NEUE SKODA-CI IN WOLFSBURG

Das Skoda-Zentrum Wolfsburg startet mit neuem Look. Das in nur acht Wochen rundum neu gestaltete Autohaus der Unternehmensgruppe Hotz und Heitmann ist der bundesweit erste, der das Konzept auf Basis der bestehenden Gebäudestruktur umgesetzt hat. Schrittweise sollen sich alle 600 deutschen Vertriebspartner an das aktuelle Design anpassen. „Das Händlernetz ist eine tragende Säule unserer ambitionierten Wachstumsstrategie, und unsere Vertriebspartner bilden das Rückgrat für die beeindruckenden Markterfolge unserer Marke", sagte Deutschland-Chefin Imelda Labbé. se

MODIX STÄRKT SUCHMASCHINEN-MARKETING

Modix hilft Autohäusern beim Suchmaschinenmarketing. Dazu hat die Marketingagentur die neue „AdBox" entwickelt, mit der sich der Fahrzeugbestand automatisch in Google Adwords einbinden lässt. Das Autohaus muss nur das Werbebudget, die Laufzeit der Werbekampagne sowie den zu bewerbenden Umkreis einstellen – die AdBox sorgt für die richtigen Anzeigentexte und dafür, dass die Anzeigen passend zu den Suchbegriffen erscheinen. Zusätzlich zum Werbebudget verlangt Modix nach eigenen Angaben 30 Prozent als Technikpauschale. rp

STANDPUNKTE

» Wir wollen nicht warten, bis Amazon anfängt, Mercedes zu verkaufen. «

Daimler-Chef Dieter Zetsche über neue Vertriebsformate

» Keiner will eine rollende Verzichtserklärung. «

Audi-Chef Rupert Stadler über Auto-Ausstattung für ältere Menschen

» Von Obama könnte man zurzeit nicht einmal einen Gebrauchtwagen kaufen. «

Gerd Billen, Vorstand des Verbraucherzentrale Bundesverbands

INTERNET-PREISKAMPF

VW-Verband fordert Augenmaß

Die brisante Entwicklung der Neuwagen- und Serviceportale im Internet treibt auch die Autohäuser und Werkstätten von VW, Audi und VW Nutzfahrzeuge um. Auf einer Tagung des Händlerverbands am 24. Oktober in Mainz erteilte der Vorsitzende Michael Lamlé „jedem weiteren Anheizen des Preiskampfes sowohl im Neuwagen- als auch im Servicegeschäft" eine Absage. Er warb im eigenen Lager für ein „unternehmerisches Augenmaß". Auch zugunsten der aktuell neu im Markt aufgetretenen Anbieter könne keine Empfehlung ausgesprochen werden.

VW/Audi-Händlersprecher Lamlé: Preiskampf nicht weiter anheizen.

„Fahrzeugverkauf über das Internet findet statt und ist nicht zu verhindern. Entscheidend ist die Präsenz des Handels im Informationsverhalten des Interessenten", so Lamlé vor den rund 300 Teilnehmern. Die Betriebe müssten die digitalen Möglichkeiten im Verkauf und Service individuell analysieren und nutzen. Er forderte dabei auch die Unterstützung der Hersteller ein.

Als „wichtigen Schritt in die richtige Richtung" wurde die aktuelle Google Adwords-Aktion von Audi bezeichnet.

Umfirmierung geplant

Lamlé lenkte in seinem Ausblick den Fokus auf die Netzpolitik der Hersteller und besonders auf die Situation der großen Anzahl reiner Servicepartner. Er kündigte an, deren Interessenvertretung zu stärken und nach außen deutlicher zu machen. Unter anderem solle der Verband 2014 in „Volkswagen und Audi Partner Verband" umbenannt werden. rp

KFZ-GEWERBE BAYERN

Zufriedener Blick nach vorne

„Wir sind guten Mutes für das kommende Autojahr im Freistaat", sagte Landesverbandspräsident Klaus-Dieter Breitschwert anlässlich des „Verbandstages 2013" in Grassau/Oberbayern. Die Prognosen der Wirtschaftsinstitute für 2014 seien positiv. Sollte ein erwartetes Wachstum von bis zu zwei Prozent eintreten, werde auch das weiß-blaue Kfz-Gewerbe profitieren und der sechstgrößte Automarkt in der europäischen Union bleiben.

Für dieses Jahr erwartet Breitschwert knapp 585.000 Pkw-Neuzulassungen in Bayern, das wären rund 17.000 Einheiten weniger als 2012. „Bei Gebrauchtwagen rechnen wir wieder mit über einer Million Autos." Erfreulich sei, dass gerade junge Gebrauchte im höheren Preissegment gefragt seien. Neben dem GW-Geschäft würde auch der weiterhin solide Servicebereich die Ertragszahlen der Autohäuser und Werkstätten stabilisieren. Im vergangenen Jahr lag die Umsatzrendite laut Verbandsschätzung im Schnitt bei 1,1 Prozent.

Das bayerische Kfz-Gewerbe wolle seine Position in der Öffentlichkeit und Politik weiter ausbauen, erklärte Breitschwert. „Wir müssen uns als Spitzenverband stärker in die politischen Prozesse einklinken, müssen unsere Positionen vor Ort, in Berlin, Brüssel und München einbringen." rp

Guten Mutes: Albert Vetterl, Jürgen Karpinski, Klaus-Dieter Breitschwert und Hans Medele.

VERBAND

Neuer BMW-Händlersprecher

Die BMW-Händler haben einen neuen Sprecher: In seiner Sitzung am 24. Oktober wählte der Vorstand des Verbands Deutscher BMW Vertragshändler (VDB) Michael Fritze einstimmig zum neuen Präsidenten. Der Chef des Autohauses Fritze mit Sitz in Sangerhausen tritt die Nachfolge von Werner Entenmann an, der sieben Jahre an der Spitze des Verbandes gestanden hatte und am 11. Oktober seinen Rücktritt erklärte. Fritze war seit 2012 Sprecher des Ausschusses Aftersales und einer der beiden Vizepräsidenten des VDB. Diese Funktionen übernimmt nun Peter Reisacher. Der Memminger Händler behält zudem die Verantwortung für die IT-Themen.

Entenmann war bis zuletzt immer wieder mit Kritik aus den Reihen der Mitgliedsbetriebe konfrontiert. Der Vorwurf: Der VDB setze sich gegenüber dem Hersteller nicht entschieden genug für die Interessen der Händler ein. Der Verband hat gegenüber BMW einen schweren Stand. Bereits im Oktober 2012 hatte sich der VDB bei dem Hersteller beklagt, dass er nicht mehr angehört werde. se

VDB-Präsident Michael Fritze

MARKENWECHSEL

Ford hat treue Kunden

Ford, Seat und Skoda sind in diesem Jahr die großen Gewinner bei den privaten Zulassungen. Doch wo kommen die Neukunden her? Laut einer Dataforce-Untersuchung zu den Wanderungsbewegungen schaffte es Ford, 59 Prozent seiner Bestandskunden wieder für ein neues Modell zu begeistern. Zusätzlich kamen sechs Prozent der neuen Kunden von Opel sowie fünf Prozent von VW. Der Anteil der privaten Seat-Fahrer, deren vorheriges Auto ein VW war, liegt bei 17 Prozent. Bei der Schwestermarke Skoda sind es 18 Prozent.

Auch Dacia spannt der Muttergesellschaft Käufer aus: 16 Prozent der Neukunden kommen von Renault. Die meisten ehemaligen Opel- und VW-Fahrer landen bei Kia und Ford. Auch die aufstrebende Marke Hyundai geht bei den Wolfsburgern wildern: So wechselten im bisherigen Jahresverlauf schon 1.715 VW-Fahrer zu den Koreanern, verloren gingen aber nur 350 Kunden. Volkswagen hat allerdings unter allen Marken die Nase vorn: Von den Kunden, die ihrer Marke den Rücken kehren, wechselt der größte Anteil zu VW. rp/se

VORTRÄGE: BRANCHEN-INSIDER IN GEISLINGEN

Die Professoren Hannes Brachat und Wolfram Sopha von der Hochschule für Wirtschaft und Umwelt (HfWU) in Geislingen haben im Wintersemester 2013/14 wieder gewichtige Branchenkenner für ihre Vortragsreihe „Forum Automotive Business“ gewonnen. So spricht Skoda Deutschland-Chefin Imelda Labbé am 28. November über Markenwerte und Vertriebsgestaltung. Klaus-Dieter Breitschwert, Kfz-Präsident in Bayern, fragt am 19. Dezember: „Sind Politik und Verbandspolitik feindliche Brüder?“ Eingeladen sind außerdem Andreas Finkenberg von Bank11 (14.11.2013), Lutz Kortlüke von Real Garant (20.11.2013), Michael Mauer von Porsche (4.12.2013), Kay Kaaz von VW (11.12.2013), Armin Zitzmann von der Nürnberger Versicherung (9.1.2014),
Ursula Wingfield von der BMW-Bank (15.1.2014) sowie Michael Renz von Audi (23.1.2014).

Weitere Infos unter www.autohaus.de/fab

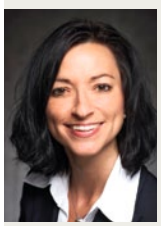
Skoda Deutschland-Chefin Imelda Labbé spricht in Geislingen.

Der Vorstand des europäischen Kfz-Gewerbes Cecra hat Präsident **Jean-Paul Bailly** für weitere drei Jahre im Amt bestätigt. Deutschland vertreten der ehemalige Cecra-Präsident Jürgen Creutzig und ZDK-Präsident Robert Rademacher.

Jaguar Land Rover Deutschland baut zum 1. November sein Management um. Jaguar-Markenchef **Axel Ecke** wird Vertriebsdirektor Jaguar Land Rover, Josef Taibi übernimmt die Händlernetzentwicklung. Neuer Marketing-Direktor wird Göran Tamm.

Anzeige

Mobilität im Fokus.
BANK11
www.bank11.de



Christina Herzog, bisher Direktorin Marketing D-A-CH, übernimmt zum 1. November die Vertriebsleitung von Chevrolet Deutschland. Sie folgt auf Andreas Breuhahn, der das Unternehmen verlassen hat.

Das Marketing der Akf Bank steht unter neuer Leitung. Bereits seit Anfang September verantwortet **Dagmar Girod** den Markenauftritt des Mittelstandsfinanzierers. Sie kommt von Jaguar Land Rover.

BDK UND IGEDOS KOOPERIEREN

Die Bank Deutsches Kraftfahrzeuggewerbe GmbH (BDK) und die Interessengemeinschaft der Opel-Spezialisten (IGEDOS) arbeiten seit 1. Oktober 2013 zusammen. Gemeinsam mit dem Leasingpartner ALD Lease Finanz unterstützt die Branchenbank die Opel-Betriebe ab sofort mit maßgeschneiderten Produkten für die Einkaufs- und Absatzfinanzierung. rp

NEUES SCHULUNGSZENTRUM FÜR NISSAN

Nissan baut seine Trainingskompetenz in Süddeutschland aus. Der japanische Autobauer hat jetzt ein neues Schulungszentrum im Boxberg-Forum bei Würzburg eröffnet. Es ist nach den Zentren in Brühl, Luckau und Hannover der vierte Standort zur Händler-Qualifizierung in technischen und kaufmännischen Disziplinen. Pro Jahr rechnet Nissan mit 5.000 Teilnehmern. rp

MK MARING WÄCHST WEITER

Das Autohaus MK Maring in Braunschweig erweitert sein Markenportfolio sukzessive. Seit dem vergangenen Jahr ist der Alfa Romeo-Händler auch Peugeot-Vertragspartner, seit August 2013 werden außerdem die Geländewagen von Jeep verkauft. Dem Wachstum tragen die Eigentümer Levent und Bülent Karabudak mit einer Betriebsanpassung Rechnung. In den nächsten 24 Monaten wollen sie nach eigenen Angaben über 1,5 Millionen Euro investieren. rp

BESUCHERANSTURM IM MERCEDES-PAVILLON

Mercedes-Benz hat ein positives Fazit seines temporären Markenauftritts in Warschau gezogen. Die Präsentation im Stadtteil Powisle sei ein „voller Erfolg" gewesen. Das Unternehmen zählte zwischen Juli und Oktober 2013 mehr als 20.000 Besucher. Für viele sei es der erste Kontakt mit der deutschen Premiummarke gewesen, hieß es. rp

SERVICE- UND LADE-NETZ

Tesla spielt auf Angriff

Tesla will in Deutschland das große Rad drehen. Dafür werde der US-Autobauer viel Geld investieren, erklärte Mitbegründer und Unternehmenschef Elon Musk. Musk nannte drei Entwicklungen, die der Oberklasse-Limousine Model S zum Durchbruch in der Heimat von BMW, Mercedes und Audi verhelfen sollen: eine flächendeckende Ladeinfrastruktur, ein besserer Service und mehr Leistung. Im November startet der Hersteller mit der Installation sogenannter „Supercharger"-Stationen für die Elektroautos. Bis Ende März 2014 sollen 50 Prozent von Deutschland abgedeckt sein, bis Ende 2014 sollen es 100 Prozent sein.

Für besseren Kundendienst wollen die US-Amerikaner außerdem die Anzahl ihrer Service-Center rapide erhöhen. Fünf neue Standorte in Berlin, Düsseldorf, Frankfurt, Hamburg und Stuttgart will das Unternehmen in diesem Jahr noch eröffnen. Das Ziel: Bis Ende 2014 sollen 80 Prozent der Deutschen im Umkreis von maximal 100 Kilometern eines Service Centers leben. rp

IMAGETRÄGER

Alfa Romeo 4C läuft gut an

Alfa Romeo trifft mit dem neuen 4C den Nerv der deutschen Kunden. Für das nächste Jahr ist der Sportwagen bereits ausverkauft. Auf der Warteliste 2014 stehen schon 350 Kunden, wie Gerrit Meyer, Product Manager Marketing, gegenüber AUTOHAUS sagte. Auch die Opening Edition des Modells fand schnell ihre Käufer: „Die Zahl der Bestellungen war drei Mal höher als unser Kontingent." Die ersten 77 für Deutschland „reservierten" 4C hatte der Importeur im Alleingang vermarktet. Laut Mayer sind alle 155 Alfa Romeo-Partner in Deutschland berechtigt, den 4C ab November zu verkaufen. Neu-Investitionen und Schulungen seien übersichtlich, da der 1,8-Liter-Turbo-Direkteinspritzer bereits bekannt ist. bd

Alfa Romeo 4C: Wendepunkt für die Marke?

AUTOHAUS akademie

Bereich: Controlling

Der Masterplan für Ihr Autohaus

Erkennen Sie, in welchen Bereichen Sie Geld verdienen, und bringen Sie Ihr Unternehmen auf Erfolgskurs!

Termine: 19.11. in Düsseldorf, 20.11. in Hamburg, 21.11. in Potsdam

Bereich: Werkstatt

2. asp Werkstattkongress

Alles online? Die Vernetzung der Werkstatt – Holen Sie sich Impulse für Ihr Werkstattgeschäft der Zukunft!

Termin: 3.12. in Düsseldorf/Neuss

Noch Plätze frei!

Info und Anmeldung unter www.autohaus.de/akademie

asp HANS HESS TRW

Jetzt GTÜ-Prüf-stützpunkt werden!

www.gtue-werkstattportal.de

» Die GTÜ-Prüfingenieure verbinden umfassende Fachkompetenz und ausgeprägte Dienstleistungsorientierung. Von uns bekommen Sie daher einen perfekten Prüfservice für Ihre Werkstattkunden. Darauf können Sie sich verlassen.

Stephan Roth
Prüfingenieur

Noch besser als erwartet …

… integriert sich der GTÜ-Prüfingenieur in Ihre Arbeitsabläufe.

GTÜ Gesellschaft für Technische Überwachung mbH · Fon: 0711 97676-0 · www.gtue.de

GROSSES NORA-TEILE-ZENTRUM IN PLATTLING

Der Volkswagen-Partner AVP Autoland hat am Hauptstandort im niederbayerischen Plattling ein NORA-Logistikzentrum in Betrieb genommen. Das Kürzel steht für „Nichtorganisationsbeteiligte Rabattberechtigte Abnehmer" und umfasst die professionelle Belieferung markenfremder Servicebetriebe mit VW-Originalteilen. Von Plattling aus beliefert der Händler Werkstätten bis nach Südosteuropa. Am Standort sind 30 Logistik-Mitarbeiter angestellt. msh

ATU KOMMT BEI SANIERUNG VORAN

ATU hat sich mit den Gläubigern auf ein „Eckdatenpapier zu den grundlegenden ökonomischen Rahmenbedingungen eines umfangreichen bilanziellen Schuldenabbaus" geeinigt. Die Sanierungsverhandlungen sollen noch im vierten Quartal abgeschlossen werden. Die finanziell angeschlagene Autowerkstattkette will sich künftig mehr auf das Kerngeschäft konzentrieren, aber auch den Internet-Handel ausbauen. Dafür hat sie bereits eine Finanzspritze des neuen Investors Centerbridge in Höhe von 25 Millionen Euro erhalten. se

FLINKSTER WILL PRIVATE AUTOS TEILEN

Mit dem Projekt „Flinkster privat" will die Deutsche Bahn spätestens Anfang 2014 einen privaten Autoverleih anbieten. Medienberichten zufolge will die Bahn pro Vorgang eine Provision kassieren, die Autobesitzer erhalten eine Miete pro Stunde. se

INFINITI BAUT PRODUKTION IN EUROPA AUF

Infiniti baut seinen ersten Fertigungsstandort in Europa auf. Von 2015 an wollen die Japaner im britischen Werk Sunderland der Konzernmutter Nissan das neue Kompaktmodell Q3 produzieren. Die Erweiterung der Anlage kostet rund 295 Millionen Euro. Etwa 1.000 neue Arbeitsplätze sollen entstehen. rp

INTERNET

Autohandel verschenkt Chancen

Das Internet ist für Autokäufer bei Fragen zu Finanzierung und Leasing inzwischen mit Abstand der wichtigste Informationskanal – doch die Autohändler und Autobanken haben online enormen Nachholbedarf. Diese Bilanz zieht die Beratungsgesellschaft Ernst & Young. „Die Kunden sind den Automobilhändlern und Autobanken zurzeit in der Online-Affinität noch voraus", heißt es in einer aktuellen Studie. Drei von vier Kaufinteressenten informieren sich bei Fragen zur Autofinanzierung oder Leasing nicht mehr beim Händler oder der Autobank, sondern alternativ bei ihrer Hausbank. Oft liege das schlicht am mangelhaften oder fehlenden Angebot, hieß es. Zudem hätten Vergleichsmöglichkeiten im Netz den Händlern „die Preispolitik aus der Hand genommen". Ähnliches gelte für Angebote der Werkstätten. Nur wenn sich Autobanken und Händler stärker abstimmten und die Onlinekanäle stärkten, könnten sie Marktanteile gewinnen. se

STUDIE

Dialogannahme stärkt Umsatz

Eine konsequente Dialogannahme kann zusätzliche Erträge für Autohäuser erschließen. Laut einer aktuellen Studie des CCAR-Instituts an der AFUM Akademie für Unternehmensmanagement in Monheim weisen Autohäuser mit intensiver Dialogannahme deutlich höhere Lohnerlöse, aber auch Steigerungen bei Umsatz und Ertrag mit ausgewählten Produkten auf. Betriebe, die in dieser Hinsicht nur verhalten agieren, könnten „bei Weitem nicht alle möglichen Chancen realisieren", hieß es.

Betriebe, die eine starke Dialogannahme durchführen, übertreffen die übrigen Studienteilnehmer in allen wichtigen Erfolgskennzahlen – unabhängig von der Betriebsgröße. Sie melden die höchste Werkstattauslastung und höhere Annahmezahlen sowie um über 50 Prozent höhere Lohnerlöse. Außerdem verkaufen sie im Schnitt 60 Prozent mehr Öl, lagern die meisten Räder ein, liegen bei der Reifenersatzquote vorne und erzielen die höchsten Preise. Die Tendenzen zeigen sich auch im „Smart Repair". se

12. AUTOHAUS/DEKRA GEBRAUCHTWAGEN-KONGRESS

Das GW-Geschäft ist für das Portfolio eines erfolgreichen Autohauses von zentraler Bedeutung. Auf dem 12. AUTOHAUS/DEKRA Gebrauchtwagen-Kongress widmen sich unsere Branchenexperten den entscheidenden Themen für das erfolgreiche Geschäft mit den Gebrauchten. Es erwarten Sie praxisnahe Impulse von GW-Profis, die sich mit besonderen Konzepten von der Masse abheben. Prozess- und Organisationsoptimierung, aktuelle rechtliche Besonderheiten sowie Wissenswertes aus Online und IT runden das Programm ab. Nutzen Sie diese Plattform, um mit Experten und Fachkollegen über die aktuellen Trends, Szenarien und Erfolgsfaktoren im GW-Handel zu diskutieren!

Foto: fotolia.com

Termin: 25. und 26. November 2013 im Radisson Blu Hotel Hannover

Mit freundlicher Unterstützung von:

DEKRA · AKA Arbeitskreis Autobanken · DAT Group · mobile.de · Nürnberger Garanta Partner des

Volkswagen recommends Castrol EDGE Professional

GRATULATION! SÉBASTIEN OGIER IST RALLYE-WELTMEISTER 2013!*

* Vorbehaltlich der Bestätigung durch die FIA.

CASTROL EDGE IST UNSER STÄRKSTES ÖL. DESHALB VERTRAUT VOLKSWAGEN MOTORSPORT DARAUF, DASS CASTROL EDGE DAS TEAM NOCH LEISTUNGSFÄHIGER MACHT.

FLUID STRENGTH TECHNOLOGY™

IT'S MORE THAN JUST OIL.

Castrol EDGE PROFESSIONAL