

ONLINEPROFIS



Das Autohaus in Mainburg hat für das Internetgeschäft ein klares Konzept entwickelt.

1. Platz: Auto Köhler

Mainburg punktet und siegt

Das VW-Autohaus überzeugt durch individuelle Programme und Prozesse

Wenn Geschäftsführer Klaus Köhler durch die Verkaufsräume seines Autohauses streift, vorbei an gepanzerten Fahrzeugen und Luxuskarossen und einen Blick auf seine Verkaufszahlen wirft, dann spürt er nichts von der ländlichen Lage seines Unternehmens.

Der Gewinner des Internet Sales Award 2008 kommt aus Mainburg, einem bayrischen Ort im Landkreis Kehlheim. Die gute Lage zwischen Freising, Regensburg, Landshut und Ingolstadt und eine durchdachte Strategie machen das Unternehmen laut eigenen Aussagen zum „Attraktivsten Autohaus der Region“. Neben dem VW-Händlervertrag hat Auto Köhler Serviceverträge mit den Herstellern Audi, Seat und Skoda.

Die Firmenwerte bei Auto Köhler sind schlicht und wirken nachhaltig: freundlich, attraktiv, kompetent, erfolgreich. Diese sollten sich auch in dem eigenen Internetauftritt wiederfinden. „Das Endkundengeschäft ist unser Volumengeschäft. Dafür brauchen wir eine gute Internetseite“, unterstreicht Klaus Köhler die Wichtigkeit der Internetpräsenz.

Freundlichkeit zeigt sich auf www.auto-koehler.de auf vielfältige Weise: Im Bereich Ansprechpartner können sich die Kunden einen Überblick über alle Mitarbei-

ter und deren Tätigkeitsbereich verschaffen. Damit finden sie gezielt den richtigen Kontakt, um ihr Anliegen zu besprechen. In der Rubrik „Wir über uns“ erfährt der Kunde etwas über die Firmengeschichte von Auto Köhler, seine Entstehungsgeschichte und die Entwicklung von damals bis heute.

Auch den kleinen Kunden begegnet Auto Köhler freundlich: ein direkter Link führt zu „Bobby“, der kindgerechten Internetseite von Volkswagen. Damit der Einstieg ins Unternehmen leichter fällt, können sich Job- und Ausbildungssuchende sowie Praktikanten auf der Internetseite über aktuelle Stellenangebote und das Ausbildungssystem bei Auto Köhler informieren.

Wunschkennzeichen reservieren

Ist das Wunschfahrzeug gefunden, hören die Dienstleistungen und der kundenfreundliche Service noch lange nicht auf: Die Kunden können ihr Wunschkennzeichen online reservieren lassen. Das hausinterne Aufbereitungsteam um Christian Lindeisen reinigt alle Fahrzeuge und bietet Smart-Repair an.

Als attraktives Novum für Süddeutschland sieht Köhler die langen Öffnungs-

zeiten seines Autohauses, das an Wochentagen von 8 bis 20 Uhr offen steht und samstags seine Kunden von 9 bis 16 Uhr empfängt. Genug Zeit, sich von den Verkäufern ausführlich beraten zu lassen. „Damit kommen wir den Kunden entgegen, die aus den umliegenden Städten zu uns kommen“, so Köhler. Mit einer Google-Map-Animation kann sich der Kunde den genauen Standort von Auto Köhler ansehen.

Die Auto-Köhler-Mannschaft: Hier bringt sich jeder mit ein und überlegt sich neue Möglichkeiten für das Unternehmen.





Foto: Richter/Köhler

Den große Fahrzeugbestand von über 700 Fahrzeugen können die Kunden vorab im Internet rund um die Uhr begutachten. Über verschiedene Kontaktformulare können sie dann Kontakt mit ihrem Autohaus aufnehmen, sei es zum Thema Probefahrt, Werkstatt-Termin oder wegen allgemeiner Anfragen. Jedes Anliegen bearbeitet Auto Köhler in kürzester Zeit.

Das Autohaus kooperiert aber auch mit Händlern und Wiederverkäufern in der Region. Diese haben die Möglichkeit, sich online bei dem separaten Händlerportal anzumelden. Zweimal am Tag fahren die Mitarbeiter von Auto Köhler raus, um die umliegenden Autohäuser mit Ersatzteilen zu beliefern. Klaus Köhler begrüßt diesen Schritt: „Ich freue mich sehr über die Zu-

sammenarbeit. Aus früheren Wettbewerbern wurden mit der Zeit Partner.“ Aber auch die Kunden können Teile für ihre Fahrzeuge online erwerben.

Die Kompetenz von Auto Köhler beweisen vielen Auszeichnungen und Referenzen. Das Autohaus ist Volkswagen-First-Class-Händler und nach DIN-ISO zertifiziert. Zudem lässt Auto Köhler seine Kunden auch im Notfall nicht im Stich: Ein Abschleppteam steht rund um die Uhr bereit und hält die Kunden mobil. Aber nicht nur bei Pannen oder Unfällen bietet Auto Köhler seinen Kunden ein Ersatzfahrzeug an. Aus der Euro-mobil-Fahrzeugflotte kann der Kunde auch bei längeren Werkstattaufenthalten wählen oder einfach den Shuttle-Service des Unternehmens nutzen.

Pressearchiv im Netz

„Tu etwas Gutes und sprich darüber. Erfolg kann man zeigen“, sagt Klaus Köhler und verweist auf das umfangreiche Zeitungsarchiv auf www.auto-koehler.de. Genau durch diese allumfassende Transparenz und Klarheit möchte sich das Autohaus Köhler von der Konkurrenz abheben.

Dabei ist sich Klaus Köhler sehr wohl bewusst, dass er das Internetrad nicht neu erfunden hat. Heutzutage verdienen viele Autohäuser Geld mit Kunden, die sie durch das Internet gewonnen haben. Vielmehr beruft er sich auf besondere Kleinigkeiten und vor allem auf die menschliche Basis. Zweimal im Jahr finden Mitarbeiter-Workshops statt, bei denen die Angestellten eigene Ideen in das Unternehmen



Die Jury zu Besuch beim Erstplatzierten (v. l.): Dr. Karin Bayha (VAM plus), Sonja Penzkofer (Autoscout24), Marcel Mittler (Auto Do), Klaus Köhler (Auto Köhler), Hans-Heiner Lüdemann (BDK) und Manfred Seidel (Autoscout24)

einbringen dürfen. Alle vier Wochen besucht eine Personaltrainerin den Betrieb und schult die Mitarbeiter im Umgang mit den Kunden. Klaus Köhler zu dieser Strategie: „Wichtiger als ein tolles Gebäude sind die Menschen, die darin strukturiert und geschult arbeiten.“ So waren es auch die eigenen Mitarbeiter, die ein System entwickelt haben, mit dem sich die Standorte der vielen Fahrzeuge verwalten lassen.

Zudem hat der Internetverantwortliche bei Auto Köhler, Jochen Goretzki, zwei betriebspezifische Softwareprogramme geschaffen: Contacto und X-Com. Das Kontaktverwaltungsprogramm Contacto ermöglicht es, alle telefonischen Anfragen aus dem Internet strukturiert abzuarbeiten. Gemäß eines speziellen Telefonleitfadens nimmt ein Mitarbeiter die Anfrage zunächst auf und leitet sie dann zur Bearbeitung an einen qualifizierten Verkäufer weiter. Damit kann die Geschäftsleitung



ONLINEPROFIS



Im Büro von Klaus Köhler laufen alle Informationen zu Internetanfragen zusammen.

BETRIEBSKENNZAHLEN

Umsätze in Millionen Euro	2007	2006
Neuwagen	2,3	2,0
Gebrauchtwagen	36,6	55,7
Service + Teile	2,6	2,6
Gesamt	41,8	60,7
Umsatzrendite	- 0,73 %	0,61 %
Marktanteil		2007
lokaler Marktanteil	14,35 %	
durchschnittlicher Marktanteil der Marke Volkswagen (DE)	19,30 %	
Verkauf		2007
Neuwagen	151	186
Gebrauchtwagen	2.181	3.059
Werkstatt		2007
Fahrzeugdurchläufe	6.959	7.098
Anzahl Servicekunden	5.076	5.021
Personal		
58 Mitarbeiter, 18 Verwaltung, 6 Neuwagen-/Gebrauchtwagenverkäufer, 20 Servicemitarbeiter, 4 Teile & Zubehör, 16 Auszubildende		
Öffnungszeiten		
Montag bis Freitag	08:00 bis 20:00 Uhr (Verkauf) 08:00 bis 17:30 Uhr (Teiledienst) 07:00 bis 18:00 Uhr (Service)	
Samstag	09:00 bis 16:00 Uhr (Verkauf) 09:00 bis 12:00 Uhr (Teiledienst)	
Sonntag	geschlossen	
Kontakt		
Auto Köhler GmbH & Co. KG		
Max-Spenger-Str. 11 84048 Mainburg Geschäftsführer: Klaus Peter Köhler und Michael Bernhard Köhler Tel.: 08751/867 00 Fax: 08751/86 70 90 Internet: www.auto-koehler.de E-Mail: mainburg@auto-koehler.de		

genau verfolgen, welche Anfragen der Verkäufer beantwortet hat, ob er bei Bedarf ein Alternativfahrzeug angeboten hat und ob es zu einem Kaufabschluss gekommen ist.

Externe Dienstleister

Das interne Nachrichten- und Informationssystem X-Com bietet neben dem Mitteilungssystem noch weitere Funktionen wie zum Beispiel: Formularcenter, Terminerinnerung, Bildversand, Textverarbeitungs- und Hyperlinkanwendungen sowie ein Telefon- und E-Mail-Verzeichnis, Lob- und Kummerkasten.

Im Autohaus Köhler hat die Kundenzufriedenheit höchste Priorität. Um den Internetauftritt und den damit verbundenen Autokauf für die Kunden so angenehm wie möglich zu gestalten, hat sich das Unternehmen Hilfe von externen Dienst-

leistern geholt: Die Webseite hat Auto Köhler zusammen mit 4selected Mediendesign gestaltet und den Richtlinien von Volkswagen angepasst. Das Unternehmen Auto Do stellt die Software zur Verfügung, um die Fahrzeuge ins Internet zu stellen. Zudem verbringen die Mitarbeiter von Auto Do ein bis zwei Tage pro Woche damit, die Fahrzeuge von Auto Köhler zu fotografieren und die Daten an die Fahrzeugbörsen zu übertragen. Schon lange ist das Autohaus Köhler ein Referenzkunde bei Auto Do. Geschäftsführer Marc Mittler zur Zusammenarbeit: „Bei allem, was wir neu machen, ist das Autohaus Köhler dabei und dient als Beispiel für andere Autohändler.“ Mit der Software von Auto Do kann der Internetverantwortliche genau erkennen, von welcher Börse die Anfrage einging. So sieht Klaus Köhler sofort, welche Plattformen er für seine Fahrzeuge nutzen und von welcher er lieber die Finger lassen sollte.

90 Prozent aller Anfragen bei Auto Köhler kommen aus dem Internet: „Wir haben zehn Jahre an uns gearbeitet. Unser Konzept und die damit verbundene Internetstrategie ist für uns überlebenswichtig“, erklärt Köhler. Der Erfolg gibt ihm Recht. Über 2.000 verkaufte Gebrauchtwagen jährlich sprechen eine eindeutige Sprache.

Das Autohaus Köhler in Mainburg ist kein Ort, an dem sich Fuchs und Hase Gute Nacht sagen, sondern an dem sie vielmehr eine große Party feiern. Und alle in der Region möchten auf die Gästeliste.

Stephan Richter



Große Auswahl für die Kunden auf dem Gebrauchtwagenplatz