





» Wer sich digital aufstellt, betreibt letztlich Zukunftssicherung und macht sich unabhängiger. Das betrifft den Verkauf und den Einkauf gleichermaßen. «

Ralph M. Meunzel,
Chefredakteur AUTOHAUS

INHALT

3 Die 360-Grad-Idee

Warum autohelden viel mehr ist als eine digitale Einkaufsplattform, lesen Sie im Interview mit Geschäftsführer Christoph Wicke und Vertriebsleiter Sven Meintz.

6 Rundum-Versorger mit Service

Die autohelden bieten Millionen Produkte aus einer Hand – und das mit Rundum-Service. Das Portfolio im Überblick.

10 Perfekte Fahrzeugbilder

Damit auch Laien schnell und einfach professionelle Fahrzeugfotos per App erstellen können, arbeitet autohelden mit Cargrafixx.de zusammen.

12 Der Garantie-Turbo

Die Kooperation zwischen autohelden und der **mobile GARANTIE** Deutschland GmbH hebt das Garantievericherungsgeschäft für Handels- und Servicebetriebe auf ein neues Level.

14 Umfassende Services

CEO Rainer Doerr erklärt im Interview, was **mobile GARANTIE** von anderen Anbietern unterscheidet.

15 Partner gesucht

autohelden und **mobile GARANTIE** suchen Werkstätten als Netzwerkpartner – jetzt einsteigen!

Eine für alles!

Die Weichen im Autohandel sind auf Umbruch gestellt – und der kommt schneller als man denkt. Digitalisierung, Online-Vertrieb, E-Mobilität, gestiegene Kundenansprüche, deutlich rückläufiger Service und die neuen oft disruptiven Wettbewerber erfordern eine verstärkte Aufmerksamkeit bzw. auch eine Ausweitung des Geschäfts.

Allein die Einbrüche beim Ölgeschäft werden die Rendite empfindlich treffen. Business as usual ist jetzt definitiv die falsche Strategie. Da stellt sich die Frage nach den Perspektiven. Klar ist, diese bestehen für den stationären Handel weiterhin. Man muss sich aber wesentlich breiter aufstellen, um die stagnierenden bzw. reduzierten Werkstattumsätze auszugleichen. Es geht also auch darum, die gebotenen Chancen zu nutzen. Nicht alles, was aus dem Internet kommt, ist schlecht. Wer sich digital aufstellt, betreibt letztlich Zukunftssicherung und macht sich unabhängiger. Das betrifft den Verkauf und den Einkauf gleichermaßen. Auch die Einkaufsmöglichkeiten verändern sich und Marge ist zwar nicht alles, aber ohne Marge ist alles nichts.

Wer seinen Geschäftshorizont erweitern muss oder möchte, benötigt aber auch Beratung. Wie digital und trotzdem kundenorientiert der Einkauf inzwischen abgebildet ist, hängt vom gewählten Lieferanten ab. Das ist beim Vertragshandel der Hersteller oder Importeur, daran dürfte sich auch künftig nichts ändern. Dennoch bieten sich neue Möglichkeiten, die es wert sind, geprüft zu werden. Dazu zählt sicher der di-

gitale Marktplatz autohelden. Gründer und CEO Christoph Wicke hat seine langjährige Erfahrung im Umgang mit dem Handel genutzt und eine digitale Einkaufsplattform bereits erfolgreich am Markt eingeführt.

Seine Idee ist es, dem Autohaus ein umfassendes Angebotsspektrum zu offerieren. Man kann also ähnlich wie bei Amazon auf eine breite Palette an Produkten, Fahrzeugen und Dienstleistungen zurückgreifen. Gerade Versicherungsprodukte müssen in Zukunft noch stärker zur Loyalisierung eingesetzt werden. Gleichzeitig werden die Netzwerkpartner auch nicht im Regen stehen gelassen, wenn es zum Beispiel um den Einbau von Teilen und Zubehör geht. Hier funktioniert man eher wie eine Community, die mit Rat und Tat zur Seite steht. Die Binsenweisheit, dass im Einkauf der Gewinn liegt, greift bei Digitalisierungsprozessen übrigens zu kurz. Ab einem gewissen Zeitpunkt ist einfach die Luft raus.

Die Macher von autohelden führen auf ihrem digitalen Marktplatz viele Anbieter zusammen. Kosteneinsparungen werden generiert, wenn man einerseits auf einen Marktplatz mit reichhaltigem Angebot und Einkaufsmacht zurückgreifen kann und andererseits monatlich zum Beispiel nur eine Rechnung erhält. Das macht sich in Form deutlich reduzierter Kosten bemerkbar.

Eine spannende Lektüre wünscht Ihr

Ralph M. Meunzel

Druck: F&W Druck- und Mediacenter, 83361 Kienberg
Verlag: Springer Fachmedien München GmbH (ein Teil von Springer Nature), Aschauer Str. 30, 81549 München, www.autohaus.de

IMPRESSUM

Das **Forum autohelden** erscheint als **Anzeigen-Sonderpublikation** mit AUTOHAUS 8/2022 im Auftrag von: autohelden, eine Marke der fleemo GmbH, Mittelweg 21b, 21698 Harsefeld

Chefredakteur: Ralph M. Meunzel
Koordination: Manuel Eder (Ltg.)
Redaktion: Jörg Schwieder
Sondergeschäft: Karin Rockel (Ltg.), Birgit Zipfel



Was autohelden von anderen Online-Einkaufsplattformen unterscheidet, erklären Deutschland-Vertriebsleiter Sven Meintz (r.) und Geschäftsführer Christoph Wicke (l.) im Interview.

KAUFEN, VERKAUFEN, VERGLEICHEN: DAS „AMAZON“ DER AUTOHÄUSER

Die 360-Grad-Idee

„Wir sind im besten Sinn der digitale Marktplatz der Branche“, sagen Christoph Wicke, Geschäftsführer, und Sven Meintz, Vertriebsleiter Deutschland, von autohelden. Was das genau bedeutet, erläutern sie in diesem Interview.

» Sie werden auch als das „Amazon der Automobilbranche“ bezeichnet. Trifft der Vergleich zu?

C. Wicke: Das Zitat stammt von einem unserer Kunden, aber wir tragen das als eine Art Ritterschlag gerne so weiter. Wir sind eine Markenplattform und in der Lage, den Bedarf des Handels über die ganzen 360 Grad abzubilden. Insbesondere gilt das in beide Richtungen: Händler können Ware zukaufen, über unser System aber auch als Verkäufer auftreten. Unsere Händler bekommen einen Vertriebs-Ansprechpartner vor Ort, der für alle Produkte und Services zuständig ist, und nicht, wie üblich, zwei Dutzend verschiedene.

» Der Vor-Ort-Service unterscheidet Sie dann aber doch stark von Amazon.

C. Wicke: Das ist korrekt, wir sind auch mehr als eine Einkaufsplattform. Wir ergänzen unseren digitalen Marktplatz mit individueller Beratung und persönlicher

Betreuung. Uns ist es wichtig, den Handel wieder in die Lage zu versetzen, das komplette Geschäft rund um die Kundenmobilität abzubilden. Dazu gehört es auch, Geschäftsfelder zurückzuerobern, die zwischenzeitlich zu großen Teilen an externe Anbieter verloren gingen, wie etwa das Glasgeschäft. Und es geht darum, ein Stück unternehmerische Unabhängigkeit zurückzugewinnen.

» Wie meinen Sie das?

C. Wicke: Wenn wir den Teilemarkt betrachten, kennen viele nur das Schwarz-Weiß-Muster: Originalteile vom Hersteller oder freier Markt. Ein Beispiel: Eine original Ölablassschraube kostet 1,28 Euro. Wir liefern exakt die gleiche Schraube für 28 Cent.

S. Meintz: Und das ist in der Tat die gleiche Schraube, kein Nachbau. Am Ende des Tages können unsere Händler damit über die autohelden ihren kompletten Bedarf abdecken, bei Teilen, Zubehör, Schmierstoffen. Aber auch Finanzdienstleistungen und Versicherungen bis hin zu Neu- und Gebrauchtwagen aller Marken. Wir bemühen uns, tatsächlich 100 Prozent der Wertschöpfungskette abzubilden, dazu alle Bedarfe, alle Marken, verschiedene Anbieter. Egal ob Werkzeug, Strom, Gas oder Software. Das gibt unseren Kunden die nötige unternehmerische Freiheit und den Spielraum, den man als Betrieb für erfolgreiches Wachstum benötigt – heute und in Zukunft.



» Mit einem Klick erhalten die Händler eine übersichtliche Liste mit ca. 35 Anbietern und können Preise vergleichen. «

Sven Meintz,
Vertriebsleiter Deutschland autohelden

» Alles aus einer Hand liefern zu können, gilt gemeinhin als wichtiges Argument. Wie genau bietet das dem Handel Vorteile?
C. Wicke: Unsere Kunden haben eine Anlaufstelle, die die verschiedensten Produkte und Dienstleistungen sowie deren Lieferanten bündelt – bis hin zu den Rechnungen, die von autohelden nun übersichtlich und effizient zusammengeführt werden. Das ist nicht nur ein Komfortmerkmal, sondern senkt Verwaltungskosten. In 95 Prozent der Fälle laufen Bestellungen bei uns über einen einzigen Kreditor, von anderen Plattformen bekommen sie 30 Sätze Reifen und mit etwas Pech 30 Rechnungen. Auch hier unterscheiden wir uns vom üblichen Marketplace-Prinzip und bieten einen Service, der gerade großen Händlern

mit mehreren Standorten viel Arbeitszeit und Aufwand erspart.

» Über welche Summen sprechen wir hier?

S. Meintz: Wir haben uns einmal einen mittelständischen VW-Händler angesehen, mit folgender Annahme: Bestellungen über den Hersteller bleiben wie gehabt, aber alles andere läuft ab sofort anstatt über Dutzende verschiedene Lieferanten und Kreditoren nur noch über uns. Und statt jedes Teil einzeln zu berechnen, werden Bestellungen gesammelt und dann erst in Rechnung gestellt. Ergebnis: Alleine die Ersparnis im Bereich Buchhaltung lag bei 16.000 Euro im Jahr. Und da haben wir noch gar nicht über die Einkaufsvorteile bei autohelden gesprochen.

» Was unterscheidet Sie sonst noch von klassischen Einkaufsplattformen?

C. Wicke: autohelden ist keine Einbahnstraße, wie es eine reine Einkaufsplattform häufig ist. Als echter Marktplatz können Händler über uns kaufen, aber eben auch verkaufen, indem sie Teile oder Zubehör einstellen. Wir sehen uns damit als echter Partner des Handels und suchen gezielt nach Lösungen, von denen wir überzeugt sind, dass sie unsere Kunden auch auf einer strategischen Ebene voranbringen. Mehr noch: Wir bieten einzigartige Kundenbindung. Wir sorgen dafür, dass Werkstätten wieder stärker ausgelastet sind und die Loyalität steigt. Natürlich liegt im Einkauf der Gewinn – aber darüber hinaus muss ich als Händler heute mehr können als nur günstige Preise. Ich muss es schaffen, den Wiederkaufzyklus von Fahrzeug zu Fahrzeug geschlossen zu halten, über alle Markengrenzen hinweg. Der Endkunde muss sich dem Betrieb an sich verbunden fühlen, nicht nur irgendeiner Herstellermarke. Das schaffe ich dann, wenn ich alle Services biete, in einer Qualität, die den Kunden zufriedenstellt, zu einem Preis, den er – mit Blick auf das Alter des Fahrzeugs – als angemessen erachtet.

» Trotzdem liegt, wie Sie sagen, natürlich im Einkauf der Gewinn. Wie bekommen Ihre Kunden das beste Angebot?

S. Meintz: Beispielsweise ganz einfach über die Eingabe einer Teilenummer. Einen Klick später erhalten unsere Händler eine übersichtliche Liste mit ca. 35 Anbietern und können die Preise vergleichen, innerhalb der verschiedenen Qualitäts-



» Natürlich liegt im Einkauf der Gewinn – aber darüber hinaus muss ich als Händler heute mehr können, als nur günstige Preise zu bieten. «

Christoph Wicke,
Geschäftsführer autohelden

stufen oder auch darüber hinaus. Das haben wir wiederum ganz ähnlich gelöst wie Amazon. So viel Transparenz und Übersicht bekommen Sie unserer Meinung nach nirgendwo sonst.

C. Wicke: Ein guter Grund für Autohausbetrieb, neben den OEM-Kanälen auch auf autohelden zu setzen, sind die Fälle, bei denen ein Händler das Fahrzeug einer anderen Marke im Haus hat. Was, wenn ich eine Inzahlungnahme habe? Wenn einer meiner Stammkunden seinen markenfremden Zweit- oder Drittwagen anbringt, zum Beispiel für einen Service? Nicht wenige Werkstätten fahren dann zum benachbarten Händler, holen sich dort irgendwelche Kleinstteile, haben einen riesigen Zeitbedarf ... Das ist eigentlich nicht darstellbar. Es ist aber andererseits ein Glücksfall, denn solche Kunden kann ich gegebenenfalls zu meinen Neukunden machen. Ich kann als Betrieb wachsen – quantitativ, aber auch über meine Stamm-Marke hinaus. Über autohelden bekommen Händler dann alles was sie benötigen: schnell, unkompliziert, zum fairen Preis.

» Wo hat der Handel Ihrer Meinung nach besonders großen Nachholbedarf mit Blick auf das Ausreizen der Wertschöpfungskette?

S. Meintz: Einen Schwerpunkt sehen wir hier ganz klar beim Thema Autoglas. Sehr viele Werkstätten haben dieses wichtige Geschäftsfeld verloren an darauf speziali-

sierte Wettbewerber. Es handelt sich oft um lukrative Aufträge, die aber meist ganz oder teilweise per Teilkasko versichert sind und daher dem Kunden nicht wehtun. Der Endkunde verbindet jedoch einen Glasschaden inzwischen nicht mehr mit seinem Autohaus, sondern mit den selbsternannten „Glasspezialisten“. Unsere Lieferanten haben Scheiben für jegliches Fahrzeugmodell im Angebot, in OE-Qualität, oft aber 50 bis 70 Prozent günstiger. Jetzt kommt es nur darauf an, jeden Kundenkontakt zu nutzen und die Fahrzeuge auf Glasschäden hin zu untersuchen: beim Reifenwechsel, beim Wintercheck, beim Service oder zu anderen Gelegenheiten. So viel Zeit muss sein.

C. Wicke: Dabei geht es nicht nur um den Ertrag, es geht auch darum, den Kunden zu behalten. Service zu bieten, Kompetenz zu beweisen. Wir unterstützen das marketingtechnisch mit Flyern und Spiegelanhängern sowie mit der sechsmonatigen autohelden Glasgarantie: Sollte es innerhalb dieser Zeit zu einem Folgeschaden kommen und die Scheibe muss erneut getauscht werden, erhält das Autohaus eine Prämie. Dieser Bonus kann ganz oder anteilig für den Endkunden als Treuebonus eingesetzt werden.

» Die Branche stöhnt seit Monaten über lange Lieferzeiten bei Fahrzeugen und Teilen – spielt Ihnen das in die Karten?

C. Wicke: Das ist tatsächlich so. Jede dritte Anfrage bezieht sich inzwischen auf die Lieferung von Fahrzeugen, neu oder gebraucht. Das ist wirklich dramatisch. Da wir uns sehr breit aufgestellt haben, sind wir eigentlich immer in der Lage, etwas anzubieten. Wir haben eine eigene Fahrzeugbörse, eine B2B-Plattform, mit Jahres- und Halbjahreswagen, Neuwagen, EU-Fahrzeugen etc. Eine Spezialität von uns sind Mietfahrzeuge. Frei konfigurierbar und nach der Mietzeit fertig zum Verkauf.

» Haben Sie je darüber nachgedacht, selbst zum Endkunden-Händler zu werden?

C. Wicke: Wir sehen uns als Partner des Handels und nicht als Wettbewerber. Damit sind wir erfolgreich, hier liegt auch klar unsere Kompetenz. Zusätzlich sind wir der Meinung, dass ein nachhaltiges und werthaltiges Privatgeschäft den Kontakt beim Händler weiterhin benötigt.

» Vielen Dank für das Gespräch!

Fotos: autohelden (Interview), abobesock (Montage)



Fast Facts

-  **UNSCHLAGBARE VIELFALT, BESTER PREIS**
autohelden liefert 16 Millionen Ersatzteile von diversen Lieferanten in gewohnter OE-Qualität zu Bestpreisen.
-  **SPART ZEIT UND GELD**
autohelden vereinfacht als smarte Online-Lösung den Einkauf und organisiert über Zentralfakturierung den gesamten Abrechnungsprozess.
-  **KAUFEN UND ZUGLEICH VERKAUFEN**
autohelden ist keine Einbahnstraße: Händler können sowohl Teile beziehen als auch selbst Produkte einstellen und so über die Plattform als Anbieter auftreten.
-  **PARTNERSCHAFTLICH UND DIREKT**
autohelden unterstützt Autohäuser und Werkstätten durch innovative und individuelle Produkte mit dem Ziel, den Ertrag der Partnerbetriebe zu erhöhen.
-  **ALLE MARKEN, GESAMTE WERTSCHÖPFUNGSKETTE**
autohelden hilft Händlern dabei, Markengrenzen zu überwinden und die gesamte Wertschöpfungskette für sich zu erschließen.
-  **TRANSPARENT UND PREISWERT**
autohelden bietet Preisvergleiche mit einem Klick und Produkialternativen in allen Klassen.



Testen Sie jetzt die heldenhaft cleveren Tools von autohelden mit einem kostenlosen Probezugang.
autohelden.com/kostenloser-probezugang



autohelden Superkräfte

Was habe ich davon, wenn ich autohelden benutze?

B2B-Kunden erhalten alles, was sie täglich brauchen, von zahlreichen namhaften Lieferanten und abgerechnet über eine Rechnung*. Dabei sparen sie Gemeinkosten in Höhe von mehreren tausend Euro pro Jahr und können beim Einkauf zahlreicher Produkte und Dienstleistungen nochmals sparen.

Mehr Nutzen

- + autohelden reduziert Einkaufskomplexität**
Eine einzige Rechnung statt vieler Lieferantenrechnungen.
Ein kompetenter Ansprechpartner statt zahlreicher unterschiedlich guter Vertreter.
- + autohelden schafft Preistransparenz und vergleicht Lieferanten**
autohelden vergleicht Anbieter miteinander und bietet die beste Auswahl seinen B2B-Kunden an.
Alle Preise ohne komplizierte Bonifizierungssysteme oder die Einberechnung von Geschenken.
- + autohelden eröffnet Autohäusern und Werkstätten den Zugang zu einem neuen Markt**
autohelden funktioniert als echter Marktplatz in beide Richtungen: für den Einkauf, aber auch den Abverkauf. Denn Händler können selbst Produkte einstellen und werden so auch selbst zu Verkäufern.

Weniger Kosten – mehr Ertrag

- + autohelden reduziert die Gemeinkosten**
Statt zahlreicher Rechnungen unterschiedlicher Lieferanten erhalten B2B-Kunden alles übersichtlich auf einer Rechnung*. Bei einem mittelgroßen Autohaus/Servicebetrieb können ca. 36.000 Euro pro Jahr eingespart werden (Umfrage-Ergebnis unter autohelden-Partnern).
- + autohelden spricht Ihre Sprache**
In jedem Einkaufsbereich bietet autohelden Vorteile, die andere Anbieter so nicht immer leisten. Beispiel Reifen/Räder: Preisvergleiche mit Herstellerkonditionen.

Testen Sie jetzt die heldenhaft cleveren Tools von autohelden mit einem kostenlosen Probezugang.



autohelden.com/kostenloser-probezugang

*ausgenommen sind OE-Teile der Marke Mercedes

DIENSTLEISTUNGEN UND SERVICES NACH MASS

Rundum-Versorger mit Service

Millionen Produkte und Leistungen aus einer Hand. Das ist es, was inzwischen Tausende Händler und Werkstätten elektrisiert: Die autohelden bieten nicht nur alles. Sondern alles mit Service.

FAHRZEUGE NW/GW



Alle Marken, alle Klassen: Bei autohelden bekommen Händler Neufahrzeuge und junge Gebrauchte zu Top-Konditionen.

Das ist clever: neue und gebrauchte Fahrzeuge aller deutschen Marken mit höchster Verfügbarkeit und mit attraktiven Nachlässen.

„Über den Marken-Horizont hinausblicken“ ist eine der Kernbotschaften von autohelden. Nirgendwo wird das so sichtbar wie bei der Auswahl der neuen und gebrauchten Fahrzeuge. Egal ob EU-Neuwagen, Lagerfahrzeuge oder junge Gebrauchte aus der Miete: autohelden empfiehlt sich als alternative Ankaufsmöglichkeit, gerade in Zeiten der Lieferkrise.



Christoph Wicke, Geschäftsführer autohelden: „Der Handel kann mit uns neue Wege beschreiten. Niemand muss sich mehr auf eine einzige Marke beschränken. Viel wichtiger als Herstellermarken zu betreuen, ist es inzwischen, für seine Kunden zur Händlermarke zu werden. Je breiter dabei das Angebot an Fahrzeugen, desto wahrscheinlicher ist es, dass Kunden ihrem Händler ein Leben lang loyal bleiben.“ Laut Vertriebsleiter Sven Meintz können die autohelden alle gängigen deutschen Neufahrzeuge mit hohen Nachlässen liefern.

REIFENGESCHÄFT



Das „Reifenportal“ von autohelden versetzt jeden Betrieb in die Lage, sich dieses Geschäftsfeld zurückzuerobern.

Das ist smart: hochwertige Reifen in breiter Auswahl und stets inklusive einer 24-monatigen Reifengarantie, die die Kunden wieder ins Autohaus bringt.

Das Reifengeschäft des Vertragshandels erodiert zusehends, Kunden gehen heute gerne zum „Reifenfachbetrieb“. Diese Ertragssäule sollten sich Betriebe zurückholen. Für autohelden ist die Abdeckung jeglicher Geschäftsfelder rund um die individuelle Mobilität durch Autohäuser immer auch eine Frage von Zukunftssicherung. Es geht um Kundenbindung. Und natürlich um Erträge. Beim Reifengeschäft locken heute nicht nur Reifenfachhändler in vielen Städten. Auch Online-



Shops versuchen, Endkunden direkt zu erreichen. Gute Konditionen, große Auswahl und schnelle Lieferbarkeit sind daher das A und O. Betriebe mit eigener Werkstatt können sich beim autohelden Reifenportal kostenlos anmelden und sofort die Preise vergleichen. „Mit autohelden können Händler das Reifengeschäft aktiv betreiben“, sagt Wicke.

AUTOGLAS



Auch beim Autoglas-Geschäft scheinen manche Kunden bereits zu glauben, nur ein „Spezialist“ kenne sich damit aus.

Das gibt es nur bei autohelden: Die Glasgarantie dient Kunden und nutzt dem Handel zur Loyalisierung. So sieht Win-win für beide Seiten aus.

Damit auch das Umsatzvolumen des Glasgeschäfts wieder seinen Weg zurück in die Autohäuser findet, haben die autohelden sich im Sinne ihrer Partnerbetriebe einen richtiggehenden Masterplan überlegt. Neu bei autohelden ist seit September letzten Jahres eine sechsmonatige Glasgarantie, die optional dazugebucht werden kann. Sollte es bei einem Endkunden zu einem Folgeschaden kommen und ein Scheibenaustausch anstehen, ist das Autohaus gut beraten, wieder bei den autohelden eine Scheibe zu ordern: „Denn der Betrieb erhält dann von uns eine attraktive Prämie. Ob der Partner den Betrag an den Kunden weitergibt, bleibt ihm überlassen“, so Vertriebsleiter Meintz. Die Summe lasse sich auch splitten. Erste Partner teilen den Bonus laut Meintz bereits zwischen Serviceberater, Kunde und Werkstatt auf. „Mit diesem Ansatz lässt sich im Reparaturbetrieb Geld verdienen und die Kundenbindung erhöhen, und genau darum geht es.“



Fotos © stock.adobe.com: Wayhome Studio (1), Wellhofer Designs (Autos), studio-graphic (Reifen), MicroOne (Reifen), memoforale (Scheibe), rht2010 (gläserne)



Heldenhaft

36.800 Euro einsparen pro Betrieb und Jahr

Dieses Einsparpotenzial errechnet sich aus sinkenden Gemeinkosten allein in der Buchhaltung. Erreicht wird das durch die Reduzierung der Anzahl von Kreditoren/Rechnungsvorgängen dank der Bündelung der Bestellungen über autohelden. Das folgende Rechenbeispiel illustriert diese Synergieeffekte mit Buchungskosten für herstellerunabhängige Rechnungen (das sind zum Beispiel C-Teile, Mietkleidung, Fremtteile, Motorenöle) bei einem herstellerloyalen, mittelgroßen Autohaus.

Kosten heute	Kosten mit autohelden
176 Fremdrechnungen pro Monat x 21,15 Euro Kosten pro Buchung* x 12 Monate	31 autohelden Rechnungen pro Monat x 21,15 Euro Kosten pro Buchung* x 12 Monate
= 44.668,80 Euro Buchungskosten	= 1.867,80 Euro Buchungskosten
GESPART	Differenz: 36.801 Euro Buchungskosten/Jahr gespart

Aufwand nicht schönrechnen: Die zugrunde gelegten Kosten von 21,15 Euro pro Buchung erklären sich, wenn man sich die folgenden zehn Arbeitsschritte eines oft üblichen Buchungsprozesses vor Augen führt:

1. Die Rechnung trifft per Post ein und wird geöffnet.
2. Die Rechnung wird kontrolliert und allenfalls in einen Liquiditätsplan eingegeben.
3. Die Rechnung muss bezahlt werden. In diesem Fall per Eingabe ins Online-Banking.
4. Rechnung wird bezahlt und die Bank schickt einen Bank-Zahlungsbeleg, der dieser Rechnung wiederum manuell zugeordnet werden muss.
5. Die Rechnung wird kontiert und anschließend in der Buchhaltung erfasst.
6. Das Rechnungoriginal wird in einem Ordner, womöglich nach Alphabet, sortiert abgelegt und für zehn Jahre archiviert.
7. Das Bankkonto muss abgestimmt werden.
8. Später wird die MwSt.-Abrechnung erstellt und die MwSt.-Buchung noch einmal kontrolliert.
9. Auch zum Jahresabschluss werden die Konten in der Regel abgestimmt.
10. Die Revision schaut sich die Buchhaltung später noch einmal an.

Berücksichtigte Kosten: Lohn, Sozialversicherung, Computer/Wartung, Personalführung, Weiterbildung

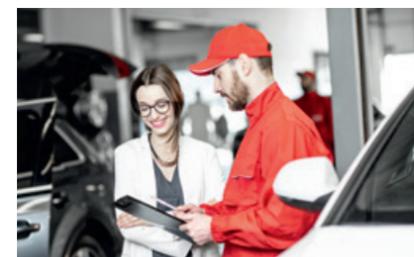
GARANTIE & VERSICHERUNG



Kundenservice beinhaltet auch die Absicherung von Mobilität und Fahrzeug. Dabei geht es nicht zuerst um Provision.

Heldenhaft hilfreich? Das geht so: Eine Lösung für alle, wirklich alle Autos zwischen 0 und 100 Jahren Fahrzeugalter und versicherbar mit 0 Prozent Materialkostenanteil.

Fragt man Händler nach den strategischen Aspekten des Versicherungsgeschäfts, steht das Generieren von Provisionen erst an dritter Stelle. Auf den Plätzen eins und zwei dominieren „Kundenbindung stärken“ und „Werkstattauslastung sichern bei Schadenfällen“. autohelden hat sich die **mobile GARANTIE** Deutschland GmbH ins Boot geholt, die nicht nur sehr individuelle Lösungen bietet, sondern auch vergleichsweise exotische Anforderungen erfüllt. Damit ist sichergestellt, dass wirklich jeder Kundenwunsch umsetzbar ist – eine ideale Ergänzung zum Portfolio, z. B. zum Standardangebot einer OEM-Lösung.



MIETFAHRZEUGE



Als Werkstattersatzwagen, als zusätzliches Standbein – und/oder um sich ein Quelle an günstigen Junggebrachten zu sichern.

Vom Werkstattersatzwagen, einem Übergangsfahrzeug (wegen gegebenenfalls derzeit recht langer Bestellfristen) bis zum kleinen Vermietgeschäft oder sogar Auto-Abos: Mietfahrzeuge bekommen für Endkunden immer mehr Relevanz. Gleichzeitig kann die Gebrauchtwagenabteilung sie auch als besonders lukrative Zukaufsquelle nutzen, für einen planbaren Zustrom junger Gebrauchtfahrzeuge aller Marken.

ZUBEHÖR & TEILE



Der Gewinn im Teilegeschäft liegt im Einkauf. Wer es zudem strikt am Kundenbedarf orientiert, verhindert Abwanderung.

Einfach und schnell: autohelden benötigt nur einen Kostenvoranschlag (KVA) oder ein Gutachten und generiert daraus eine Vorschlagsliste, welche Teile voraussichtlich nötig sind. Das ist nicht nur praktisch, sondern erlaubt auch – mit Blick auf einen drohenden Teileengpass – eine schnelle Bevorratung.

Das Portfolio von autohelden umfasst aktuell über 16 Millionen Kfz-Ersatzteile und Zubehör – markenübergreifend. Teile lassen sich über die OE- oder Herstellernummer, mittels Daten aus dem Fahrzeugschein oder über den Fahrzeugtyp suchen. Die Suchfunktion ist schlank gehalten und erinnert an eine Google-Maske. Das Portal wird oft mit dem Amazon-Marktplatz verglichen, doch es gibt einen wesentlichen Unterschied: Der Einkauf ist nicht nur online möglich, sondern ebenso über Telefon, Fax oder einen Ansprechpartner. Auch vor Ort ist ein Ansprechpartner schnell zur Stelle, wenn es Wichtiges zu klären gibt oder eine ausführliche Beratung gewünscht ist. Die Preisunterschiede des gleichen Teils, jedoch von unterschiedlichen Lieferanten, fallen oft drastisch aus. Die Qualität ist jedoch identisch: „Die Lieferanten sind dieselben, die auch die großen Autobauer beliefern. Das identische Bauteil, das auch zum Hersteller ans Band geliefert wird, gibt es bei uns zu einem günstigeren Preis ohne Herstellerlogo“, so Vertriebschef Meintz. Hier seien Einsparungen von 50 bis 70 Prozent keine Ausnahme. Das können Werkstätten nutzen, um ihre Profite zu steigern. Oder um Besitzern älterer Fahrzeuge ein zeitwertgerechtes Angebot zu unterbreiten.



WERKSTATT-AUSRÜSTUNG



Der Eigenbedarf von Werkstätten ist immens und vielfältig. Gut, wenn man sich alle Produkte zentral besorgen kann.

Werkstattausrüstung zum Nulltarif: Mit einer Vereinbarung lässt sich die Werkstattausrüstung über den Teilebezug kostenneutral refinanzieren.

Im Übrigen gilt auch hier das autohelden Motto: Servicebetriebe bestellen herstellert zertifizierten Werkstattbedarf, auf eine Rechnung und zu besten Preisen.

FINANZDIENSTLEISTUNGEN



Via autohelden kommen Händler an sehr günstige Finanzierungsprodukte für sich und ihre Kunden.

Doppelt verdient durch autohelden: Das gilt auch für Boni. Zu den oft direkt von der Bank geleisteten Provisionen aus Finanzdienstleistungen kommt noch der autohelden-Bonus on top hinzu.

Partner ist in diesem Fall Bank11, die in der Branche für innovative, schlanke und unkomplizierte Finanzdienstleistungen bekannt ist und die sich ideal ergänzen lässt zur Herstellerbank.

360-GRAD-SERVICE



autohelden hebt sich durch einen ganzheitlichen Service von den Angeboten reiner Einkaufsplattformen ab.

Von der Unternehmensberatung über den gemeinsamen Stromeinkauf bis zum Forderungsverkauf zur Erhöhung der Liquidität – autohelden steht bereit!

Erst mit diesem umfassenden Angebot schließt sich für autohelden die 360-Grad-Perspektive für nachhaltiges Handelsgeschäft.

Fotos © stock.adobe.com: Wayhome Studio (1) mekar (Gespant), Jants Abolius (Icons Auto und Kalender), rashadshuov (Icon Werkzeug), Maksim (Icon Hand), zaurahmor (Icon €), Magisk Polje (Icon 360°), rb3010 (dörge)



Mit der Catch Photo App von Cargrafixx.de lassen sich schnell und einfach professionelle Fahrzeugbilder mit neutralen, fotorealistischen Hintergründen erstellen.

360-GRAD-REMARKETING

Perfekte Fahrzeugbilder machen den Deal

Wie glänzt man als Autohändler im digitalen Geschäft? Richtig: über Fahrzeugbilder mit professioneller Anmutung. Um die Erstellung solcher Fotos zu vereinfachen und zu beschleunigen, bietet das IT-Unternehmen Cargrafixx.de einen Service, der prinzipiell jeden zum Meisterfotografen macht.

Unkraut in den Pflasterritzen als Vordergrund, ein aschfahler Wolkenhimmel, die Mülltonnen auf dem Hof als ungeplantes Deko-Element: Die Online-Börsen sind voll von Bildern gebrauchter oder neuer Fahrzeuge, die insgesamt einen eher zweifelhaften Eindruck beim Interessenten hinterlassen. Kunde: „Für das Auto will der also 35.000 Euro?“ Alles klar. Die Kritik mag, bezogen auf das tatsächliche Angebot, vielleicht übertrieben sein – aber wie soll der User zu Hause vor seinem PC das wissen? Es hilft nichts: Bilder sagen mehr als 1.000 Worte. Die Bilder machen den Deal: Je nachdem, wie gut sie sind, generieren sie

» Mit ästhetischen 3-D-Renderings der Fahrzeuge bieten Händler ihren Kunden eine moderne und beeindruckende User-Experience. «

Marcel Katterfeld, Gründer und Geschäftsführer Cargrafixx.de

bis zu 66 Prozent mehr Klicks. Dessen waren sich auch die Macher von Cargrafixx.de sehr bewusst, die beiden Gründer Marcel Katterfeld und Rufat Nagiev stammen selbst aus dem Handelsgeschäft: Der sich zunehmend stärker digitalisierende Auto-

handel kämpft inzwischen nicht mehr mit Fliesenfarben, Fahnen und Pylonen, sondern mit der Online-Präsentation seiner Ware. Blickwinkel, Licht, Untergrund, Hintergrund: All das wird auf einmal wichtig und auf einem Bild wie unter einem Brennglas sichtbar. Hier präsentiert der Händler nicht weniger als seine Visitenkarte und seinen Showroom in einem. Selbstverständlich haben viele Betriebe das Problem längst erkannt und geben sich alle Mühe, engagieren mitunter sogar Profi-Fotografen. Aber: Das alles ist teuer. Und viel zu langsam.

» Herr Katterfeld, wie kam es zu der Idee, einen Dienst wie Cargrafixx.de zu gründen?
M. Katterfeld: Das Problem, gute Fotos von seinen Autos zu bekommen, kennt jeder Händler. Wir haben uns alle Mühe gegeben, auch mit professionellen Fotografen, aber das Ergebnis hat uns nie wirklich zufriedengestellt.

» Wo liegen genau die Herausforderungen?
M. Katterfeld: Oft war der Hintergrund unpassend, das Licht nicht gut oder zu wenig Platz, um das Fahrzeug angemessen in Szene zu setzen. Das kann selbst ein ausgebildeter Fotograf vor Ort oftmals nicht so lösen, dass er optimale Ergebnisse liefert. Hinzu kommt, dass ein Verkäufer von jedem Fahrzeug einen Satz Fotos benötigt, die möglichst immer aus dem gleichen Winkel aufgenommen sind. Es sollte auch keine Ansicht vergessen werden.

» Wie hilft nun Cargrafixx.de dem Händler?
M. Katterfeld: Unser Service via Fotoapp leitet die Nutzer beim Fotografieren an und gibt dann die Bilder zur voll digitalen Bearbeitung. Es existiert für diesen Bereich schon die eine oder andere Lösung,

die meist aber darin besteht, dass die Bilder von einer App erfasst und an Dienstleister in Billiglohnländern gesendet werden. Dort werden die Fahrzeuge manuell freigestellt, der Hintergrund ausgetauscht und das Corporate Design angepasst. Das ist allerdings alles zeitintensiv und teuer. Das war für uns in Zeiten von Automatisierung und hochdigitalen Ansätzen keine befriedigende Lösung. Wir bieten unseren Kunden eine hochautomatisierte und ä-

» Auch fotografisch ungeübte Nutzer können mit Cargrafixx.de hervorragende Ergebnisse erzielen. «

Stefan Weigand, Leiter Verkauf Gebrauchte Automobile, Autohaus Timmermanns Nettetal GmbH

berst effektive Dienstleistung, die professionelle Fotografie, Bildretusche und CI-Integration vereint. In der App, die auf jedem Smartphone läuft, sind hochkomplexe Funktionen integriert, die aber von

jedem Foto-Laien ohne große Einarbeitung bedient werden können. Die App sagt dem Nutzer, wie und aus welchen Winkeln er das Fahrzeug fotografieren soll. Welche Ansichten das sind, kann frei vom Autohaus definiert werden.

» Wo findet die Berechnung der Bilder statt?
M. Katterfeld: Das passiert auf Hochleistungsrechnern, ein Smartphone wäre hier deutlich überfordert. Die App sendet die zu bearbeitenden Fotos automatisch an unseren Dienstleister, dieser übernimmt die vollautomatische Freistellung und sonstige Anpassungen, danach sind die Bilder innerhalb weniger Sekunden zurück beim Kunden.

Die Technologie dahinter wurde anhand der Fotos von mehreren 100.000 Fahrzeugen perfektioniert. Die Ergebnisse des Freistellens wurden geprüft, Fehler händisch markiert und die Ergebnisse im Lauf der Zeit so immer besser. Das Fahrzeug wird nicht nur freigestellt, sondern perspektivisch aus allen Winkeln erkannt und im Raum positioniert. Der vom Kunden gewünschte Hintergrund wird dann jeweils dynamisch an das Fahrzeug und die Szene angepasst. Nur so entstehen natürlich wirkende Bilder, mit 3-D-Schatten, Logo, Marken-CI etc. Neben individuellen Bildabfolgen lassen sich beliebige herstellerekonforme Richtlinien wie zum Beispiel Junge Sterne, WeltAuto, Audi GW Plus, Opel etc. integrieren. Animierte Assistenten sorgen mit eingeblendeten Hinweisen dafür, dass die Fahrzeugbilder immer in der richtigen Perspektive fotografiert werden, und versetzen auch ungeübte Mitarbeiter in die Lage, schnell hervorragende Ergebnisse zu erzielen.

» Vielen Dank für das Gespräch!

Cargrafixx.de ermöglicht seinen Kunden die Präsentation von Fahrzeugen in virtuellen Showrooms mit fotorealistischen Hintergründen. Um eine perfekte Darstellung zu gewährleisten, passen sich die digitalen Hintergründe dynamisch an die Fahrzeuge an.



Fotos © stock.adobe.com: Kaspars Gimaldis (Handy), gitekskr7 (Laptop), Cargrafixx.de (Screenshots)

KOOPERATIONSPARTNER: **mobile GARANTIE Deutschland GmbH**

Der Garantie-Turbo für Autohäuser und Werkstätten

Das Garantie-Versicherungsgeschäft in Autohäusern wird wichtiger. Auf ein neues Level könnte das Business die spannende Kooperation zwischen autohelden und der **mobile GARANTIE Deutschland GmbH** heben. Aktuell werden hier qualifizierte Partnerwerkstätten für ein bundesweites Werkstattnetz gesucht.

Ziel der Kooperation ist es, freigegebene Kfz-Garantieversicherungs-schäden bundesweit bearbeiten zu können. Dazu Sven Meintz, Vertriebsleiter autohelden Deutschland: „Tritt zum Beispiel in Hamburg ein Schadenfall eines Kunden auf, der sein Auto in München gekauft hat, dann ist das Interesse einer Regulierung aus Sicht des Autohauses in München wenig lukrativ. Hier kommen wir ins Spiel, indem wir in diesem Beispiel den Schaden an einen Werkstattpartner im Umfeld Hamburgs weitervermitteln.“

Dieser Produktmix entspricht dem Credo des Unternehmens sowie dessen Gründers und CEOs, Rainer Doerr: „Die Vielfalt der Produkte ist der Weg der Zukunft. Wir sehen uns nicht als klassischen Garantieversicherungsanbieter, sondern als Schaden- und Kundenbindungsspezialisten.“ Und: Das Thema hat derzeit hohe Aktualität. Für die Vorgaben des neuen Gewährleistungsrechts bietet die **mobile GARANTIE** dem Händler die Möglichkeit, das Risiko in den ersten zwölf Monaten abzusichern. Auch die Änderungen des Steuerrechts zum 01.01.23, die eine Garantiezusage eines Kfz-Händlers zur Versicherungsleistung machen, wurden von den **mobile GARANTIE** Experten umgehend analysiert, sodass dem Händler für die veränderte Situation bereits heute eine Lösung geboten wird. Daraus ergibt sich auch der Anspruch, neue Entwicklungen stets mit passenden Partnern zu realisieren. Speziell für den Autohandel umfasst das Garantieportfolio ein breites Spektrum an Leistungspaketen für Fahrzeuge aller Typen: von Neu- und Gebrauchtwagen über Supercars, Taxis, Sonderfahrzeuge, Young- und Oldtimer, Motorräder, Lkw, Einsatz- und Rettungsfahrzeuge bis hin zu Caravans und Wohnmobilen.

360-Grad-Gedanke perfekt abgebildet
Endkunden in Autohäusern und Werkstätten profitieren laut **mobile GARANTIE** von einem optimalen Preis-Leistungs-Verhältnis:

- Garantieversicherung aller Fahrzeugtypen
- GW- und NW-Garantieversicherungen für 12, 24 oder 36 Monate
- Reparaturkostenversicherung
- europaweite Reparaturkostendeckung
- schnelle, unbürokratische Regulierung
- Transparenz in allen Schritten der Schadenabwicklung

Im Rahmen der Produktpalette für Neufahrzeuge und Gebrauchtwagen hat **mobile GARANTIE** beispielsweise drei Leistungspakete entwickelt, die auf variierende Anforderungen und Bedürfnisse der Kunden abgestimmt sind und daher unterschiedliche Grade der Leistungsabdeckung aufweisen: Standard, Komfort und Premium. Stetig entwickelt der Garantieversicherungsspezialist mit Kunden und Partnern weitere Ideen zu Produkten, die in den modularen Baukasten aufgenommen werden, den das Unternehmen in den letzten Jahren geschaffen hat. So enthalten die heutigen Garantieversicherungslösungen für Fahrzeuge etwa eine Klausel, die vom Hersteller weiterentwickelte Technologien automatisch deckt, sobald diese zur Serie erklärt werden. Ein entsprechendes Beispiel sind Radarwarnsysteme, die heutzutage zunehmend direkt im Fahrzeug verbaut werden.



Europaweite Expansion

„Die europaweite Expansion in den letzten Jahren zeigt unsere Verankerung und unsere erreichten Erfolge im Garantiesektor“, so Rainer Doerr. Zum Portfolio gehören neben den Gebrauchtwagen Garantien auch Neuwagen-Anschlussgarantien, Reparaturkostenversicherungen nach Maß sowie individuelle Erweiterungen wie Mobilitätsgarantien.

Im Porträt: Der Garantie-Versicherungspartner der Branche



SEIT DER GRÜNDUNG IM JAHR 2012 verfolgt **mobile GARANTIE** eine langfristig orientierte, verantwortungs- und risikobewusste Unternehmensstrategie. Erreichbarkeit und Kundennähe sind zentrale Bestandteile des Geschäftsmodells und begründen den Erfolg im Wandel der Zeit. Ihre Vision: „Wir helfen Menschen erfolgreich.“

VERÄNDERUNGSBEREITSCHAFT UND NACHHALTIGKEIT gehören für **mobile GARANTIE** dazu, um ihre Ziele zu erreichen. Sich selbst bezeichnet das inzwischen über 40 Mitarbeiter starke Unternehmen als „Outsourcing-Akteur mit Tendenzen zum Spezialisten für Garantieschadensteuerung“, eine Stärke liege in der „schnellen und unbürokratischen Schadenabwicklung und -regulierung“.

DER HELVETIA VENTURE FUND zeigte sich 2019 von den Visionen des Gründers Rainer Doerr überzeugt und investierte in das damals noch junge Unternehmen, nachdem sich bereits 2018 eine gute Zusammenarbeit mit Helvetia als Versicherungsträger ergeben hatte.

DIE BESONDERHEIT DES UNTERNEHMENSPROFILS war, dass **mobile GARANTIE** zum Zeitpunkt der Investition bereits profitabel wirtschaftete. Die Partnerschaft zwischen dem agilen Start-up und dem etablierten Versicherungsunternehmen baut seit dem ersten Tag auf einer absoluten Kundenorientierung und der gemeinsamen Entwicklung zeitgemäßer Versicherungslösungen auf.



Fotos © stock.adobe.com: industrieblick (1), Olivier Le Moal (c., bearbeitet)

IM GESPRÄCH

Über Alleinstellungsmerkmale, Kunden-vorteile und die Beweggründe für eine Kooperation mit autohelden haben wir mit Rainer Doerr gesprochen, dem Gründer und CEO der mobile GARANTIE.

» Herr Doerr, was unterscheidet Ihr Angebot von Garantiever sicherungen bzw. Reparaturkostenversicherungen für Fahrzeuge von denen anderer Anbieter?

R. Doerr: Uns unterscheidet die Vielfalt des Angebots – und die auf die Kundenbedürfnisse maßgeschneiderten Policen. Wir bieten Garantien für Fahrzeuge mit einem Alter von 0 bis 100 Jahren. Darüber hinaus bieten wir Garantiever sicherungsprodukte für ein breites Spektrum an Gütern: Fahrzeuge aller Art, Maschinen, Motorboote, Yachten, Heizungs-/Klimaanlagen, Rasenmäroboter, Reinigungsgeräte, Handys, Tablets ... Die Leistungen unserer Garantiever sicherung für Neufahrzeuge entsprechen denjenigen des Herstellers, für junge Gebrauchte bieten wir eine voll- oder teilumfängliche Anschlussgarantie an die Herstellergarantie. Die Leistungen für Gebrauchtwagen bis 15 Jahre gibt es voll- oder teilumfänglich, für Youngtimer mit 16 bis 30 Jahren sind Baugruppenabdeckungen möglich, für Oldtimer mit 30 bis 75 Jahren ebenso. Wir versichern auch Sonderfahrzeuge von Behörden, Lieferfahrzeuge von Paketdiensten, Wohnmobile, Taxis und Motorräder. Um nur einige Beispiele zu nennen.



» Wir unterstützen die Ausbaustrategie eines Autohaus- oder Werkstattbetriebs. Unsere Maßnahmen können zum Beispiel vor der Abwanderung von Kunden schützen. «

Rainer Doerr, Gründer und CEO mobile GARANTIE Deutschland GmbH

» Welche konkreten Vorteile bietet eine Garantiever sicherung dem Handel?

R. Doerr: Die Abdeckung kann den Bedürfnissen und dem jeweiligen Budget eines Kunden angepasst werden, bringt Sicherheit, spart bei kostspieligen Reparaturen und erhöht die Lebensdauer des Fahrzeugs. Für den Gebrauchtwagenhandel ist die Garantie ein entscheidendes Verkaufsförderungsmittel, denn einen Gebrauchtwagen ohne Garantie zu verkaufen, ist für den Fachhandel heute fast unmöglich. Die Kostenrisiken bei älteren Fahrzeugen sind für Kunden unkalkulierbar. Entsprechend beliebt ist diese Police bei Käufern. Unsere Dienstleistung erhöht zudem die Werkstattauslastung und fördert die Kundenbindung.

» Welche unternehmerischen Ziele kann der Handel mit passenden Garantiever sicherungen verfolgen – und auf welche aktuellen Entwicklungen ließe sich damit reagieren?

R. Doerr: Wir unterstützen die geplanten Ausbaustrategien eines Autohaus- oder Werkstattbetriebs. Unsere Maßnahmen können zum Beispiel vor der Abwanderung von Kunden schützen. Kundenbindung erreicht man vor allem durch eine lange Laufzeit der Garantiever sicherung. Komplettgarantien parallel zur Laufzeit einer Finanzierung schützen wiederum den Händler, die Bank und den Endkunden. Auf der anderen Seite gelingt es mit uns als Partner, sich vom Wettbewerb abzuheben und neue Stammkunden zu generieren.

Der Aftersales-Bereich wird ebenfalls unterstützt: Denn eine Garantie, die der Endkunde unentgeltlich erhält, darf an Bedingungen geknüpft sein, die vorteilhaft für Verkäufer und Garantiegeber sind. Der Erfolg im Automobilhandel wird zukünftig in noch stärkerem Maße von der Fähigkeit zur Kundenbindung und zur Kundenzufriedenheit abhängen.

» Warum haben Sie sich für eine Kooperation mit autohelden entschieden?

R. Doerr: autohelden ist wie wir ein Startup, das den gleichen Philosophien folgt. Wir bündeln unsere Ressourcen und bauen ein Partnerwerkstattnetz auf, ein wichtiges Zukunftsziel für die Stabilität beider Unternehmen. Wir wollen durch neue Softwarelösungen Handel und Kunden unterstützen und gemeinsam mit Qualität wachsen.

» Wie viele Werkstatt-Partner suchen Sie – und welche Kriterien sollten erfüllt sein?

R. Doerr: Wir suchen Werkstätten mit klaren Visionen, die auch im Elektroauto-Bereich arbeiten, und durch guten Service Vertrauen vermitteln. Werkstätten, die für den gemeinsamen Kunden so leben, als wäre es ihr eigenes Auto und die auch den Kunden mit in die Budget-Reparaturplanung einbeziehen. Garantiever sicherungen sind gut, aber wir heben uns mit unserem Geschäftsmodell und unseren Partnern vom Markt nur ab, wenn alle Beteiligten zufrieden sind. Erst dann sind wir es auch!

» Vielen Dank für das Gespräch!

Jetzt einsteigen: Werkstätten als Netzwerk-Partner gesucht!

Der Aufbau eines Netzwerks aus Werkstatt-Partnern ist ein noch relativ junges Projekt, das autohelden zusammen mit seinem Partner mobile GARANTIE auf die Beine stellt. Die beiden Partner sind aktuell auf der Suche nach qualifizierten Werkstätten für die Reparatur von freigegebenen Kfz-Garantiever sicherungsschäden und wollen bundesweit mit einer schlagkräftigen Gemeinschaft auftreten können. Das ist Voraussetzung dafür, dass Garantiefälle dort abgearbeitet werden können, wo der Kunde sich befindet – und nicht nur dort, wo ein Fahrzeug gekauft wurde. „Für einen Kunden in Hamburg ist es lukrativ, einen Schadenfall für sein Auto, das er in München gekauft hat, in Hamburg regulieren zu lassen. Hier kommen autohelden und mobile GARANTIE ins Spiel, weil wir den Schaden an einen autohelden Partner, im konkreten Beispiel also im Umfeld Hamburgs, weitervermitteln können,“ erklärt Vertriebschef Sven Meintz.

Vorteile für Werkstätten im Servicenetz :

- Zuführung neuer Kunden
- besondere Betreuung im Schadenzentrum durch mobile GARANTIE
- keine „Knebelverträge“, ein gemeinschaftliches Wachstum ist angestrebt
- Umsetzung gemeinsamer neuer Ziele und Ideen

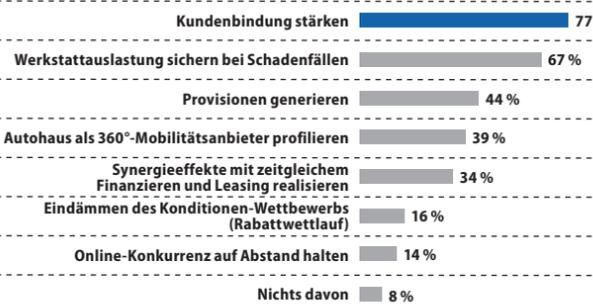


Vertriebschef Sven Meintz freut sich auf die Kontaktaufnahme: mail@autohelden.de Telefon: 04164 / 85970-63

HELD WERDEN! Steigen Sie jetzt ein als Kooperationspartner und profitieren Sie von den Vorteilen eines starken Netzverbands. Einfach QR-Code scannen oder unter: autohelden.com/ausbau-werkstatt-netz



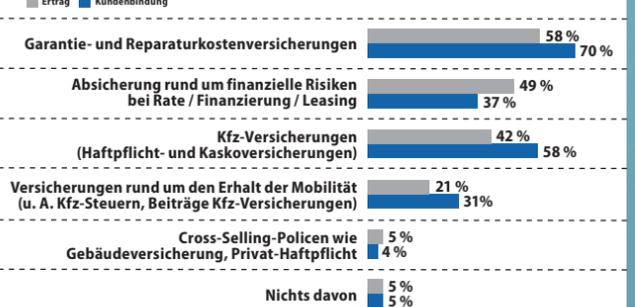
Welche strategische Bedeutung hat der Versicherungsverkauf für Ihr Autohausunternehmen?



Quelle: AUTOHAUS pulsSchlag 12/2021 puls Marktforschung GmbH

MEHR KUNDENBINDUNG. BESSERE WERKSTATT AUSLASTUNG. Eine Händler-Befragung durch den AUTOHAUS pulsSchlag ging der Frage nach, welche strategischen Effekte sich Handelsbetriebe und Werkstätten aus dem Versicherungsgeschäft erhoffen. Es zeigte sich, dass Provisionen durch den Versicherungsverkauf mit 44 Prozent (Mehrfachnennungen möglich) längst nicht mehr im Vordergrund stehen. Auf Platz 1 rangiert dafür das Thema „Kundenbindung stärken“ mit 77 Prozent, gefolgt von „Werkstattauslastung sichern bei Schadenfällen“ mit 67 Prozent.

Welche Versicherungsarten haben Ihrer Meinung nach das größte Potenzial im Autohausvertrieb auf Ertrag / Kundenbindung?



Quelle: AUTOHAUS pulsSchlag 12/2021 puls Marktforschung GmbH

DIE VERSICHERUNGSARTEN MIT DEM GRÖSSTEN POTENZIAL Zudem wurden die Händler im AUTOHAUS pulsSchlag von Dezember 2021 nach den Versicherungsarten mit dem größten Potenzial für Ertrag und Kundenbindung gefragt. Dabei landeten die Garantie- und Reparaturkostenversicherungen auf dem ersten Platz: 58 Prozent der Befragten sehen hier die meisten Ertragschancen, 70 Prozent schreiben den Garantie- und Reparaturkostenversicherungen den höchsten Kundenbindungseffekt zu.

PARTNER GESUCHT, CHANCEN GEBOTEN.

Wer jetzt handelt, kann dem Wettbewerb eine Nasenlänge voraus sein:

Für den bundesweiten Ausbau seines Werkstatt-
netzes sucht autohelden in Kooperation mit
der **mobile GARANTIE** Deutschland GmbH,
einem der führenden Garantievversicherer,
qualifizierte Werkstätten für die Reparatur von
freigegebenen Kfz-Garantievversicherungsschäden.

Die Vorteile des starken Netzverbunds:

- » Einfache und sichere Abwicklung
- » Schnelle Bezahlung
- » Planbare, zusätzliche Werkstattauslastung
- » Abrechnung der Teile mit UPE, keine rabattierten AW-Sätze
- » Zusätzliche Kunden, auch für weitere Reparaturen/Dienstleistungen/Nachrüstungen
- » Zugriff auf 16 Millionen OE-/IAM-Ersatzteile zu besten Konditionen
- » Start per sofort möglich

HELDEN TESTEN!
Testen Sie jetzt die
heldenhaft cleveren
Tools von autohelden
mit einem kostenlosen
Probezugang. Einfach
QR-Code scannen
oder unter:



autohelden.com/kostenloser-probezugang

HELD WERDEN!
Steigen Sie jetzt ein als
Kooperationspartner
und profitieren Sie von
den Vorteilen eines
starken Netzverbunds.
QR-Code scannen
oder unter:



autohelden.com/ausbau-werkstatt-netz

Jetzt informieren!
mail@autohelden.de
Telefon: 04164 / 85970-63




autohelden


mobile
GARANTIE

www.autohelden.com | mail@autohelden.com | 04164 / 85970-63