



Sehr geehrte Damen und Herren,

60 Jahre Wertigkeit – dafür steht und damit wirbt Volkswagen. Ebenfalls seit 60 Jahren unterstützt die Volkswagen Bank mit ihren Produkten Ihren Verkauf. 60 Jahre, für die wir den Kunden, aber insbesondere auch Ihnen für das entgegengebrachte Vertrauen danken möchten.

Passend dazu gibt es im 1. Quartal für viele Volkswagen Pkw das Vertrauens-Paket auf Basis einer 1,9%-Finanzierung (S.10).

Gerade auch in wirtschaftlich unsicheren Zeiten ist die RSVPlus ein wichtiger Kundenschutz. Stichwort: Arbeitslosigkeits-Versicherung. Neu in 2009: Aus der RSV wird der Kreditschutzbrief – mit noch mehr Schutz. Was auch in 2009 bleibt: Für Sie als Verkäufer bedeutet dieser Schutz viele Punkte auf Ihrem ChampionsClub-Konto (S.12).

Zur Absatzsteigerung trägt neben einer attraktiven Produktpalette auch die professionelle Ansprache der Kunden bei. Das Internet ist hier unverzichtbar. Wie man es aktiv für sein Geschäft nutzt, zeigt das Interview mit dem Gewinner des Internet Sales Award 2008 auf Seite 8. Darüber hinaus stellen wir Ihnen die Möglichkeiten der Vernetzung mit den Angeboten der Volkswagen Bank vor.

Wir wünschen Ihnen viel Erfolg im neuen Jahr und viel Spaß bei der Lektüre der autofinanz.

Lars-Henner Santelmann

Rainer Blank

Mitglied des Vorstandes der Volkswagen Financial Services AG und Generalbevollmächtigter der Volkswagen Bank GmbH

Generalbevollmächtigter der Volkswagen Financial Services AG und Sprecher der Geschäftsführung der Volkswagen Bank GmbH

Inhaltsverzeichnis

	Potenziale nutzen: Das Absatzmedium Internet	3-5
	Chancen im Internet: Marc van Eupen von AutoDo!	6-7
	Auf dem Siebertreppchen: Klaus Köhler und sein Team	8-9
	Das Vertrauens-Paket: Da weiß man, was man hat	10-11
	ChampionsClub-Bepunktung 2009: Sammeln Sie mit	12
	Aufmerksamkeit schaffen: Das Magazin der möbus-gruppe	13
	Handels- und Vertriebsunterstützung Versicherung: Persönlich vorgestellt	14-17
	Autohaus Zellmann: Plakativ	18-19
	Der Kreditschutzbrief: Relaunch eines Erfolgsprodukts	20-21
	Workshop der Top-RSV-Verkäufer: Angetreten	22
	Gebrauchtwagen-Workshop: Gemeinsam neue Ideen entwickeln	23
	(Ein-)Blick hinter die Kulissen: Schnuppertage in der Volkswagen Bank	24-25
	Mitarbeiterarbitar VVD24: Noch besser	26
	Kudentypologie: Typberatung II	27
	Mobile Träume: Volkswagen auf der Essen Motor Show	28-29
	Auto Brandherm: Service im Blut	30-31
	Herzlichen Glückwunsch: Verkäuferauszeichnung in China	32
	Im Kochatelier: Das perfekte Verkäufer-Dinner	33
	Karsten Meiburg: Mit Überzeugung gegen Nachlässe	34
	Die Tippgemeinschaft vom Autohaus Bernhardt: Tierisch gut	35
	Gönn dir was 2009: Nichts zu verschenken	36



Mit dem richtigen Internetauftritt den Absatz steigern

Die Ansprache der Kunden über das Medium Internet hat den Autohandel so schnell verändert wie nie zuvor. Autohäuser, die vor einigen Jahren ihre erste Website freischalteten, mussten sich noch die Frage gefallen lassen, was das denn bringt? Nun, es brachte zunächst Aufmerksamkeit und Image. Heute ist das Internet der größte Informationsmarkt und Umschlagplatz für Mobilität.

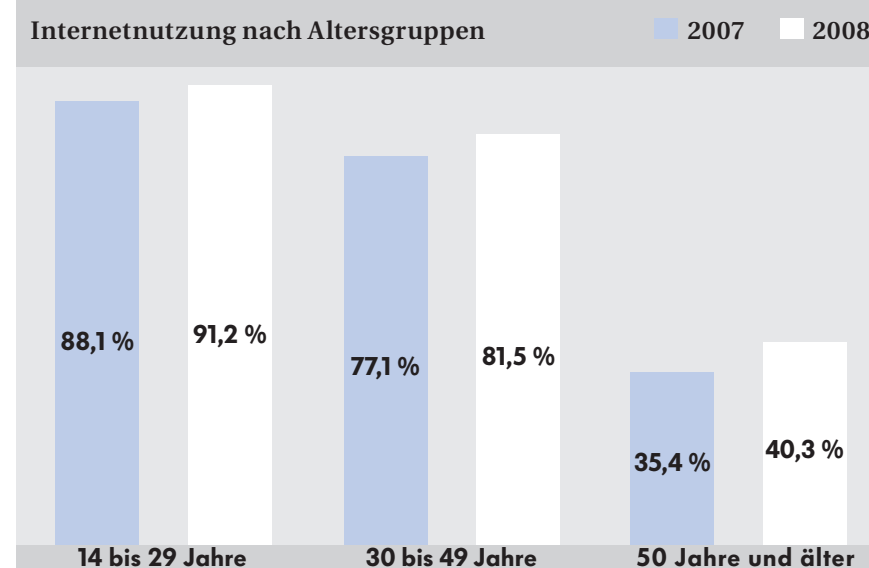
Während der Autoverkauf direkt über das Internet auch in Zukunft eher die Ausnahme bleiben wird, dient das Internet, laut einer Studie von TNS Infratest, schon heute zahlreichen Kunden als entscheidende Informationsquelle. Und das Potenzial ist enorm: Bereits 2006 nutzten, laut Allensbacher Computer- und Technikanalyse, über zwei Drittel der Deut-

schen zwischen 14 und 64 Jahren das Internet. So entwickeln sich auch Internetseiten zum Thema Auto mehr und mehr zu einer zusätzlichen und langfristig profitablen, neuen Dienstleistung sowohl für Händler als auch für Verbraucher. Zwei Drittel aller potenziellen Autokäufer informieren sich inzwischen im Web.

Das Auto ist gefunden, doch eine Frage bleibt dem Kunden: Kann ich mir das leisten? Wo bekomme ich eine entsprechende Finanzierung? Angebote der verfügbaren Finanzdienstleistungen können helfen, auch diese Hürde zu nehmen. Und, besonders wichtig für den Handel als Anbieter: Erst anhand eines solchen Angebots wird oftmals ein Kontakt zum Handel aufgenommen. Umso wichtiger ist es also für ein erfolgreiches Geschäft, auch mit dem Finanzierungsangebot bereits im Internet vertreten zu sein.

7 Tage die Woche, 24 Stunden am Tag

Das Internet bietet heute zahlreiche Möglichkeiten, sich sowohl über Neuwagen als auch Gebrauchtwagen zu informieren. Da sind zum einen die Internetseiten der Hersteller und unabhängigen Automobilplattformen wie AutoScout24, zum anderen natürlich die Gebrauchtwagenbörsen des Handels. Für jede dieser Varianten gibt es für Sie spezifische Möglichkeiten der Anbindung Ihrer Fahrzeuge sowie Ihrer Finanzdienstleistungen, vom Auto-Credit bis hin zur vorläufigen Online-Kredit-zusage der Volkswagen Bank.



(N)ONLINER Atlas 2008

Die Volkswagen Bank unterstützt Sie entsprechend mit passenden Angeboten und Börsen-Rechnern. Ziel ist es dabei, möglichst die gesamte FD-Produktpalette zur Verfügung zu stellen:

- **Finanzierungen (AutoCredit/ClassicCredit)**
- **Leasing**
- **Kfz-Versicherung (Haftpflicht- und Kaskoversicherung)**
- **Garantieprodukte**
- **Kreditschutzbrief (früher Restschuldversicherung)**

Möglich wird dies über die verschiedenen Online-Rechner, die Finanzierungs- und Leasingangebote sowie Versicherungsberechnungen sowohl für Neu- als auch Gebrauchtwagenkunden bereitstellen. Die Rechner sind zum Beispiel über einen Link auf Ihrer Homepage oder direkt in Ihrer eigenen Gebrauchtwagenbörse angesiedelt. Über Anbindungen in EVA sind alle Online-Berechnungen unproblematisch im Verkäuferarbeitsplatzsystem nachvollziehbar.

Flash-Rechner

Für jeden das Richtige

Abhängig von den unterschiedlichen Anforderungen z.B. für Neuwagen- und Gebrauchtwagenkunden sind verschiedene Rechner erhältlich:

Zur ersten, allgemeinen Darstellung der Finanzierungsmöglichkeit über einen AutoCredit:

- Der Flash-Rechner verschafft dem Kunden interaktiv durch Schieberegler einen Überblick über die mögliche Rate, Anzahlung, Schlussrate und Laufzeit für ein vorgegebenes Volkswagen Modell. Der Kunde kann anhand des Schiebereglers selbst die seinen finanziellen Mitteln entsprechende Finanzierungsmöglichkeit ausprobieren. Der Rechner bezieht sich dabei meist auf die Basisversion des aktuellen Modells und rechnet mit den aktuellen Aktionskonditionen.

Zur Berechnung von Finanzierungsangeboten für durch den Kunden konfigurierte Neuwagen:

- Der Neuwagen-Rechner für Ihre Homepage verbindet eine ständig aktuelle Auswahl an Volkswagen Modellen mit den entsprechenden Aktionskonditionen.

Zur Darstellung individueller Finanzdienstleistungsangebote:

- Der Börsen-Rechner ist direkt in Ihre Internet-Fahrzeugsbörse integriert und bezieht sich individuell auf das von Ihnen angebotene Fahrzeug. Hier werden Finanzierungs-, Leasing- (bei Neu- und Vorführfahrzeugen) und Versicherungsangebote für das vom Kunden ausgewählte Fahrzeug berechnet. Darüber hinaus können Sie im Börsen-

Finanzierungs-Schnell-Rechner

iFrame-Rechner

Rechner individuelle Zinssätze für von Ihnen ausgesuchte Fahrzeuge festlegen. Damit steuern Sie Ihren Gebrauchtwagenabsatz noch individueller.

Für die Berechnung, was der Kunde sich leisten kann:

- Der Finanzierungs-Schnell-Rechner für Gebrauchtwagen bietet über einen Link auf Ihrer Homepage dem Kunden die Möglichkeit, schnell und unkompliziert einen ersten Eindruck über die finanziellen Möglichkeiten zu erhalten. Die Berechnung erfolgt nicht anhand eines speziellen Fahrzeugs, sondern anhand eines frei gewählten Fahrzeugpreises und Erstzulassungsdatums.

Für die Darstellung von Finanzdienstleistungen direkt in Ihren Gebrauchtwagenangeboten bei AutoScout24:

- Der iFrame-Rechner zur Berechnung von Finanzierungen für spezifische Gebrauchtwagen steht Ihnen in AutoScout24 zur Verfügung. Der interaktive iFrame lässt auch einen direkten Übergang in die Eingabemaske der vorläufigen Kreditzusage (Online-Sofortzusage) zu.

Zur Berechnung des Versicherungstarifs:

- Der Versicherungsrechner spricht alle Interessenten von Versicherungen des Volkswagen VersicherungsService an. Über einen Link auf Ihrer Homepage gelangt der Interessent auf den Rechner des Volkswagen VersicherungsService. Hier ist er bereits mit der einfachen Angabe von Fahrzeugtyp, Wohnort und Alter des jüngsten Fahrers beim Angebot.

Schnell, schneller, ...

Zusätzlich zu den genannten FD-Rechnern kann die Anbindung der vorläufigen Kreditzusage (Online-Sofortzusage) den Verkaufsprozess noch weiter beschleunigen. Die Anbindung ist möglich an den Neuwagen-Rechner, den Flash-Rechner sowie den Börsen-Rechner. Nach Angabe seiner persönlichen Daten (selbstverständlich über eine gesicherte Verbindung) und einer Selbstauskunft erhält Ihr Kunde für sein konfiguriertes oder ausgewähltes Fahrzeug eine vorläufige Online-Sofortzusage für seine Finanzierung. Diese Zusage ist vorbehaltlich der Richtigkeit der Angaben sowie einer positiven Schufa-Auskunft.

Ihr Kunde wird mit dieser Online-Sofortzusage und der Information, welche Unterlagen für den Vertragsabschluss noch benötigt werden, direkt an Ihr Autohaus verwiesen. Dies spart Zeit und schafft Entscheidungssicherheit. Und auch für Sie bedeutet die vorläufige Kreditzusage Zeitersparnis. Denn die Vorgangsnummer, die bei der Online-

Anfrage vergeben wird, kann von Ihnen in EVA eingegeben werden. EVA findet so selbstständig die Daten des ausgesuchten Fahrzeugs und die persönlichen Daten des Kunden und stellt diese für die weitere Bearbeitung zur Verfügung.

Schnellerer Verkauf, größerer Kundenkreis, Kundenansprache rund um die Uhr – Vorteile, die bereits für sich sprechen. Außerdem ist die Nutzung der Online-Rechner sowie der damit verbundenen Services, inklusive der Unterstützung der Volkswagen Bank für Ihre Dienstleister, für Sie selbstverständlich kostenlos.

Also: Gehen Sie online!



Fragen und Antworten

Welche Finanzdienstleistungen kann der Kunde im Internet berechnen?

AutoCredit, ClassicCredit, Leasing, Normalkonditionen der Kfz-Versicherung und PrämieLight können in den verschiedenen Online-Rechnern dargestellt und berechnet werden. Demnächst kommt noch die LifeTime Garantie hinzu.

Welche Daten werden für die Berechnung eines Angebots im Börsen-Rechner benötigt?

Wenn Sie Ihre Gebrauchtwagen mit dem Börsen-Rechner verknüpfen, werden die Fahrzeugdaten (MBV, HSN/TSN, Erstzulassung, Preis) vom System an den Rechner übergeben. Mit der Auswahl des Fahrzeugangebots durch den Kunden werden diese automatisch zur Berechnung der Finanzierung herangezogen.

Wir haben auch Fremdmarken in unserem Gebrauchtwagenangebot. Können diese auch über den Börsen-Rechner angeboten werden?

Ja. Diese Fahrzeuge können auch über die Volkswagen Bank-Rechner angeboten werden.

Als Volkswagen Händler bieten wir auch gebrauchte Konzernfahrzeuge an. Können diese Fahrzeuge im Börsen-Rechner markenspezifisch, z.B. von der Audi Bank, angeboten werden?

Natürlich können Sie ganz nach Wunsch einzelne Fahrzeuge mit einem Rechner der entsprechenden Konzernmarke einstellen. So erreichen Sie ein Optimum an Markenkommunikation und profitieren von Sonderkonditionen, die von der Marke gestützt werden.

Ein Kunde hat einen Ausdruck der „vorläufigen Kreditzusage“, wie gehe ich damit vor?

Geben Sie die Vorgangsnummer, die bei der Online-Anfrage vergeben wird, in EVA ein. Hat sich der Kunde für einen Neuwagen entschieden, finden Sie die dafür vorgesehene Funktion in EVA unter „Neuwagen“ > „Internetangebot laden“, bei einem Gebrauchtwagen unter „Gebrauchtwagen“ > „Internetangebot laden“. Die entsprechenden Daten werden automatisch geladen.

Wie berechnen sich die Schlussraten der Internetangebote?

Die Berechnung der Schlussraten für Neuwagen im AutoCredit und im Leasing basiert auf den aktuellen Restwerttabellen in EVA. Bei Gebrauchtwagenberechnungen wird die Schlussrate auf Basis des Verkaufspreises, der Fahrzeugzuordnung, des Erstzulassungsdatums und der Laufleistung des Fahrzeugs ermittelt.

Welche Zinssätze werden in den einzelnen Börsen angezeigt?

Neuwagen werden im Flash-Rechner und den Neuwagen-Rechnern immer mit den aktuell gültigen herstellergestützten Aktionskonditionen gerechnet. Diese Aktionen können eine Händlerbeteiligung von maximal 3% enthalten. Gebrauchtwagen werden mit der jeweils günstigsten Kondition ohne Händlerbeteiligung berechnet. Da viele herstellergestützte Gebrauchtwagenaktionen auf bestimmte Fahrzeuge oder Handelspartner beschränkt sind, empfiehlt sich unter Umständen eine individuelle Zinssatz- oder Angebotsangabe an den Fahrzeugen.

Wie kann ich eigene Zinssätze oder Gebrauchtwagenangebote im Börsen-Rechner definieren?

Sie können fahrzeugspezifisch entweder in EVA ein konkretes Angebot in der Lagerfahrzeugverwaltung einstellen oder – und das ist neu – dem Börsen-Rechner den gewünschten Zinssatz für das übermittelte Fahrzeug vorgeben.

Mehr Fragen? Mehr Antworten!

E-Mail: online-rechner@vwfs.com

Glückwunsch @ Koehler.de

Auto Köhler gewinnt
Internet Sales Award 2008

Untersucht und bewertet wurden von der Jury des Internet Sales Award 2008 innovative Vertriebsideen sowie die Integration und Vernetzung des Internetauftritts in das Tagesgeschäft. Rund 1.000 Betriebe nahmen an der Qualifizierungsphase teil. Über 200 Autohäuser hatten sich schließlich qualifiziert. Doch auch in diesem Jahr konnte es nur einen Gewinner des Internet Sales Award geben: Das Autohaus Köhler aus Mainburg im bayrischen Hopfenland setzte sich gegen alle Konkurrenten durch und stand ganz oben auf dem Siebertreppchen.

Bereits 1998 beginnt die Auto Köhler GmbH & Co. KG im Internet aktiv zu werden. 10 Jahre später ist aus der virtuellen Visitenkarte ein lukratives Online-Business geworden. Über 2.000 verkaufte Gebrauchtwagen pro Jahr sprechen für sich. „Das Internet ist für uns die Basis des täglichen Tuns. Das Privatkundengeschäft ist einfach unser Volumengeschäft. Und um hier im ländlichen Bereich eine größere Kundengruppe ansprechen zu können, brauchen wir eben eine gute Internetseite“, sagt Klaus Köhler, der mit seinem Bruder und Geschäftsführungskollegen Michael diese neue Strategie der Kundenansprache konsequent verfolgt. Und es lohnt sich: „Täglich erreichen uns 30 Kundenanfragen allein über das Internet. So verkaufen wir rund 70 % unserer Wagen über Online-Kontakte.“

Präsent auf allen Kanälen, das heißt der eigenen Webseite, den Gebrauchtwagenbörsen der Marken und natürlich auch freien Gebrauchtwagenplattformen, bewarb man sich so mit viel Selbstvertrauen für den 5. Internet Sales Award 2008. Und tatsächlich: Die Jury bewertete die Integration und Vernetzung des Internetauftritts in das Tagesgeschäft als hervorragend und belohnte schließlich die schlüssige Onlinestrategie, pfiffige Aktionen sowie einen klar strukturierten Web-Auftritt mit persönlicher Note.

Und diese Besonderheit ist dringend notwendig, so Klaus Köhler, denn noch nie war man so vergleichbar. „Wer im Internet gesehen werden will, muss immer wieder ein bisschen schneller, besser und kreativer sein. Wichtig ist ein klares Angebot mit allen Ausstattungsmerkmalen, guten Fotos und anschließend natürlich eine freundliche, kompetente Betreuung.“

Keine Ruhe

Und so präsentiert Klaus Köhler stolz, aber nur kurz die Siegerurkunde, um sich dann umgehend wieder in die Arbeit zu stürzen. Und das ist auch notwendig. Wer sich auf seinen Lorbeeren ausruht, kann auf Dauer im schnellen Internet nicht bestehen. Eine der Aufgaben ist



zum Beispiel das ständige Filter-Controlling der Autobörsen: Werden die Ausstattungen und Leistungen unserer Fahrzeuge auch tatsächlich dargestellt, wenn der Internet-User sie nachfragt? Wenn nicht, muss ohne Verzögerung nachgebessert werden – auch durch Kontaktaufnahme mit der Internetplattform. Das Ergebnis gibt den Brüdern aus Mainburg recht: 90 % aller Anfragen kommen heute über das Internet zustande.

Benutzeroberfläche und -führung bringen den Interessenten schnell zum Kern des Geschäfts, der eigenen Autobörse. Um den Besuch der eigenen Website so angenehm und übersichtlich wie möglich zu gestalten, hat man sich Unterstützung von externen Dienstleistern geholt. Die Website wurde zusammen mit 4selected Mediendesign gestaltet und dem

Corporate Design von Volkswagen angepasst. AutoDo! aus Celle liefert die Schnittstelle und die Software, um die Fahrzeuge ins Internet zu stellen. Darüber hinaus nutzt man das AutoDo!-Angebot, die Fahrzeuge professionell fotografieren zu lassen. Denn: „Je aussagekräftiger die Fotos, desto höher das Interesse. Solche Kleinigkeiten wie schräg gestellte Räder und angestellte Scheinwerfer bringen da enorme Steigerungen. Aber es gibt tatsächlich Wettbewerber, die fotografieren durch dunkel getönte Scheiben ein schwarz gehaltenes Interior und

Und so wird viel Wert auf die Fortbildung der Mitarbeiter gelegt: „Wir haben uns vor allem auch von Anregungen eines Personalführungseminars inspirieren lassen. Dabei wurde uns zum einen die Bedeutung von Mitarbeiterförderung und zum anderen die Bedeutung schon kleiner Details im Verkaufsprozess klar: Jedes Detail muss stimmen. Deshalb gibt es bei uns regelmäßige Testanrufe und Coachings. Zweimal im Jahr finden Workshops statt, bei denen die Mitarbeiter eigene Ideen in das Unternehmen bzw. die Verkaufsprozesse einbringen und diskutieren können. Alle vier Wochen kommt eine Personaltrainerin und schult den Umgang mit Kunden.“ Verkaufsansätze und Anregungen, die auch die Verkaufsberater, wie zum Beispiel Melanie Jeggler und Bodo Hanisch, schnell verinnerlicht hatten.

wundern sich über die schwache Nachfrage. Ein großer Teil des Interneterfolgs besteht in der Detailversessenheit. Wer kleine Fehler, Unstimmigkeiten und Ungenauigkeiten abstellt, hat den größten Erfolg“, so Klaus Köhler.

Eigene Ideen

Am Anfang war es für die Kollegen im Verkauf natürlich nicht einfach, sich auf die neuen Anforderungen einzulassen. „Aber wer mit dem Internet Geld verdienen will“, erläutert Klaus Köhler seine Geschäftsstrategie, „muss persönliche Eitelkeiten hintan stellen und alte Meinungen revidieren. Wir wollen eine klare Struktur im Gespräch, die verhindert, dass der potenzielle Kunde abspringt: ankommende Anfragen bearbeiten, Kontakt herstellen, Information, Folgetermin im Autohaus, Beratung, Verkauf, Übergabe.“

Und diese aktive Einbeziehung der Mitarbeiter erschöpft sich im Autohaus Köhler tatsächlich nicht nur auf Workshops. So bietet das intern vom Kollegen Jochen Goretzki entwickelte Nachrichten- und Informationssystem X-Com Funktionen wie Formularcenter, Terminerinnerung, Bildversand, Textverarbeitungs- und Hyperlinkanwendungen, ein E-Mail- und Telefon-Verzeichnis sowie einen Lob- und Kummerkasten für die Mitarbeiter.

Auch das im eigenen Haus entwickelte Kontaktverwaltungsprogramm Contacto hilft schließlich bei der strukturierten Abarbeitung von telefonischen Anfragen. Mithilfe dieses Programms kann die Geschäftsleitung genau verfolgen, welche Anfrage ein Verkäufer beantwortet hat, ob bei Bedarf ein Alternativfahrzeug angeboten wurde und ob ein Verkauf erfolgte.

Kommt bei all diesen Aktivitäten die „klassische“ Laufkundschaft vor Ort nicht etwas zu kurz? Klaus Köhler verneint. „Letztendlich hat sich die Geschäftsgrundlage im Autohandel auch im Internet-Zeitalter nicht geändert: Zum Schluss ist der Kunde immer ein Mensch, den man persönlich ansprechen muss.“