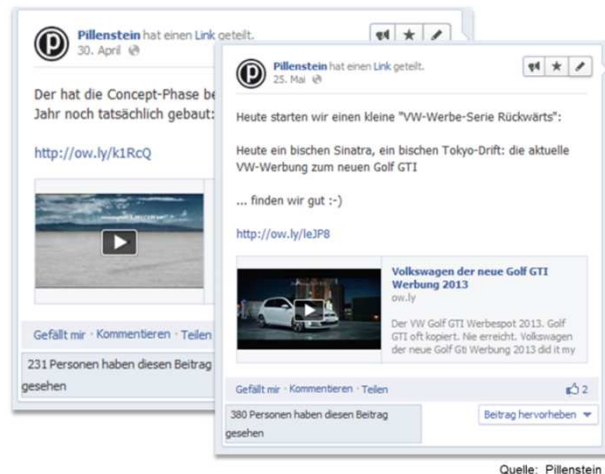
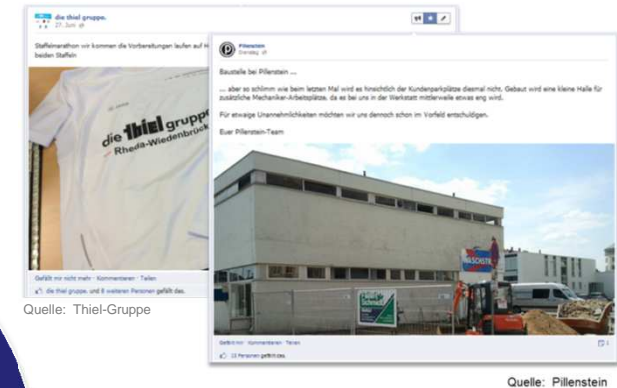
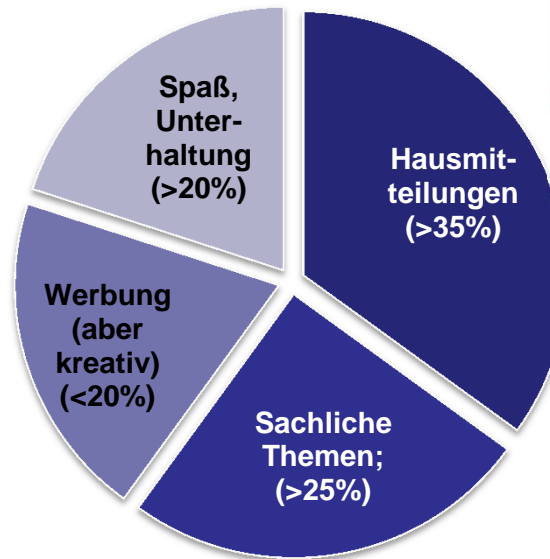
Nur 39,6% der Autohändler betreiben eine Facebook-Seite!
0% der Facebook-Seiten hatten ein Kontaktformular oder Serviceangebot!
42,9% der Facebook-Seiten haben kein ausreichendes Impressum!

Facebook: Das Prinzip des Empfehlungsmarketings



Marke, Marke, Marke

Der richtige Themen-Mix für Facebook



Nur 28,6% der Facebook-Seiten haben einen ausgewogenen Themenmix!
Nur auf einer Facebook-Seite werden die Fans zum Mitmachen animiert!

Marke, Marke, Marke


Facebook-Gewinnspiele bringen Leads ins Haus

Drehen Sie mal völlig am Rad!

Drücken Sie den Knopf um am Rad zu drehen und entscheiden Sie dann, ob Sie das Gewinn behalten oder Ihr Glück noch einmal versuchen möchten.

Sie haben 3 Versuche, einen von vielen tollen Preisen pro Monat zu gewinnen.

Viel Glück!



Kostenlose Stickstoffbefüllung Ihrer Reifen am Fahrzeug gewonnen!

Möchten Sie diesen Preis behalten oder nochmal drehen? (2 Versuche verbleiben)

[Am Rad Drehen](#) [Preis nehmen](#)

Vorname / Nachname
Jörg

von Steinaecker

Email

Straße, Hausnummer

PLZ / Ort

Geburtsdatum

Fahrzeug
Modell / Baujahr

Ich bitte um Rückruf wegen...
(Bitte Telefonnummer angeben)

Quelle: Pillenstein,
Eberle&Wollweber
Steinaecker Consulting

» Highscore ansehen

Der Auto-versteher

Wer weiß wie's funktioniert, der gewinnt! [» Spielregeln](#)

Mitmachen und gewinnen:

- 1 Wochenende Probefahrt und 1 Übernachtung im 
- Benzengutschein über 100€ oder andere tolle Preise!



Woher hat der Volkswagen Tiguan seinen Namen?

- ☐ Von einem arabischen Volksstamm
- ☐ Aus einer Umfrage in der Zeitschrift Auto Bild
- ☐ Der ist Ferdinand Piech eingefallen
- ☐ So hieß der Sohn des damaligen Entwicklungschefs von VW
- ☐ Steht für T-raction I-integrated G-guided U-urban A-utomobile N-avigation und deutet auf ein autonom fahrendes Fahrzeug hin

Antworten

[Meine Daten einsehen und ändern](#) [www.pillenstein.de](#)

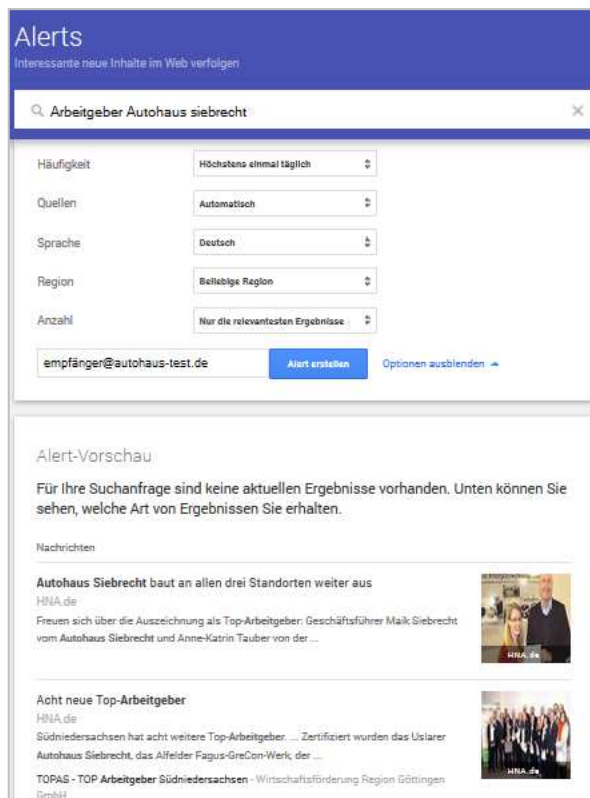
Quelle: Pillenstein,
Eberle&Wollweber
Steinaecker Consulting

Marke, Marke, Marke

Überwachen Sie Ihr Digitalimage

Google Alerts

Kostenlosen Suchroboter über die Nennung des eigenen Unternehmens im Netz schalten (www.google.de/alerts).



Quelle: Google Alerts, Internet

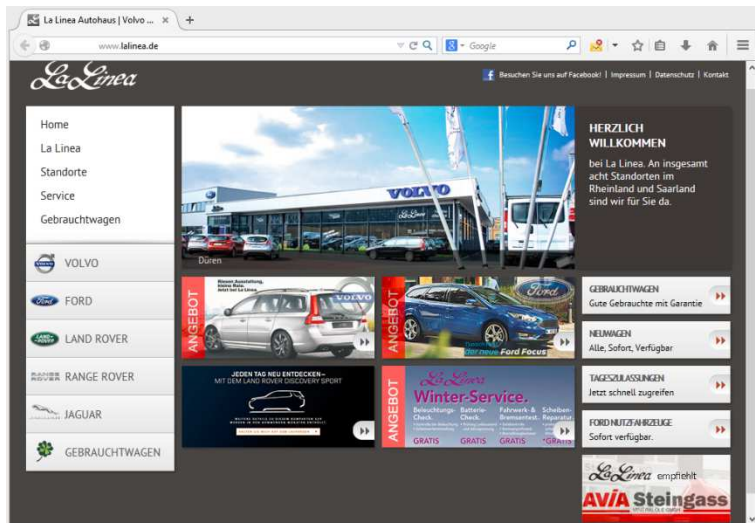
Manuelle Liste

Zusätzlich eigene Unternehmensprofile auf den nachfolgenden Seiten suchen und die Liste regelmäßig überprüfen:

- kununu.de
- autoplenum.de
- motor-talk.de
- werkstattcheck.de
- autohauskenner.de
- autoaid.de
- meinewerkstatt.de
- deine-autoreparatur.de
- 12autowerkstatt.de
- google.de
- kennstdueinen.de
- ciao.de
- trustpilot.de
- golocal.de
- testberichte.de
- ...

Konsequente Zielgruppenorientierung: Die Mobilfähigkeit Ihrer Website

- **28%** der Seitenzugriffe erfolgt über Tablet-PC's ¹⁾
- **50%** der Onliner rufen Netzinhalte von unterwegs auf ¹⁾
- **66%** der Neuwagenkäufer besitzen ein Smartphone ²⁾



Quelle: Internet

Automatische Konvertierung der
Webseite auf Mobilgeräte mittels
Responsive Design:

- Navigationsstruktur und Menüführung
- Reduzierte/veränderte Text-Inhalte
- Reduzierte Bildauflösung
- Integration von Mobilfunk-Funktionen (z.B. Anruf)
- ...



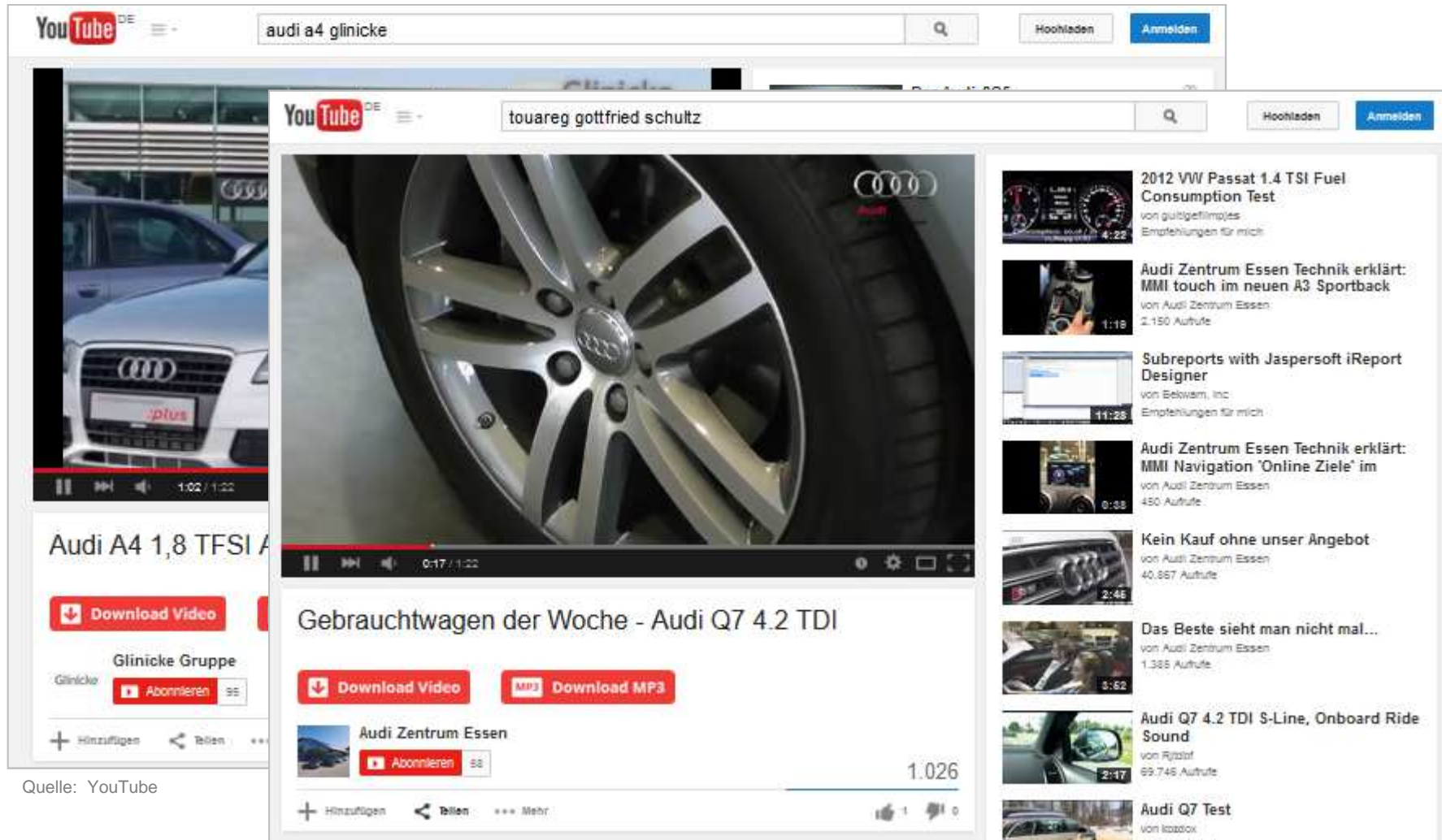
Quelle: Internet



Nur 20,8% der Websites sind mobil-optimiert!

- 1) ARD/ZDF-Onlinestudie 2014, <http://www.ard-zdf-onlinestudie.de/>
- 2) Studie Internet and Automotive Buying, Deutschland, NetPop 2012, Neuwagenkäufer n=503

Umsatzorientierung: Hochwertige GW-Präsentation auf YouTube



Quelle: YouTube

Quelle: YouTube

Umsatzorientierung Ihr Fahrzeugangebot auf Facebook

<https://www.facebook.com/pages/Autohaus-illgen-Stollberg/230955106960251?ref=ts&ref=ts>

Autohaus Illgen Stollberg

wir machen mobil

illgen

Autohaus Illgen Stollberg
Auto

Chronik Info Fotos **Fahrzeuge** Mehr

Unsere Fahrzeuge auf AutoScout24

Autos

Marke: Alle

Endpreis: < 500 € > 100.000 € Erstzulassung: < 1970 > 2015 Kilometerstand: < 5.000 km > 200.000 km

suchen

55 Fahrzeuge Sortieren nach: Neueste Angebote zuerst

€ 33.220,- 5.000 km 11/2014

110 kW (150 PS)

15 Bilder Teilen

Volkswagen Passat 1.4 TSI ACT Comfortline ACC LED PDC

Jahreswagen, Super 95, Limousine, Schaltgetriebe, reflexsilber, Kraftstoffverbrauch kombiniert: 5,0 l/100km CO2-Emissionen kombiniert: 116 g/km



**47,6% haben keine
Fahrzeugbörse auf
ihrer Facebook-
Seite!**

Umsatzorientierung: Der eigene E-Shop

Eigener E-Shop

Quelle: Internet

eBay-Shop

Quelle: Internet



Nur 22,6% der Websites verweisen auf einen E-Shop – und diese sind oft leer!

Umsatzorientierung: Lead-Generierung auf Ihrer Website

Nicht alle Interessenten wissen genau, wonach sie suchen sollen!

Wann bei

Können Sie schon eine Aussage zur Aufbauart oder Kategorie treffen?
(Aufbauart im äußeren Kreis, Kategorie im inneren Kreis; max. zwei Optionen wählbar)

☒ Ja, und zwar:

Wie schätzen Sie Ihren Farbwunsch ein?
(Farbbeispiele im äußeren Kreis, Farbkategorien im inneren Kreis; max. zwei Optionen wählbar)

neutral signal individuell

Auswahl 1: ☒ rot
Auswahl 2: ☒ individuell (X = Auswahl löschen)

Wie hoch schätzen Sie / Wissen Sie Ihre jährliche Fahrleistung?

Nutzung

Wie nutzen Sie das Fahrzeug?

☐ Privat
☐ Geschäftlich
☐ Hobbys
und zwar:

Quelle: www.knubel.de



Email zum Verkäufer



Vorteile:

- Beratung steht im Vordergrund
- Freiraum bei der Kfz-Auswahl
- Senkt Kontaktschwelle für unsichere/unentschiedene Interessenten



Auf 56,6% der Websites kann der Kunde nur schwer mit Ihnen Kontakt aufnehmen!

Umsatzorientierung: R.O.S.A. - Realtime Online Service Assistance

Wie aus anonymen Website-Besuchern identifizierte Leads werden

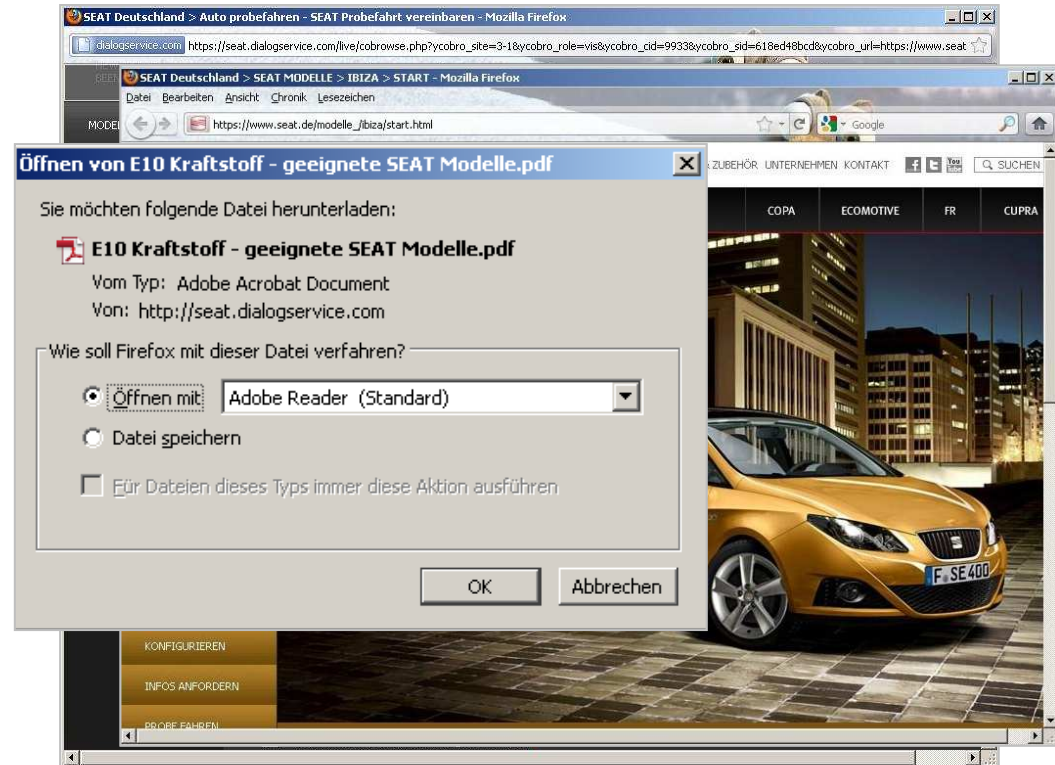
- Beobachtung der Website-Besucher durch Agenten
- Relevanz-Filterung der Besucher (je nach besuchten Seite, Besuchsdauer/-häufigkeit, Klickpfade, Verweildauer etc.)
- Ansprache der Besucher:
 1. Einspielen von Marketingaktionen auf Webseite
 2. Ansprache per Chat
 3. Audio-Kommunikation (ein-/ bidirektional)
 4. Video-Kommunikation (ein-/ bidirektional)



Umsatzorientierung: R.O.S.A. - Realtime Online Service Assistance

Individuelle Beratung, wenn gewünscht bis zum Abschluss:

- Video-Vorführungen
- Co-Browsing
(z.B. gemeinsames Ausfüllen von Formularen)
- URL-Push
(Agent öffnet beliebige Seiten im Browser des Besuchers)
- Dokumentenversand
(Übermittlung von Dokumenten in beiden Richtungen)



Zusätzlich erhält der Besucher ein komplettes Kommunikationsprotokoll, kann Zufriedenheitsbefragung online durchführen etc.

Quelle: JS DIALOG, Köln

Erhältlich als Produkt „R.O.S.A.“ bei:

- Jäger + Schmitter DIALOG GmbH, Rolshover Straße 524-526, 51105 Köln, Hr. Guido Cuypers-Koslowski, Tel.: 0221 - 9839-1124
- **Kosten:** auf Anfrage

Kundenkontakte ausbauen: Kooperation mit Plattformen

Den Reifenwechsel zur Frequenzerhö- hung nutzen ...

... wenn der Kunde
schon unbedingt seine
neue Schlappen selber
mitbringen will.

Kundenservice: 030 - 20 99 36 296 Anmelden

TIRENDO
Dein Auto will es auch!

in Reifen suchen

Warenkorb (0 Artikel)

Reifen Kompletträder Alufelgen Autoteile **NEU** Autozubehör Öle Tipps [Montagepartner wählen](#)

Lassen Sie sich Ihren Reifen einfach und bequem bei einem unserer 5.000 Montagepartner montieren.

Ihre Reifen werden kostenlos direkt in die Werkstatt Ihrer Wahl geliefert.

So funktioniert's

1. Montagepartner suchen
Einen der über 5.000 Montagepartner in Ihrer Nähe finden und auf [tirendo.de](#) auswählen. Die Montage der Reifen erfolgt schon ab 7,50€. [Mehr erfahren...](#)

2. Wunschtermin vereinbaren
Ihren Wunschtermin ganz bequem telefonisch* mit dem Montagepartner vereinbaren. [Mehr erfahren...](#)

3. Reifen montieren lassen
Reifen kostenlos direkt an den Partner liefern und dort schnell, professionell montieren lassen. [Mehr erfahren...](#)

*Die Telefonnummer unseres Montagepartners können Sie Ihrer Versandbestätigung entnehmen.

Quelle: Hannes Brachat, Autohaus Perspektiven 2015

Kundenkontakte ausbauen: Einkaufssignale auf Ihrer Webseite und Facebook


The screenshot displays the Renault Wien website. The header includes the 'löhr gruppe 1892' logo and a search bar. Below the header, there are logos for various car brands (VW, Audi, Porsche, Skoda) and a navigation menu with links like 'LÖHRGRUPPE', 'STANDORTE', 'NEUWAGENINFO', 'FAHRZEUGE', and 'NEWS & ANGEBOTE'. A prominent banner reads 'Wir kaufen Ihre Gebrauchten.' with the subtext 'Auch wenn Sie kein Auto bei uns erwerben.' and the 'löhr gruppe 1892' logo. Below this, a navigation bar lists 'AKTIONEN', 'NEUWAGEN', 'GEBRAUCHTWAGEN', 'ELEKTROFAHRZEUGE', 'SERVICE', 'FIRMENKUNDEN', and 'KONTAKT'. A secondary navigation bar includes 'GEBRAUCHTWAGEN SUCHE', 'GEBRAUCHTWAGEN DER WOCHE', '7 STERNE GEBRAUCHTWAGEN', 'WIR KAUFEN IHREN GW', and 'GEBRAUCHTWAGEN FINANZIERUNG'. The main content area features a large orange banner with a cartoon character and the text 'WIR KAUFEN IHREN GEBRAUCHTEN' followed by 'ZU TOP KUNDITIONEN' and 'SCHNELL UND UNBÜROKRATISCH'. Below the banner, a form is provided for users to submit their old car for purchase. The right sidebar contains links for 'PROBEFAHRT', 'SERVICETERMIN', 'RÜCKRUF', 'NEWSLETTER', and 'ANFAHRTSPLAN'.

www.loehrgruppe.de

<http://www.renault-wien.at/web/gebrauchtwagen/wir-kaufen-ihren-gw>

Wer mag, sogar mit eigener Domain: www.ichwillmeinautoeloswerden.de
www.wirkaufendeinauto.de
www.autoankaufbayern.de

Online-Promotion und Werbung: Werbung auf Facebook

- Bannerwerbung wird im fb-Profil der Anwender gezeigt  Werbeplatz
- Verlinkung auf jede Internetadresse (auch außerhalb von Facebook) möglich
- Nie da gewesene Möglichkeiten zur Eingrenzung der Zielkunden
- Bei sehr hoher Zahl der Zielkunden, z.B. (inkl. 80km, über 18 Jahre)

– Lüneburg 726.000
 – Fürth: 367.000
 – Koblenz 434.000
 – Osnabrück: 457.000
 – Münster 722.000
 – Dortmund: 1.707.000

- 100% Budgetkontrolle durch Tageslimits und „pay-per-click“

Geschätzte Reichweite

19.380 Personen

- die in **Deutschland** leben
- die im Umkreis von 80 Kilometern von **Bielefeld, Bremen, Dortmund, Hanover, Kassel, Münster, Osnabrück oder Paderborn** leben
- die zwischen **20** und **45** Jahre alt sind
- die **autos, berater, porsche, verkaufsberater, verkaufsleiter, verkäufer oder verkäuferin** mögen

Lust auf Porsche?
content2.eu.porsche.com



Das Porsche Zentrum stellt ein: Gebietsverkäufer Neuwagen! Faszination Sportwagen - jetzt bewerben!

Ort

Land: [?] Deutschland x

☐ Überall

☒ Nach Stadt [?]

Bielefeld x Bremen x Dortmund x Hanover x Kassel x
 Münster x Osnabrück x Paderborn x

☒ Einschließlich Städte in 80 Kilometer.

Demografie

Alter: [?] 20 - 45

☐ Genaue Übereinstimmung des Alters erforderlich [?]

☐ Zielgruppe anhand der Geburtstage von Nutzern auswählen

Geschlecht: [?] ☒ Alle ☐ Männer ☐ Frauen

Interessiert an: [?] ☒ Alle ☐ Männern ☐ Frauen

Beziehungsstatus: [?] ☒ Alle ☐ Single ☐ Verlobt
☐ In einer Beziehung ☐ Verheiratet

Sprachen: [?] Gib eine Sprache ein

„Gefällt mir“ & Interessen

Autos x Berater x Porsche x Verkaufsberater x
 Verkaufsleiter x Verkäufer x Verkäuferin x

Empfehlungen zu „Gefällt mir“ & Interessen

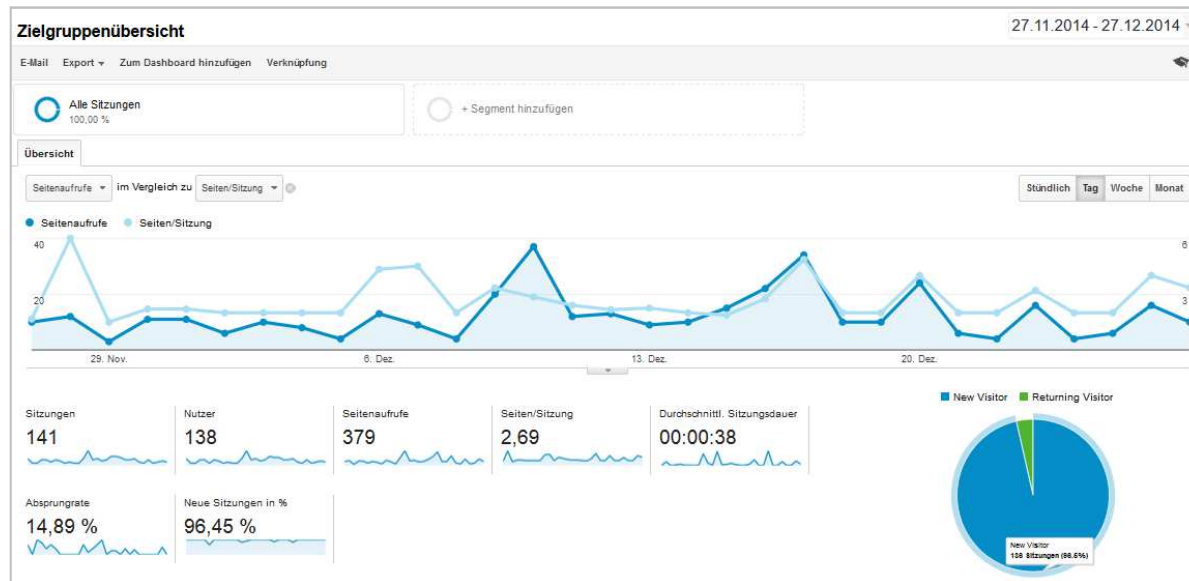
Ausbildung & Arbeit

Ausbildung: [?] ☒ Alle ☐ HochschulabsolventIn
☐ StudentIn
☐ SchülerIn

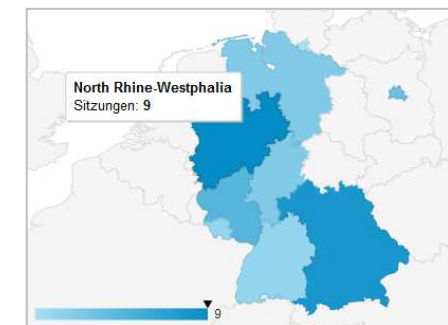
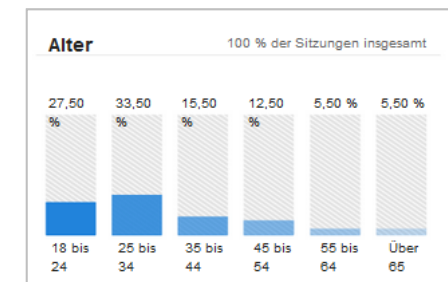
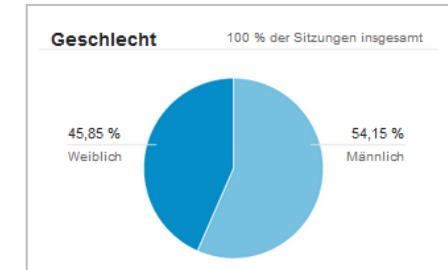
Konsequente Datenorientierung: Zielgruppenmessung, Webseiten-Optimierung

Google Analytics (www.google.com/analytics) bietet Ihnen kostenlos eine detaillierte Zielgruppenanalyse Ihrer Webbesucher, inkl. Benchmark-Daten:

- Nach Geschlecht, Alter, Region, Interessen, Sprache, ...
- Nach Häufigkeit, Neu/Wiederkehrer, Abbruchraten, Click-Flow, Technologie, Stationär/Mobil, ...

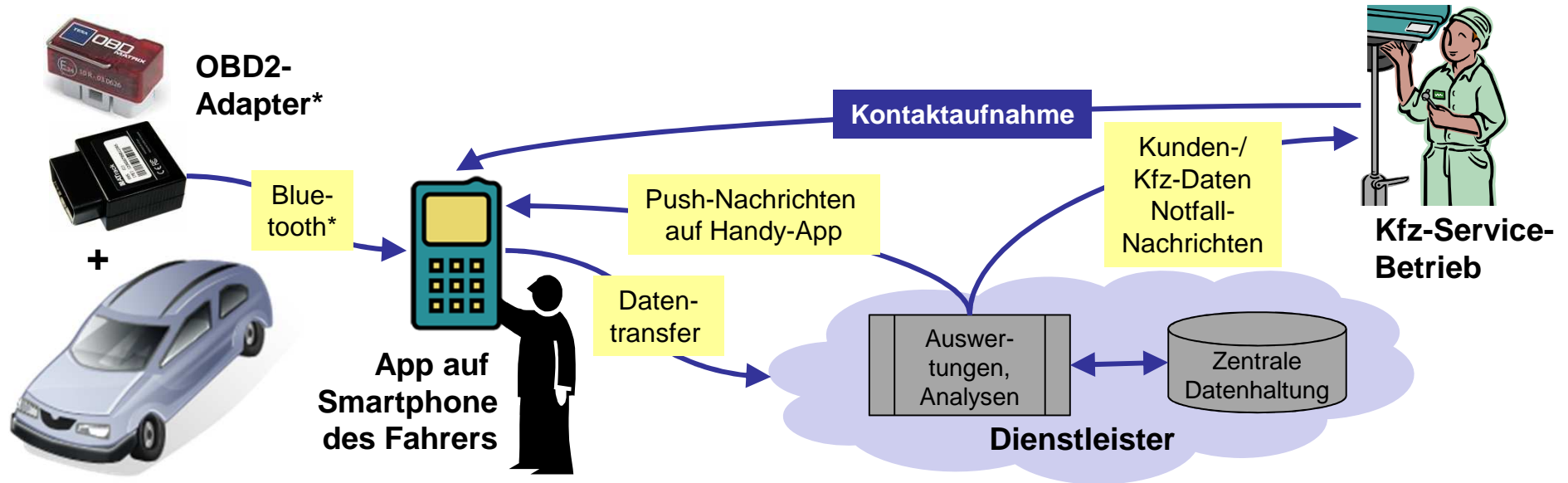


Quelle: Google Analytics, Internet



Nur 47,2% Ihrer Websites haben Google Analytics oder Piwik installiert!

Neue Technologien: Connected Car und CRM - heute bereits erhältlich



➔ **ALLE Hersteller arbeiten an einer Lösung (i.d.R. ohne Beteiligung des Handels). Hier droht dem Handel ein wesentlicher Teil der Kundenbeziehung abhanden zu kommen.**

Erhältlich bei

- O2 „Car Connection“, 1. Jahr 99€, Folgejahre 60€
- Vodafone „Drivexone“, Einmalig 79€ zzgl. 3€ / Monat
- Andere Anbieter wie AMV, Texa etc.

* Bei einigen Lösungen enthält der Adapter ein GSM- und ein GPS-Modul

Ausbau Kundenkontakte (und –bindung): Beschwerdemanagement 2.0

Aktives Einladen zu Feedback auf Ihrer Webseite

- Eine Beschwerde ist eine Steilvorlage, um zu glänzen!
- Kunden, die sich beschweren, wollen bei Ihnen bleiben!

Systematischer Einsatz von Bewertungsplattformen (Bsp.: Ärzte):



Bild: Steinaecker Consulting

Anregungen und Kritik
Ihre Meinung ist uns wichtig!

Bitte nutzen Sie das Kontaktformular, um uns Ihre Anregungen oder Kritik zu unseren Dienstleistungen mitzuteilen. Wir freuen uns über Ihre offenen Worte und melden uns schnellst möglich bei Ihnen.
Herzlichen Dank!

Die gekennzeichneten Felder (*) müssen vollständig ausgefüllt werden.

Ihre Kontaktdaten

Firma

Anrede*
Bitte wählen

Vorname*

Straße* Nr.*

Telefon (privat)*

Fax

Kunden-Nr.

KFZ-Kennzeichen

Titel

Nachname*

PLZ* Ort*

Telefon (dienstlich)

E-Mail

Rechnung*

Quelle: Internet, Wemendo

Das gute alte Gutscheinheft

Wirksames Instrument, wenn es ...

- ... aktiv erläutert und verkauft wird
(z.B. bei NW-/GW-Auslieferung, Mehrwert in €)
- ... nachgehalten wird
(permanente Erinnerung des Kunden)
- ... es intelligent gestaltet ist
(z.B. Bindung an das Fahrzeug)

Kunden werben Kunden
Ihre Empfehlung wird belohnt: Für jede erfolgreiche Empfehlung, die zu einem Vertragsabschluss (Kauf Neu- oder Gebrauchtwagen) durch einen neuen Kunden führt, erhalten Sie einen Bonus.

Gutschein Bremsen & Stoßdämpfer-Check
Im Wert von **10,- €**
Gutschein Bremsen & Stoßdämpfer-Check
Im Wert von **10,- €**
Gutschein Bremsen & Stoßdämpfer-Check
Im Wert von **10,- €**
Gutschein Bremsen & Stoßdämpfer-Check
Im Wert von **10,- €**

Kostenloser Bremsen & Stoßdämpfer-Check*
Damit Sie nicht ins Schleudern kommen, testen wir kostenlos die aktuelle Leistungsfähigkeit Ihrer Bremsen und Stoßdämpfer.

Mit uns fahren Sie besser.
Das Bonusheft der Löhrguppe.

löhrguppe.de

Nutzfahrzeuge
VW Audi PORSCHE TOYOTA LEXUS

Quelle: Löhrguppe

Ausbau Kundenkontakte (und –bindung): Das Auslieferungsevent

Inszenieren Sie den emotionalsten Automobilmoment beim Kunden!

Gutes für den Kunden:

Bewirtung, Geschenk (zielgruppenspezifisch!), Überraschung (z.B. Bonusheft, Fahrzeugakte), Fahrzeugerläuterung, Übergabefoto anbieten, Betriebsrundgang, Vorstellung des „persönlichen“ Kundendienstberaters, Zubehörspezialisten etc.



Bild: Matthias Riesenberg / pixelio.de

Gutes für Ihr Autohaus:

Kundenbindungsprogramm (z.B. Bonusheft, Kundenkarte etc.) vermitteln, Datenschutzerklärung sichern, „Dürfen wir Sie zur HU anrufen?“, Kundendaten vervollständigen etc.

Und:

- Für NW- **UND** GW-Kunden!
- Autostadt-Abholer nicht vergessen: konsequent anschreiben und einladen!



Ausbau Kundenkontakte (und –bindung): Eventmarketing im Autohaus

Wichtig:

- Zielgruppenorientiert
- Erfahrbar, erlebnisorientiert, interaktiv, inszeniert, emotional aufgeladen
- Beziehungs- nicht produkt- oder verkaufsorientiert

Es darf auch gerne einmal etwas anderes als das Oktoberfest-Motto sein:



Möglichkeiten gibt es genug:

	Beispiel	W		Beispiel	W
Kultur im Autohaus	Musikveranstaltungen	I	Automobil	Oldtimer-Tag/-Rallye	I
	Kleinkunsttag	I		Tuningtage	A
	Autorenlesung	I		Fahrsicherheitstraining/-simulator	I
	Benefizveranstaltung	I		Reifenwechsel-Frühstück	A
	Karnevalsitzung	I		GW-Auktion/-Abverkaufstag	A
	Modenschau	I		Infotainment-Tag	A
	...			Teilelager-Räumungsverkauf	A
Sport	Sportvereine-Tag	I	Firmenkunden	...	
	Golfturnier	I, A		Unternehmerforum	I, A
	Boxen im Autohaus	I		Handwerkertage	I, A
	Public Viewing	I		IAA-Besuch	I, A
	
Eigenmarketing	Servicetag/offene Werkstatt	I, A	Familie, Kinder	Schulanfänger-/Ranzenparty	I
	Azubi-Tag	I		Familihtag	I
	Thementag (Energie etc.)	I, A		Jugend/Führerscheinneulinge	I
	Jubiläen und Geburtstage	I		Kindertag	I
	...			Frauentag	I
Party, Freizeit	Motto-Fest (Oktoberfest etc.)	I		...	
	Sommer-/Grillfest	I	Legende: W = Wirkung mit I = eher imagefördernd A = eher absatzfördernd		
	Partys	I			
	Parkplatz-Minigolf-Turnier	I			
	Flohmarkt im Autohaus	I			
	...				

Quelle: Steinaecker, J.v., „Nie mehr Beziehungslos – CRM in Automobilhandel und –service“, Springer Automotive Media, 2013

Ausbau digitaler Einkauf: Nutzen Sie die digitalen Einkaufsquellen

Beispiel: Teileeinkauf (siehe oben)

Beispiel: Reifeneinkauf

1 www.autokarman.de	23 www.reifen-verband.de
2 www.autoreifen-outlet.de	24 www.reifen.com
3 www.autoteilestore.com	25 www.reifen24-shop.de
4 www.brocat-reifen.de	26 www.reifen24.de
5 www.e-tyre.de	27 www.reifenboerse-online.de
6 www.fritzreifen.de	28 www.reifenchampion.de
7 www.giga-reifen.de	29 www.reifendirekt.de
8 www.goodwheel.de	30 www.reifendiscount.de
9 www.gripgate.com	31 www.reifengeschickt.de
10 www.guenstige-reifen-online.de	32 www.reifenleader.de
11 www.i-reifen.de	33 www.reifenpilot24.de
12 www.mobilereifen.de	34 www.reifenportal.de
13 www.online-reifen.com	35 www.reifenschnorrer.de
14 www.oponeo.de	36 www.reifensuche.de
15 www.pneuhage-shop.de	37 www.reifentiefpreis.de
16 www.pneuportal.de	38 www.reifenversand-online.de
17 www.popgom.de	39 www.reifenversand.com
18 www.reifen-abgefahren.com	40 www.reifenwelt-west.de
19 www.reifen-berg.de	41 www.shop-premio-fuhrmann.de
20 www.reifen-pneus-online.de	42 www.tirendo.de
21 www.reifen-richtig-billig.de	43 www.vergoelst.de
22 www.reifen-ritter.de	

Quelle: Hannes Brachat, Autohaus Perspektiven 2015

Beispiel: Fahrzeuge

Kfz-Vermittler (eher für Endkunden)

- 1 www.12neuwagen.de
- 2 www.apl.de
- 3 www.autohaus24.de
- 4 www.autoscout24.de
- 5 www.carneoo.de
- 6 www.carsagentur24.de
- 7 www.carworld-24.de
- 8 www.gebrauchtwagen.de
- 9 www.intercar-24.de
- 10 www.meinauto.de
- 11 www.mobile.de
- 12 www.netcar.de
- 13 www.neuwagen24.de
- 14 www.newcar24.de
- 15 www.pro-neuwagen.de
- 16 www.sixt-neuwagen.de

Vermittler für Handel

- 1 www.easyautosale.com
- 2 www.carsale24.de

Weitere Plattformen zu ...

- Werkswagen
- Kfz-Suchmaschinen
- Leasinggesellschaften
- Auktionen
- Werkswagen
- Mietwagen
- ...

... erhalten Sie von:



Nico Polletti

Tel: 089-540 466 911

np@easyautosale.com

Weitere Maßnahmen und Ansatzpunkte

Offline sichtbar sein: Plakate, Flyer, Rechnungsbeileger, Visitenkarten, Briefpapier, Kunden-Mailings etc.



Quelle:
Eberle&Wollweber
Steinaecker Consulting

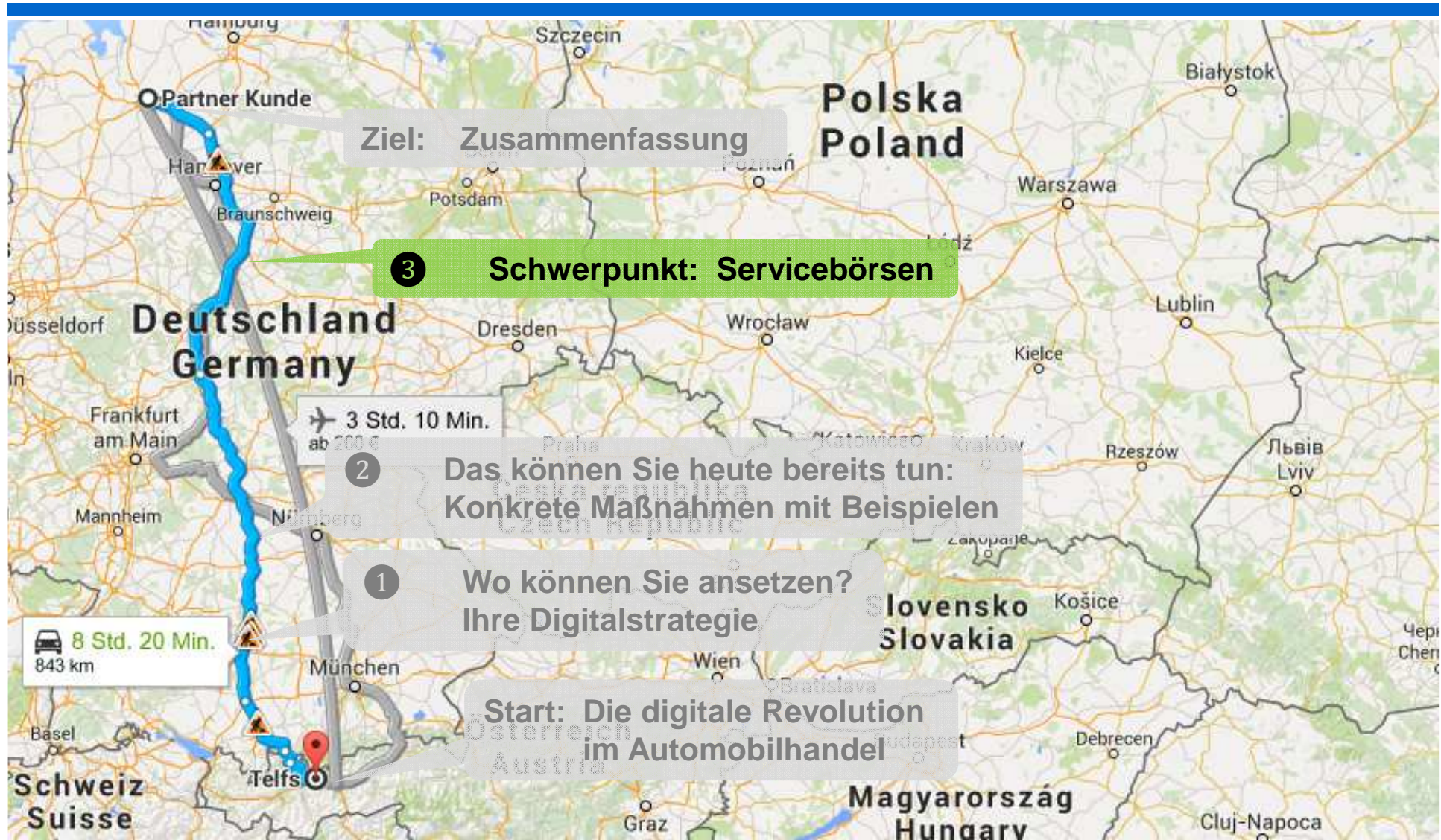
Jede eigene Internet-Präsenz mit jeder anderen eigenen Internet-Präsenz SICHTBAR verlinken



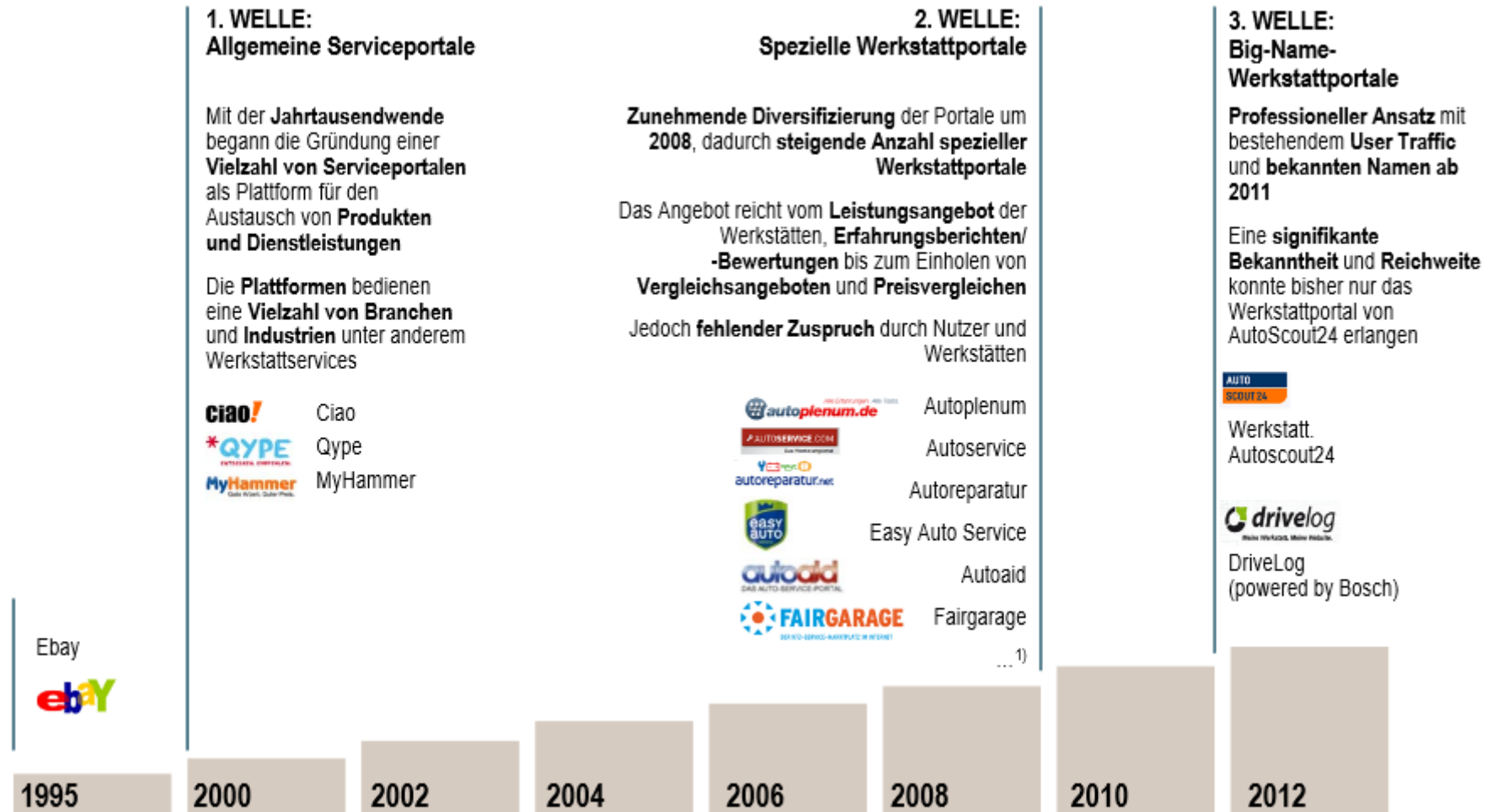
Quelle: Internet

**Und noch eine Bitte an den Hersteller:
auch für digitale Initiativen WKZ bereitstellen!**

Unsere Fahrstrecke









Entwicklung Werkstattportale



Quelle: Roland Berger, Studie – Werkstattportale in Deutschland – Wer wird der "Google" für Werkstattleistungen?, Februar 2013











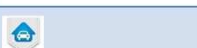



Werkstattportal ist nicht gleich Werkstattportal

Werkstattportale 				
Vergleichsportale		Portale ohne Vergleich	Bewertungsportale	Software-schnittstellen
Direkter Angebotsvergleich	Verdeckter/zeitversetzter Angebotsvergleich	Empfehlung einer Werkstatt	Kunden können eine Bewertung abgeben	Platzierung von Angeboten auf mehreren Kanälen
<ul style="list-style-type: none"> Sofortige verbindliche Buchung Volle Angebots-transparenz mit Preisvergleich 	<ul style="list-style-type: none"> Keine öffentliche Angebotspräsentation Kunden erhalten Angebote auf Anfrage und werden individuell erstellt 	<ul style="list-style-type: none"> Keine Angebotsvergleichbarkeit Portal wählt Werkstatt aus und empfiehlt diese Angebotsabwicklung und Auftragserteilung über Portal 	<ul style="list-style-type: none"> Werkstattverzeichnis ohne Leistungsangebot Mit Kundenbewertungen U.U. mit Verknüpfung zu anderen Portalen 	<ul style="list-style-type: none"> Ähnlich einem Redaktionssystem Zur Veröffentlichung von Werkstattleistungen auf Portalen (u.a. eBay Motors, Google Shopping, ReparaturFuxx etc.), Marktplätzen, Hersteller-Portale, Firmen-Websites 

Detaillierte Informationen über alle 20 Werkstattportale unter <http://www.wolk-aftersales.com/werkstattportale-im-internet.html>
Eine ausführliche Studie zur Entscheidungsunterstützung kann bei <http://www.wolk-aftersales.com/werkstattportale-kompass.html> bestellt werden.

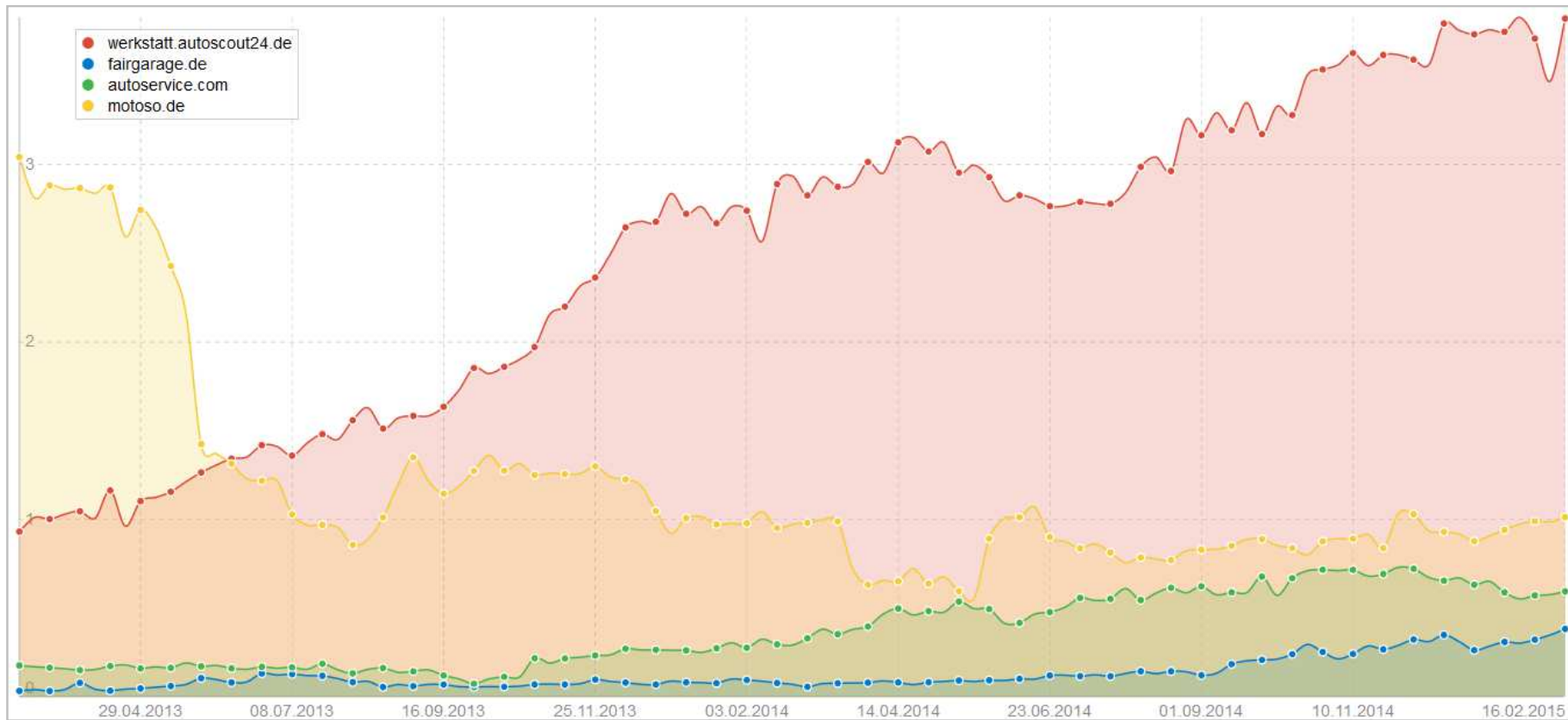
Quelle: mit freundlicher Genehmigung von Wolk Aftersales Experts (2015)

Kurzvergleich der Portale

Portal	Gehört zu	Anz. Werkstätten (ca.)	Besucher / Monat (ca.)	Web-Relevanz	Anmeldegebühr	Lfd. Kosten	Kosten / Auftrag bzw. Angebot	Provisionen vom Auftrag
		3.500	800.000	3,823 / 1.298	145€ (0€ bei online)	69€ / Monat	0€	5%
	DAT	1.900	30.000	0,3822 / 59	0€	30€ / Monat	0€	9,50€
	Robert Bosch	100	k.A.	0,0507 / 35	0€	0€	0€	10%
		4.500	250.000	0,1853 / 596	0€	4,90€ - 29,90€ / Monat	0,49€ / Anfr. ab Schwellwert	5%
		7.500	300.000	0,2562 / 1.335	0€	0€ - 14,95€ / Monat	0€	8% - 5%, max 50€
		1.350	k.A.	0,0012 / 87	0€	69€ / Monat	0€	10%
	Trost Autoservice	4.000	500.000	0,5938 / 5.044	0€	19,90€ / Monat (Nicht-Mitglieder)	0€	0€
		600	k.A.	0,0107 / 9	0€ während Beta	0€ während Beta	0€ während Beta	0€ während Beta
		800	600.000	1,013 / 148	0€	29€ / Monat	0€	0€
		10.000	100.000	0,0156 / 38	0€	5€ / Monat	0,39€ / Ausschreibung	0€
		180	k.A.	0,0088 / 109	0€	0€	Ja / Angebot (k.A.)	0€
	Hans Hess Autoteile	280	k.A.	0,007 / 72	99€	149€ / Jahr	0€	0€
	Coparts Autoteile	1.350	k.A.	0,0072 / 19	0€	0€	0€	ja (k.A.)
		140	k.A.	0,0153 / 6	0€	0€	0€	Ca. 10%

Quelle: Wolk Aftersales Experts (2015), eigene Recherchen, Stand Mär'15

Wie sichtbar sind die Top-Portale im Web?



Quelle: www.sistrix.de

Nach welchen Key-Words suchen die Nutzer bei AutoScout?

Keyword	Ranking	URL	Wettbewerb	Traffic
zahnriemenwechsel	1	werkstatt.autoscout24.de/zahnriemenwechse	<div><div></div></div>	<div><div></div></div>
autowerkstatt	1	werkstatt.autoscout24.de/autowerkstatt/	<div><div></div></div>	<div><div></div></div>
werkstatt	3	werkstatt.autoscout24.de/	<div><div></div></div>	<div><div></div></div>
zahnriemen	2	werkstatt.autoscout24.de/zahnriemenwechse	<div><div></div></div>	<div><div></div></div>
kfz werkstatt	1	werkstatt.autoscout24.de/kfz-werkstatt/	<div><div></div></div>	<div><div></div></div>
inspektion	1	werkstatt.autoscout24.de/inspektion/	<div><div></div></div>	<div><div></div></div>
ölwechsel	2 +1	werkstatt.autoscout24.de/oelwechsel/	<div><div></div></div>	<div><div></div></div>
autoreparatur	1 +1	werkstatt.autoscout24.de/autoreparatur/	<div><div></div></div>	<div><div></div></div>
zylinderkopfdichtung	3	werkstatt.autoscout24.de/zylinderkopfdichtun	<div><div></div></div>	<div><div></div></div>
lichtmaschine	9 +2	werkstatt.autoscout24.de/lichtmaschine/	<div><div></div></div>	<div><div></div></div>
achsvermessung	1 +1	werkstatt.autoscout24.de/achsvermessung/	<div><div></div></div>	<div><div></div></div>
zahnriemen wechseln	1	werkstatt.autoscout24.de/zahnriemenwechse	<div><div></div></div>	<div><div></div></div>
reifenmontage	1	werkstatt.autoscout24.de/reifen/reifenmontag	<div><div></div></div>	<div><div></div></div>
lackdokter	3	werkstatt.autoscout24.de/lackdokter/	<div><div></div></div>	<div><div></div></div>
reifenwechsel	4	werkstatt.autoscout24.de/reifen/reifenwechse	<div><div></div></div>	<div><div></div></div>

Quelle: www.sistrix.de

Werkstattportale

Beispiel: ServiceLister aus Autohaus-Sicht

The screenshot displays the 'ServiceLister' member area. At the top, there's a header with the 'ServiceLister' logo and 'MITGLIEDERBEREICH'. A sidebar on the right contains contact information for TÜV NORD, an email address, and a login section titled 'Ihre Sitzung' showing the user is logged in as 'Steinaecker Consulting'. The main content area is divided into three columns: 'ANGEBOTE EINSTELLEN' (Set up offers), 'ANGEBOTE VERWALTEN' (Manage offers), and 'MARKTPLÄTZE EINRICHTEN' (Set up marketplaces). The 'ANGEBOTE EINSTELLEN' section shows 'Standard Vorlagen' with 0 general and 0 vehicle-specific services, and 'Angebotsvorlagen nach Herstellervorgabe'. The 'ANGEBOTE VERWALTEN' section shows 0 service offers and 0 part offers. The 'MARKTPLÄTZE EINRICHTEN' section shows used marketplaces (reparaturFUX, eBay) and unused ones (Home Page, Motoso, Google Produktsuche). The 'KUNDENKONTAKTE' section shows 0 new offers and 0 new customer messages.

ServiceLister MITGLIEDERBEREICH

Meine Startseite

ANGEBOTE EINSTELLEN

Standard Vorlagen

0 allgemeine und 0 KFZ-spezifische Services [jetzt einstellen](#)

Angebotsvorlagen nach Herstellervorgabe

ANGEBOTE VERWALTEN

Serviceangebote: 0 [Zu den Angeboten](#)

Teileangebote: 0 [Zu den Angeboten](#)

MARKTPLÄTZE EINRICHTEN

Verwendete Marktplätze: reparaturFUX, eBay

Ungenutzte Marktplätze: Home Page, Motoso, Google Produktsuche [Marktplätze einrichten](#)

KUNDENKONTAKTE

Angebotsanfragen neu/gesamt: 0/0 [Zu den Anfragen](#)

Kundennachrichten neu/gesamt: 0/0 [Zu den Nachrichten](#)

Easy-Login
Login als Favorit

Ihre Sitzung

Anmeldung für Firma: **Steinaecker Consulting**

Ihre letzte Anmeldung: -

Logout in: 00 h 19 min 40 sec [Abmelden](#)

ERFOLGSTACHO

0

Kundenkontakte
seit dem: 03.02.2015

Quelle: Mit freundlicher Genehmigung TÜV Nord

Wird veröffentlicht auf **eBay** Shops, **reparaturFUX**, **motoso**, **Google Produktsuche**, Ihrer **Homepage**

Werkstattportale

Beispiel: ServiceLister auf eBay aus Kundensicht

The screenshot displays the 'ServiceLister' eBay shop interface. At the top, the 'eBay Shops' logo is visible, along with navigation links: 'Startseite > eBay Shops > Auto-Reparatur-Service-Lister > Alle Kategorien'. A blue navigation bar contains links for 'Service-Produkte', 'Abwicklung', 'Kontakt', 'Über uns', 'FAQ', and 'Rechtliches'. The main header features the 'ServiceLister' logo and the text 'Kfz-Services & Reparaturen', with a 'TUV NORD' logo on the right. A sidebar on the left lists service categories: 'Auspuffanlagen', 'Bremsen', 'Checks / Diagnose', 'Fahrwerk & Stoßdämpfer', 'HU / AU', 'Ölwechsel / Inspektion', and 'Reifendienstleistungen'. Below this is a 'Hotline' section with a contact number and a photo of a woman. The main content area shows a search bar with '54.653 Ergebnisse gefunden in Root' and a list of items. A specific item is highlighted: 'Smart-Repair Lack-Reparatur PLZ: 31137 BLA' by 'BOYA Lack- und Karosseriezentrum GmbH'. The item's price is 'EUR 79,00 (inkl. MwSt.)' and it has a 'Sofort-Kaufen' button. A sidebar on the right provides 'Angaben zum Verkäufer' (seller information), including 'servicelister (556 ★) mich' and '100% Positive Bewertungen'. The bottom of the page features logos for 'AUTOHAUS akademie', 'MEMBER OF INNOVATIONPOINT', and 'Steinaecker Consulting'.

Quelle: Internet

Werkstattportale:



Beispiel: FairGarage aus Kundensicht



Wunschwerkstatt zum Wunschtermin.



Jetzt



Serviceauswahl ändern Suche verfeinern



Werkstatt

0,9 km  Auto  Gute

9,8 km  Auto  Haupt Deut

13,0 km  Auto  Mose Bernl

21,0 km  Auto  Willi-Deut

0,1 km  Auto  Kurfu-Deut

Termin vereinbaren Werkstatt

[Angebot vergleichen](#)

Ihre Services Bremsservice vorne
[Details](#)

Ihr Fahrzeug Volkswagen Passat Variant (3C5)(08.2005->) Highline
Motor 2,0 Ltr. - 103 kW TDI

Ihre Wunschwerkstatt Autohaus Heister GmbH
Gutenbergstrasse 2, 54516 Wittlich

Ihre Terminwahl Di. 24.02.2015, 08:00 - 09:00 Uhr

Ihre Kontaktdaten

Vorname* Nachname* Wichtige Informationen für die Werkstatt (max. 900 Zeichen)

E-Mail-Adresse*

Telefon*

Kilometerstand* Kennzeichen*

Mit dem Absenden akzeptiere ich die [AGBs](#). * notwendige Angaben

Ihr besonderer Preis (inkl. 19% MwSt.) **626,56 €**

[JETZT TERMIN RESERVIEREN](#)

Mit besten Empfehlungen

★★★★★ 03.07.2013
"Guter Service von FAIRGARAGE und der Werkstatt, Preis wie im Internet gebucht, schnelle Abwicklung, jederzeit wieder..."

★★★★★ 03.07.2013
"Alles Prima gelaufen, der Service und der Preis sind Spitze, ich werde wieder über fairgarage buchen."

★★★★★ 26.06.2013
"Guter Service, alles wie über das Internet gebucht, Termin OK, Preis OK."

Quelle: Internet

Beispiel für Werkstattportale: Angebotsanalyse bei Autobuttler.de

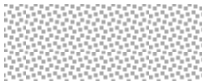
[← Zurück](#)
[Löschen](#)
[Print Arbeit-Karte](#)
[✓ Auftrag ausgeführt](#)

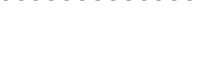
Anfrage


TÜV / Wiedervorführung / Voruntersuchung

Für Skoda Fabia, 1,2l 44KW/60PS, Normale, 2-Jahres-TÜV-Abnahme (Bj. 2010) und zusätzlich Wechsel der Bremsflüssigkeit

Kontaktdaten

Name: 

E-Mail-Adresse: 

Tel.: 

Fahrzeugdaten

Marke	Skoda
Modell	Fabia
Jahr	2013
HSN und TSN	8004 AFH
(FIN) Fahrzeug-Identifi...	-
Kilometerstand	27.800 km
Version	1,2 HTP
Kraftstoffart	Nicht angegeben
Fahrgestellnummer	-
Bauartzulassung	-

Deshalb wurde Ihr Angebot gewählt [Angebotsrechner](#)

Der Kunde hat keinen Grund für die Annahme des Angebots angegeben

Kategorie	Ihr Angebot	Weiteres Angebot
✗ Angebotspreis	EUR 146,61	4% niedrigerer
✗ Entfernung zum Kunden	18.0 km	15.0 km
✗ Bewertung der Werkstatt*	★★★★	★★★★★
✗ Bewertungen*	0	1
✗ Abgeschlossenen Aufträge*	1	2
✓ Garantie auf Ersatzteile	24	24
✓ Arbeitsgewährleistung	24	24
✗ Ersatzteile/Material	Originalersatzteile	OEM-Ersatzteile
✓ Erklärung des Angebots	67 Zeichen	262 Zeichen
✗ Ersatzwagen	Nicht enthalten.	Nicht enthalten.
✓ Nächster freier Termin	2015-05-13	2015-05-08

Ausführung der Arbeit:

[Termin der Fertigstellung ändern](#)

Wunschtermin: **Der nächste verfügbare**

Zeitpunkt

Termin der Fertigstellung: **22. Mai 2015, 11:00**

Abholdatum: **22. Mai 2015, 14:00**

Spätester Termin: **20. Mai 2015**

Nächster freier Werksta...: **13. Mai 2015**

Anzahl der Angebote: **2 / 3**

Ersatzwagen gewünscht: **Nein**

[Können wir dir helfen?](#)

Werkstattportale:

Beispiel: FairGarage auf Ihrer Homepage

Reparatur-Kalkulation

Kostenlose Terminvereinbarung

Bisherige Auswahl [Auswahl ändern](#)

Übersicht zur Angebots- und Werkstattauswahl

Volkswagen Passat
 Variant (3C3)(08.2005-~)
 Comfortline Motor 2,0
 Ltr. - 81 kW TDI
 • Zahnriemenwechsel

Auto-Zellinger GmbH
 Am Baumgarten 3, 91463
 Dietersheim 91463
 Dietersheim

Vertragsgewerkschaft

[Angebotsdetails](#) [Werkstattdetails](#)

Termin und Zusatzleistungen wählen

Zunächst durch anklicken des Kalendersymbols den Termin auswählen

Donnerstag, 1. Jan. - Fahrzeugabgabe von 07:00 bis 08:00 Uhr **888,23 €**

Zusatzleistungen	
<input type="checkbox"/> Vorabcheck Hauptuntersuchung	0 €
<input type="checkbox"/> Hauptuntersuchung (inkl. AU)	95,90 €
<input type="checkbox"/> Reifenwechsel 4 Räder	17,90 €
<input type="checkbox"/> Ersatzwagen	25,00 €
<input type="checkbox"/> Hol- und Bringeservice	0 €
Internetpreis (inkl. 19% MwSt.)	
888,23 €	

FairGarage-Vorteile

- FairPreis-Garantie**
- Änderungs-Garantie**
- Termin-Garantie**
- Kostenlose Stornierung**
- Nach Original-Herstellervorgaben**
- Schutz-Garantie**

TÜV SIEGEL FAIRGARAGE
Juli 2012 TÜV Rheinland

Zentraler Allgäuer Süddeutsche

Angebotsinformationen

- Arbeit, Teile und Steuern inklusive**
FairGarage kalkuliert Ihre Werkstattangebote inklusive aller notwendigen Arbeitsleistungen, Teilepositionen und Steuern.
- Fahrzeugabgabe**
Die Abgabe Ihres Fahrzeuges erfolgt am vereinbarten Termin innerhalb der ersten zwei Stunden nach Werkstattöffnung.
- Rechnung und Bezahlung vor Ort**
Die Bezahlung erfolgt wie gewohnt Vorort bei Abholung Ihres Fahrzeuges. Dabei erhalten Sie auch Ihre detaillierte Rechnung.
- FairGarage Aktionspreise**
Bei Aktionspreisen räumt Ihnen FairGarage attraktive Rabatte ein. Sie bezahlen Vorort bei der Werkstatt nur den Aktionspreis.

Quelle: Internet

Kontaktangaben eintragen

Ausschließlich zur sicheren Übermittlung an die Werkstatt

E-Mail-Adresse*:

Vorname*:

Nachname*:

Telefonnummer*:

Wichtige Informationen für die Werkstatt (max. 1000 Zeichen)

mit * gekennzeichnete Felder sind Pflichtangaben

☐ Ich akzeptiere die [Allgemeinen Geschäftsbedingungen](#) jederzeit kostenlos stornieren

Online Termine vereinbaren und Vorteile sichern. Bezahlung wie gewohnt bei Fahrzeugabholung.

Jetzt kostenlos Termin sichern

[Angebotsdetails](#)

[Werkstattdetails](#)

[Benutzerbewertung](#)

Wie geht es weiter?

Wenn Sie auf den Button "Jetzt kostenlos Termin sichern" klicken, kommen Sie auf Ihre Bestätigungsemail und erhalten in den nächsten Minuten eine Bestätigungsemail mit allen Angaben zu Ihrer Terminvereinbarung. Die Werkstatt wird automatisch informiert und bekommt alle notwendigen Angaben übermittelt. Die Mitarbeiter der Werkstatt sind über Ihre Fahrzeugabgabe zur oben genannten Uhrzeit informiert. Mit der Terminvereinbarung sichern Sie sich gleichzeitig sämtliche FairGarage Vorteile. Dazu gehören u.a. der garantierte Preis, die Möglichkeit zur kostenlosen Auftragsänderung sowie die kostenlose Stornierungsmöglichkeit. Sie können darüber hinaus auf der Bestätigungsemail alle Angaben Ihrer Terminvereinbarung ausdrucken und zu Ihren Unterlagen nehmen. Die Angaben können Sie auch über den Link in der Bestätigungsemail einsehen.

Angebotsdetails

Diese Internetpräsenz wird mit größtmöglicher Sorgfalt erstellt und gepflegt. Für die Fehlerfreiheit, für die Genauigkeit und Vollständigkeit der Angaben kann die United Vehicles GmbH jedoch keine Gewähr geben. Alle Angaben sind unverbindlich und dienen lediglich allgemeinen Informationszwecken. Sie ersetzen keine individuelle Beratung. Eine Haftung für Verluste oder Schäden jeder Art, die direkt oder indirekt aus der Nutzung dieser Internetseiten entstehen, wird daher ausgeschlossen. Weiterhin übernimmt die United Vehicles GmbH keine Haftung für Internetangebote anderer Betreiber, zu denen Besucher dieser Website über evtl. genannte Links gelangen. Für diese Fremdinhalte sind ausschließlich die jeweiligen Anbieter zuständig.

[Zurück zur Ergebnisliste](#)

Quelle: Internet

Ansätze für einen Portaleinsatz mit Profit



Nicht mit Brot+Butter-Produkten starten, sondern:

- Zunächst Begrenzen auf bestimmte Produktnischen oder
- Lockangebote mit hoher Chance auf Zusatzverkauf platzieren
- Begrenzen auf Aktionszeiträume
- Enges Zeitfenster für Leistungserbringung (Ziel: Werkstattauslastung)
- Enger Zielgruppenfokus (jüngere Kunden, Segment II+III)

Dabei beachten:

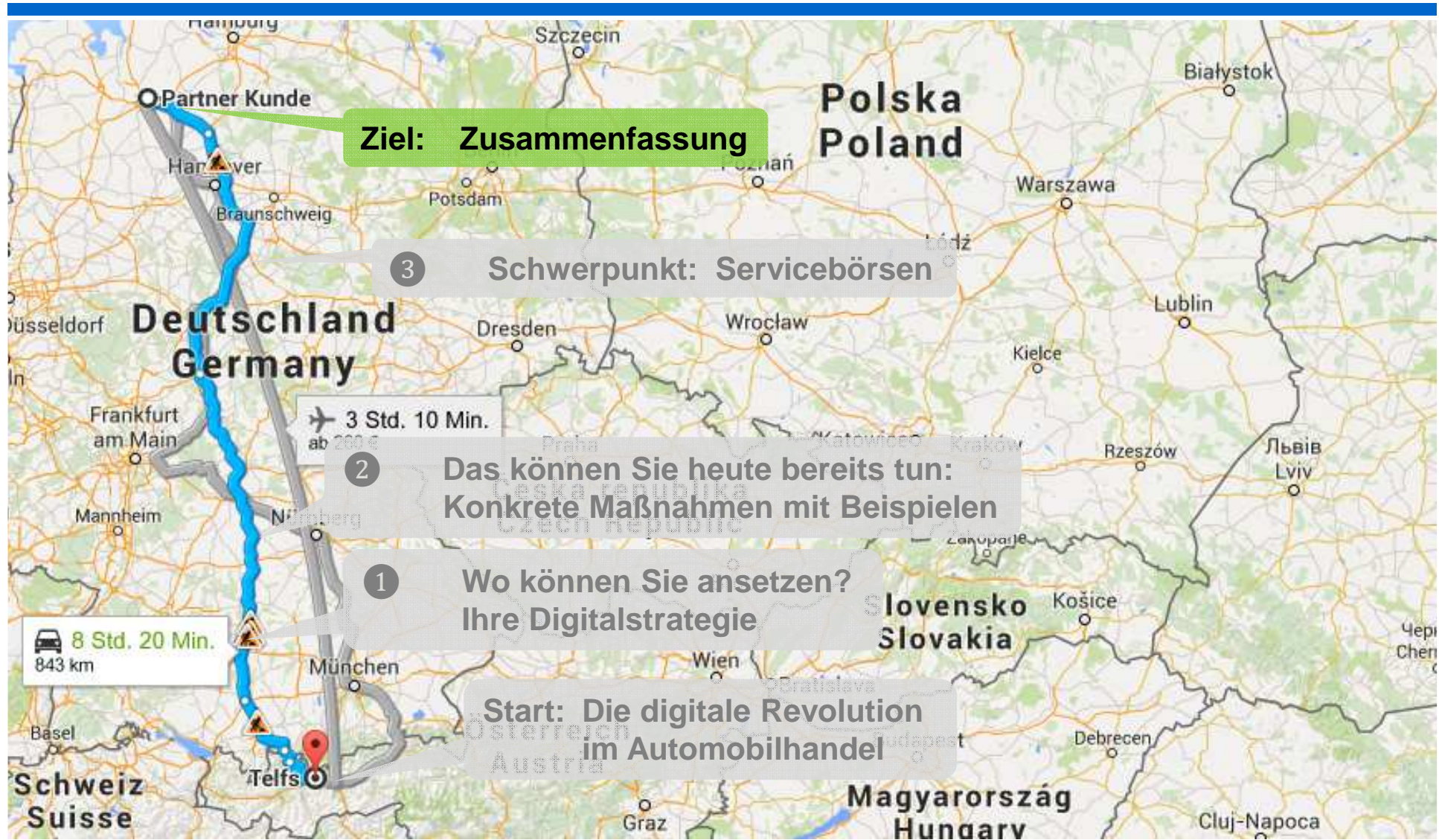
- Digitale Schwächen der Wettbewerber suchen und ausnutzen
- Paketkalkulationen mit Komplettpreisen (Details bleiben intransparent)
- Bei Teilesets ein Teil mit KampfpPreis anbieten
- Verkaufspsychologie: Preise immer mit „9“ am Ende

Werkstattportale: nur Bedrohung oder auch Vorteile?

 Vorteile / Chancen	 Nachteile / Risiken
<ul style="list-style-type: none">▪ SEO: Auffindbarkeit im Netz (teilw. Nutzung als Online-Budget)	<ul style="list-style-type: none">▪ Margenerosion durch offenen Preisvergleich und –kampf (insb. riskant bei markengebundenen Betrieben)
<ul style="list-style-type: none">▪ Nischenbesetzung: Nachfragegenerierung für neue/unbekannte Dienstleistungen	<ul style="list-style-type: none">▪ Ineffizienzen: z.B. durch Fehlanfragen der Nutzer (z.B. Zahnriemenwechsel obwohl Kfz einen Steuerriemen hat)
<ul style="list-style-type: none">▪ Werkstattauslastung für auftragschwache Zeiten	
<ul style="list-style-type: none">▪ Zielgruppenerreichung: (Wieder-) Gewinnung von internetaffinen Kunden	

Aber: Werkstattportale werden sich durchsetzen, entweder mit oder ohne Ihr Unternehmen!

Unsere Fahrstrecke



Zusammenfassung



Bild: Bärbel Taubitz / pixelio.de

- Die Digitalisierung des Lebens ist keine Modeerscheinung – sie wird bleiben und sich weiter ausbreiten!
 - Ihre Kunden, Lieferanten, Wettbewerber, Mitarbeiter und der Hersteller sind digital bereits voll engagiert.
-
- Sie können sich die digitale Welt hier und jetzt selbst erschließen:
 - Werkzeuge, Dienstleistungen und Produkte sind alle vorhanden.
 - Mit Ihren Produkten, Dienstleistungen, Kundenkontakten und regionalem Bezug verfügen Sie über die besten Voraussetzungen.

=> Sie müssen es nur tun!





Bild: Bärbel Taubitz / pixelio.de

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

Kontakt: Steinaecker Consulting

Dr. Jörg v. Steinaecker
Überm Rath 25
56072 Koblenz

Email: info@steinaecker-consulting.de
Tel.: +49 (0)261 450 93 237
Fax: +49 (0)3212 1235374
URL: www.steinaecker-consulting.de



Erhältlich unter
<http://www.springer-automotive-shop.de>