

# Gebrauchtwagen Praxis

mai | 09

- ▶ **Ausgefeilte Prozesse**  
Garant für sichere Erträge
- ▶ **Einfacher Schnellcheck**  
„Motoranalyser“ deckt alles auf



## Gebrauchtwagen Award 2009

Professionelle Ideen für den Handel

Gebrauchtwagen Award 2009

# Die Professionalität unterstützen

Die Firmen CGP Christof Gerhard & Partner aus Olpe, 4selected Consulting aus Berlin und die EGA Einkaufsgemeinschaft Automobile aus Wermelskirchen sind die Ge-

winner des diesjährigen »Gebrauchtwagen Awards«. Den Preis hat das Branchenmagazin »Gebrauchtwagen Praxis« in Leipzig während der AMI zum vierten Mal

vergeben. Mit dem Gebrauchtwagen Award zeichnen die Fachzeitschrift und ihre Partner Dekra und Santander Consumer Bank Ideen aus, die den Handel praxisnah unterstützen. Ziel der prämierten Ideen ist es, das Gebrauchtwagen-geschäft auf ein zuverlässiges und zukunftsfähiges Fundament zu stellen. Vergeben wurde der Award in den Kategorien Produkt, Dienstleistung und Konzept.

36 Unternehmen beteiligten sich in diesem Jahr. In der Jury saßen Vertreter der Redaktion »Gebrauchtwagen Praxis« und der Sponsoren.

Das Gebrauchtwagengeschäft hat mehr denn je eine Hilfestellung nötig. Denn die Umweltprämie, die einen großen Run auf die Autohäuser ausgelöst hat, kommt allenfalls den jungen Gebrauchten zu-



Rund 80 Gäste kamen zur Preisverleihung in das Congress-Centrum der Messe Leipzig.



Die Gewinner des Gebrauchtwagen Award mit Sponsoren und Juroren: (von li.) Axel Bishopink, Jürgen Hoffmann (beide CGP Christof Gerhard), Silvia Lulei (»Gebrauchtwagen Praxis«), Sönke Roggenbuck (Santander Consumer Bank), Olaf Dicker (4selected Consulting), Betty van Loon, Wolfram Lambeck, Thorsten Cordes (alle Einkaufsgenossenschaft Automobile), Wolfgang Lange, Marc Gounaris (beide Dekra), Prof. Anita Friedel-Beitz (Automotive Public Relations), Marion Johl (Santander Consumer Bank)

Silvia Lulei, Chefredakteurin von »Gebrauchtwagen Praxis«, zeigte Trends im Gebrauchtwagengeschäft auf.



Betty van Loon (li.), Inhaberin der Agentur KVLK-Klötzing von Loon Kommunikation, und Dr. Karin Bayha, Veranstaltungsservice VAMplus. KVLK betreut das Marketing der EGA.



Wolfgang Lange, Key-Account-Manager Region West bei der Dekra, hält den Handel mit Gebrauchtwagen für einen wichtigen Geschäftszweig im Autohandel.



Melanie Steinlein und Frank Ritter von Autohausen.de freuen sich, dass ihre Börse der Jury des Gebrauchtwagen Award positiv aufgefallen ist.



Thorsten Cordes (li.) und Wolfram Lambeck von der EGA stoßen auf ihren Preis an.

gute. Die alten Autos landen in der Schrottpresse und die mittelalten verstauben auf den Höfen der Händler. Der Preisverfall in diesem Segment ist teilweise dramatisch. Um dieser Entwicklung etwas entgegenzusetzen, brauchen die Händler Hilfestellung, die ihre Professionalität unterstützt und erweitert.

Der Gebrauchtwagen Award 2009 hat gezeigt, dass es viele gute Ideen gibt, wie der Handel sowohl national als auch international zeitgemäß agieren kann. Dabei spielt das Internet eine tragende Rolle.

Daher stellt »Gebrauchtwagen Praxis« auf den folgenden Seiten nicht nur ausführlich die Preisträger des Gebrauchtwagen Award 2009 vor, sondern darüber hinaus noch vier weitere Top-Ideen, die der Jury bei der Sichtung der Unterlagen aufgefallen sind.

Silvia Lulei



Marion Johl, Generalbevollmächtigte der Santander Consumer Bank, machte den Zuhörern bewusst, wie sich der Autoverkauf mit Finanzdienstleistungen optimieren lässt.



Mediaberaterin Doris Kümmer (re.) unterhielt sich angeregt mit Walter Schiel von der Firma S&S Internet Systeme GmbH und seiner Frau Gisela.

## GEWINNER

### Kategorie DIENSTLEISTUNGEN:

▷ CGP Prestool von CG Christof Gerhard

### Kategorie PRODUKTE:

▷ Vehicle Management System von 4selected Consulting

### Kategorie KONZEPTE:

▷ Einkaufsgenossenschaft Automobile



Die Kfz-Unternehmerin des Jahres Dr. Gunhild Kleffner (li.) vom Autohaus Frye in Celle – hier mit Jurymitglied Prof. Anita Friedel-Beitz – informierte sich bei der Preisverleihung über neue Impulse für das Gebrauchtwagengeschäft.



Ernst Haack, Mitglied der Geschäftsleitung der Vogel Business Media, fachsimpelt mit Sylvia Gerl, Schulleiterin der BFC Northeim.

Preisträger  
Kategorie  
Produkte

Gebrauchtwagen AWARD

2009

Die besten Ideen für das Gebrauchtwagen-Geschäft

Vehicle Management System

# Die komfortable Volks-Homepage für den eigenen Fahrzeugbestand



Autohändler, die sich immer noch damit herausreden, es sei zu aufwendig und zu teuer, online aktiv zu sein, haben schlechte Karten: Jetzt gibt es nämlich das Vehicle Management System (VeMaSys). Es ermöglicht jedem Händler, seinen Fahrzeugbestand schnell und komfortabel im Internet zu präsentieren. Das Beratungsunternehmen 4selected consulting in Berlin erhielt dafür den Gebrauchtwagen Award 2009 in der Kategorie „Produkte“.

„Mit Hilfe des Vehicle Management Systems hat der Kfz-Händler die Möglichkeit, seinen Fahrzeugbestand an Gebrauchtwagen sehr professionell im Internet darzustellen. Ein wichtiger Vorteil ist außerdem, dass der Händler hierzu keine eigene Datenbank benötigt.“

Wolfgang Lange,  
Dekra Automobil GmbH

Die besten Ideen entstehen oft nebenbei. Das trifft auf das Vehicle Management System zu. Als die 4selected-Geschäftsführer Olaf Dicker und Lars Foth den Auftrag bekamen, die Homepage der AutoWeller-Gruppe neu zu gestalten, kamen sie auf die Idee, die Suchmaske von Mobile.de zu verwenden: Denn erstens sind die Autofahrer damit vertraut und zweitens präsentieren die AutoWeller-Betriebe ohnehin ihre Gebrauchtwagen in dieser Onlinebörse.

### Keine eigene Datenbank nötig

4selected consulting entwickelte in enger Zusammenarbeit mit Mobile.de eine Schnittstelle, die in 0,04 Sekunden die Fahrzeuge aus der Mobile-Datenbank „abholt“ und auf der Homepage des Händlers sichtbar macht. Abgesehen davon, dass es rasend schnell geht, braucht das Autohaus keine eigene Datenbank.

Dicker und Foth machen ihre Idee von der Mobile.de-Schnittstelle nun für alle Händler nutzbar – zu bezahlbaren Preisen: Für einen Einzelstandort kostet VeMaSys 75 Euro pro Monat, für Filialbetriebe sind es jeweils 50 Euro. Darin enthalten ist ein Direktlink von der Mobile.de-Fahrzeugdetailseite zur Homepage.

Wie die allseits bekannte Suchmaske in die Homepage des Händlers eingebunden wird, zeigt das Beispiel von Autoweller.de (siehe Screenshots). Die komplexe Programmierung macht es möglich, dass zusammen mit dem Wunschauto weitere Fahrzeuge zu sehen sind, die für den Suchenden interessant sein könnten. Das erinnert an den Buchversand Amazon.de. Dort erhält der potenzielle Käufer ebenfalls Empfehlungen, die leicht von seiner Auswahl abweichen.

### Top-Position für Langsteher

Darüber hinaus gibt es die Funktion „Top-Angebote“. Das ist die

## 4SELECTED CONSULTING

Das Beratungsunternehmen 4selected consulting erstellt und optimiert die Internetauftritte von Autohandelsgruppen und Herstellern. Dazu zählen unter anderem die Interessenten- und Leadgenerierung durch Suchmaschinenoptimierung. 4selected consulting beschäftigt acht feste sowie – projektabhängig – freie Mitarbeiter. Zu den Kunden zählen unter anderem die AutoWeller-Gruppe, die Fiat-, Alfa- und Lancia-Niederlassungen bundesweit, die Renault-Niederlassung Hamburg, die Riller-&-Schnauck-Gruppe (BMW) in Berlin sowie die Rhein-Gruppe (BMW) in Würzburg.

### Kontakt:

4selected consulting  
Hindenburgdamm 68  
12203 Berlin

Ansprechpartner: Geschäftsführer Olaf Dicker

Tel.: 030/8 62 00 971

Fax: 030/8 62 00 972

E-Mail: o.dicker@4selected.de

Internet: www.4selected.de

## Homepage als Vertriebskanal nutzen

**Redaktion: Was sind die größten Fehler im Onlinegeschäft?**

Olaf Dicker: Ein grober Fehler ist beispielsweise, nicht innerhalb von fünf bis zehn Minuten die Anfragen zu beantworten. Das passiert meistens dann, wenn ein Autohaus keine Abläufe für das Onlinegeschäft definiert hat – und zwar für den gesamten Ablauf, vom Foto über die Schnittstellen zu Internetbörsen bis zum Verkauf, Kundenbindung, Newsletter und vieles mehr. Viele glauben immer noch, die Homepage sei „nur“ die digitale Visitenkarte des Unterneh-

mens. Dabei ist sie längst viel mehr: Die Website eines Autohauses ist ein Vertriebskanal, mit dem man arbeiten muss.



Olaf Dicker erklärt, worauf es bei einem zeitgemäßen Onlineauftritt ankommt.

**Auf was sollte ein Autohändler bei seinem Internetauftritt achten?**

Dicker: Er sollte sich auf jeden Fall Gedanken darüber machen, wie er alle notwendigen Abläufe im Onlinegeschäft in sein Unternehmen sinnvoll einbetten kann. Darüber hinaus sollte er keine leeren Versprechungen machen: Wenn ein Händler auf seiner Website Kontaktdaten hinter-

legt, sollte darüber auch jemand erreichbar sein. Üblich ist eine telefonische Erreichbarkeit von 14 Stunden pro Tag. Das Gleiche gilt für Probefahrten. Wenn sich ein Endkunde dafür interessiert, darf dieses Angebot keine Luftblase sein. Solche Dinge nehmen die User übel.

**Kann jeder Händler das Vehicle Management System nutzen?**

Dicker: Ja, das kann jeder Händler, der mit Mobile.de zusammenarbeitet. Das sind etwa 35.000 Kunden.

Das Gespräch führte  
Silvia Lulei ◀

ideale Plattform für schwer verkäufliche Langsteher; sie erhalten hier einen prominenten Platz. Die Weller-Gruppe wählt dafür jeweils zwei Gebrauchtwagen pro Betrieb aus. Häufig ärgern sich Kunden, dass Fahrzeuge im Internet zu sehen sind, obwohl sie schon verkauft sind. Im Suchmenü im Mobile.de-



Pilothändler für das Vehicle Management System waren die Betriebe der Auto-Weller-Gruppe.

Look stehen nur Fahrzeuge, die tatsächlich vorhanden sind. Jedes Drop-Down-Menü passt sich automatisch an die verfügbaren Gebrauchtwagen an. Auch was die Datensicherheit angeht, ist VeMaSys kaum zu schlagen. Dafür sorgt Mobile.de: Carsten

Eckmiller, Projektleiter für die Entwicklung der API-Schnittstelle, verspricht, dass die Daten zu 99,9 Prozent verfügbar sind. Somit muss sich kein Händler Sorgen machen, dass eventuell die Seite nicht auf dem Bildschirm erscheinen könnte.

### Interessenten qualifizieren

Die „Call-Back“-Funktion und die zentrale E-Mail-Verwaltung machen es möglich, die Interessenten zu qualifizieren und als potenzielle Käufer an den Verkauf weiterzuleiten. Individuelle Fragen können die Mitarbeiter im Verkauf innerhalb weniger Minuten beantworten. Die Jury des Gebrauchtwagen Award 2009 ist überzeugt, dass das Vehicle Management System für Händler, die ihre Gebrauchtwagen auf der Fahrzeugbörse Mobile.de anbieten, eine ressourcenschonende Variante ist, die eine eigene Datenbank überflüssig macht. Silvia Lulei ◀

„Das Vehicle Management System ermöglicht dem Kfz-Händler, ohne großen EDV-Aufwand online aktiv zu sein und dabei einen professionellen Web-Auftritt zu erhalten. Aus unserer Sicht ein sicheres und schnelles Tool, um den Gebrauchtwagenbestand auf der Website des Händlers darzustellen.“

Sönke Roggenbuck, Santander Consumer Bank