

# Inhalt

2017

- 4 Internet Sales Award 2017**  
Erfolg mit Kundendaten
- 6 Die Preisverleihung**  
Der Internet Sales Award in Bildern
- 10 „Trends beobachten!“**  
Die Sponsorenvertreter von BDK, der Kroschke-Gruppe und Mobile.de zu ihren Maßstäben und dem Digitalgeschäft von morgen
- 12 Autohaus-Webseiten**  
Wie Betriebe ihren Internetauftritt professionalisieren können
- 14 Juryrundreise**  
Schnapschüsse von den Besuchen vor Ort
- 20 1. Platz: Fahrzeug-Werke Lueg**  
Benchmark Amazon
- 24 2. Platz: Autohaus Mothor**  
Der Leadjäger
- 26 3. Platz: Autohaus Bierschneider**  
Das hat sonst keiner
- 28 4. Platz: Auto-Strunk**  
Der Kunde gibt den Ton an
- 30 5. Platz: Autohaus Jakob**  
Nachwuchs trumpft online
- 32 6. Platz: Seat-Niederlassung Berlin**  
Direkter zum Kunden
- 34 7. Platz: Autohaus Nauen**  
Familienangelegenheit
- 36 8. Platz: B&K**  
Reichweite mit Facebook
- 38 9. Platz: Willy Tiedtke**  
Einfach alles online
- 40 10. Platz: Autohaus Südbeck**  
Als Händlermarke online
- 42 Rückschau**  
Die Sieger der Jahre 2012 bis 2016

## IMPRESSUM

**kfz-betrieb**  
**SPEZIAL**

**Geschäftsführung**  
Matthias Bauer  
Florian Fischer  
Günther Schürger

**Redaktion**  
Wolfgang Michel (Chefredaktion),  
Martin Achter, Dominik Faust, Andreas  
Grimm, Joachim von Maltzan, Julia  
Mauritz, Philipp Uhl, Andreas Wehner;  
Katharina Bostelmann, Mareile Guder-  
jahn, Regine Häusler (Text-/Schluss-  
redaktion)

**Konzeption/Layout**  
Vogel Design Werkstatt  
Ltg. Annette Sahlmüller

**Herstellung**  
Franz Fenn

Das «kfz-betrieb-Spezial»  
ist als Supplement dem Träger-Titel  
»kfz-betrieb« beigelegt

**Druck**  
Vogel Druck und Medienservice GmbH,  
97204 Höchberg

**Erfüllungsort und Gerichtsstand**  
Würzburg

**Anschrift von Verlag und Redaktion**  
Vogel Business Media GmbH & Co. KG  
Max-Planck-Straße 7/9, 97082 Würzburg  
Telefon: 0931/418-2417  
Telefax: 0931/418-2060  
www.vogel.de

**Leserservice**  
Birgit Rüdell/Ursula Zeiss,  
Telefon: 0931/418-2417  
Telefax: 0931/418-2060

 **Vogel Business Media**



**Martin Achter,**  
Redakteur  
Management & Handel

## In the year 2025...

**W**ann kommt der Automobilhandel im E-Commerce-Zeitalter an? Wahrscheinlich ziehen da noch einige Jahre ins Land. Manche Händler sind aber schon heute auf einem guten Weg, wie die Top-Platzierten beim diesjährigen Internet Sales Award zeigen. Mehr über die Betriebe und ihre Digitalkonzepte erfahren Sie in diesem Heft.

Aber auch wenn manche schon ein gutes Stück vorangekommen sind, ist die Strecke noch lang: Denn wirklicher E-Commerce würde aus Sicht des Verbrauchers bedeuten, dass er online ein Auto verbindlich kaufen und bezahlen kann. Geliefert bekommt er es vor die Haustüre, wo auch sein bisheriges Fahrzeug abgeholt wird, das er online in Zahlung gegeben hat. Ist Service fällig, kann der Kunde das Fahrzeug an einem Ort seiner Wahl abstellen und vom Autohaus abholen lassen. Zubehör und Teile bestellt er online wie bei Amazon.

Ist das alles notwendig? Nutzt der Kunde derlei Möglichkeiten überhaupt? Darum geht es gar nicht. Es geht darum, dass der Kunde den Kontakt zum Autohaus so gestalten kann, wie er es will – persönlich vor Ort oder digital. Das ist zwei Jahrzehnte nach der Gründung von Ebay und Co. schlichtweg zeitgemäß.

Vielleicht können Händler digitale Geschäftsmodelle rund um das Auto künftig nicht ohne Hersteller entwickeln – und zwar dann, wenn das Autofahren autonom und das Fahrzeug mehr zu einem Gadget wird, ähnlich einem Smartphone. Wer bis dahin aber den (digitalen) Kundenkontakt gut gestaltet und sein Leistungsspektrum online möglichst vollständig abbildet, kann seine Wettbewerbsposition stärken. Denn Verbraucher schätzen Kundenorientierung nicht erst im Jahr 2025.



[martin.achter@vogel.de](mailto:martin.achter@vogel.de)