MEIN AUTO.DE

Neue Plattform

MeinAuto.de blickt auf zehn Jahre Marktttätigkeit als freie Neuwagen-Vermittlerbörse zurück. Für Januar 2018 kündigt Geschäftsführer Alexander Bugge „MeinAuto Börse“ an.

Alexander Bugge, Geschäftsführer von MeinAuto.de (r.), Marc Adelhütte, Leiter Händlergeschäfte, und Sebastian Blens, Unternehmenskommunikation in den neuen Geschäftsräumen von MeinAuto.de in Köln

MeinAuto.de startet im kommenden Jahr das Angebot MeinAuto Börse. Hier sollen Händler ihre Bestandsfahrzeuge einstellen können und die Kunden finden ihr Wunschfahrzeug beim Wunschhändler. AUTOHAUS-Herausgeber Prof. Hannes Brachat sprach darüber mit Alexander Bugge, Geschäftsführer von MeinAuto.de.

AH: *Herr Bugge, Sie blicken auf zehn Jahre Firmenhistorie zurück, beschäftigen 80 Mitarbeiter und haben in Köln neue Räumlichkeiten bezogen. Wo steht MeinAuto.de heute?*
A. Bugge: Wir dürfen zu unserem Jubiläum tatsächlich sagen, der führende Neuwagenvermittler in Deutschland zu sein. Wir wachsen Jahr für Jahr um rund 30 Prozent und erwirtschaften Gewinne. Wir liefern Geschäft! Es hat seinen Grund, weshalb wir monatlich dreistellig in der Händleranzahl wachsen.

MeinAuto local

AH: *In den zehn Jahren haben Sie Ihre Offerte weiterentwickelt. Im November 2015 kam „MeinAuto local“ auf den Markt.*
A. Bugge: Mit MeinAuto local wachsen wir sehr stark in der Händleranzahl – stärker, als wir es in unserer positiven Erwartung angenommen haben. Es sind zur Stunde über 3.500 Händler. Wir möchten weitere Händler ermutigen, sich zu beteiligen, weil wir die Nachfrage dafür haben.

Handelsstärke

AH: *Und wie sieht die inhaltliche Offerte von MeinAuto local aus?*
A. Bugge: Bei MeinAuto local kann man Kunden gewinnen, die aus dem Gebiet des Händlers kommen. Es sind qualifizierte Kundenadressen. So kann der Händler nicht nur zu schnellen Abschlüssen, sondern auch nachweislich an neue Kunden kommen. Diese kaufen immer häufiger im Internet. Auch der Neuwagenkäufer startet dort seinen Kauf. Und dann sehen wir, dass viele Kundenbedürfnisse im persönlichen Kontakt mit dem Händler besser als digital bedient werden können. Denken Sie an die Gebrauchtwageninzahlungnahme oder spezielle Beratung. Das hat viel mit Vertrauen zu tun.

»Lasse nie einen Kunden laufen, dessen Vertrauen du hast!«

Alexander Bugge, Geschäftsführer von MeinAuto.de

„Pro-Neuwagen“

AH: *Worum geht es bei Ihrem Produkt „Pro-Neuwagen“?*
A. Bugge: Wir geben bei „Pro-Neuwagen“ jedem Händler die Möglichkeit, Neufahrzeuge aller Marken anzubieten. Also, lasse nie einen Kunden laufen, dessen Vertrauen du hast. Kundenloyalität ist ein hohes Gut! Wir setzen dazu das Beschaffungsnetzwerk von „MeinAuto.de“ ein.

MeinAuto Börse

AH: *Sie gelten als kreativer und innovativer Kopf. Wie geht die Produktentwicklung im Hause MeinAuto.de weiter?*
A. Bugge: Anfang 2018 werden wir ein neues Produkt einführen: „MeinAuto Börse“. Wir werden Händlern damit ermöglichen, ihren Fahrzeugbestand, den sie in anderen Marktplätzen stehen haben, auch bei MeinAuto.de zu listen. Dieser Bestand wird dann unter Benennung des Händlers dem jeweiligen Kunden angezeigt. Die Händler inserieren wie bei Börsen gewohnt über Schnittstellenanbieter. Wir können jedes Datenformat annehmen und integrieren. Im Unterschied zu anderen Börsen stellen wir dem Händler nur eine Gebühr in Rechnung, wenn er an den durch uns generierten Interessenten auch ein Fahrzeug verkauft. Wir wollen aber auch für die über zehn Millionen Fahrzeugkäufer, die sich über Bestellfahrzeuge bei uns informieren, einen Mehrwert schaffen und ihnen als Alternative nun Bestandsfahrzeuge vorschlagen. Wir erweitern also das Portfolio um Bestandsneu-, Vorführ-, Werksdienst- und Jahreswagen sowie Re-Importe. Mit unserer unabhängigen Beratung kommt der Kunde zum passenden Auto und zum günstigsten Händler. Er hat z. B. bei gegebenem Budget die Möglichkeit, sich statt einem neuen Golf einen A 4 als Jahreswagen zuzulegen. Unser Konfigurator funktioniert da markenübergreifend. So haben wir die Chance, dass der Kunde über unseren Kanal das Fahrzeug kauft. *Prof. Hannes Brachat* ■

Foto: Brachat

TARGOBANK AUTOBANK

AUTOHAUS

© nd3000 AdobeStock

STUDIE 2017

Der Verkäufer der Zukunft

Die aktuelle Studie der Targobank und AUTOHAUS stellt die Verkäufer in den Mittelpunkt. Wir wollten von den Verkaufsprofis wissen,wie man im neuen Zeitalter der Digitalisierung agiert, ob man sich noch wohl fühlt und wo der Schuh letztlich drückt. Die befragten Verkäuferinnen und Verkäufer sehen die Zukunft keinesfalls düster, sondern liefern mit Ihren Aussagen wichtige Erkenntnisse über die aktuelle Situation im Verkauf. Die Branche gibt sich im digitalen Zeitalter nicht geschlagen. Der VerkäuferIn wird weiterhin gebraucht.

Jetzt bestellen!

Studie » Der Verkäufer der Zukunft «
Fax 089/20 30 43-2100 oder im **Online-Shop www.springer-automotive-shop.de/verkaeuferstudie**

☐ **Ja,** bitte senden Sie mir ___ Exemplare der Studie 2017 » Der Verkäufer der Zukunft « zum Preis von je € 39,– zzgl. MwSt. und Versand. Bestell-Nr.: 225017

Firma

Straße

Telefon

PLZ, Ort

E-Mail

Ansprechpartner

Datum, Unterschrift

Preisänderungen vorbehalten.
Bestellungen auf noch nicht erschienene Titel werden ohne Auftragsbestätigung vorgemerkt.

Springer Fachmedien München GmbH
Aschauer Straße 30, 81549 München
Telefon: 089/20 30 43-1900, Fax: 089/20 30 43-2100
www.autohaus.de

AUTOHAUS ist eine Marke von

Springer Automotive Media