

# automarkt **kfz-betrieb**

Wochenjournal für Handel und Service

► [www.kfz-betrieb.de](http://www.kfz-betrieb.de)

**AKTUELL**

## Schlechter Umgang mit dem Potenzial



Peugeot-Deutschland-Chief Olivier Dardart verzeichnete 2006 für sein Fabrikat entgegen dem Markttrend ein rückläufiges Geschäft.

**IM GESPRÄCH**

## Die Emissions- und Umweltfachleute

Mit der Ausgabe von Feinstaubplaketten beweisen AU-Betriebe Kompetenz, sagen Rudolf Schüssler und Hans-Walter Kaumanns vom ZDK.



**MARKT & MARKEN**

## Zurück zur Einheit



Frisches Spitzenpersonal und die strategische Neuorientierung des ZDK bewegten die Händlerverbände von VW/Audi und Opel dazu, im Kfz-Dachverband zu bleiben.

**UNTERNEHMENSFÜHRUNG**

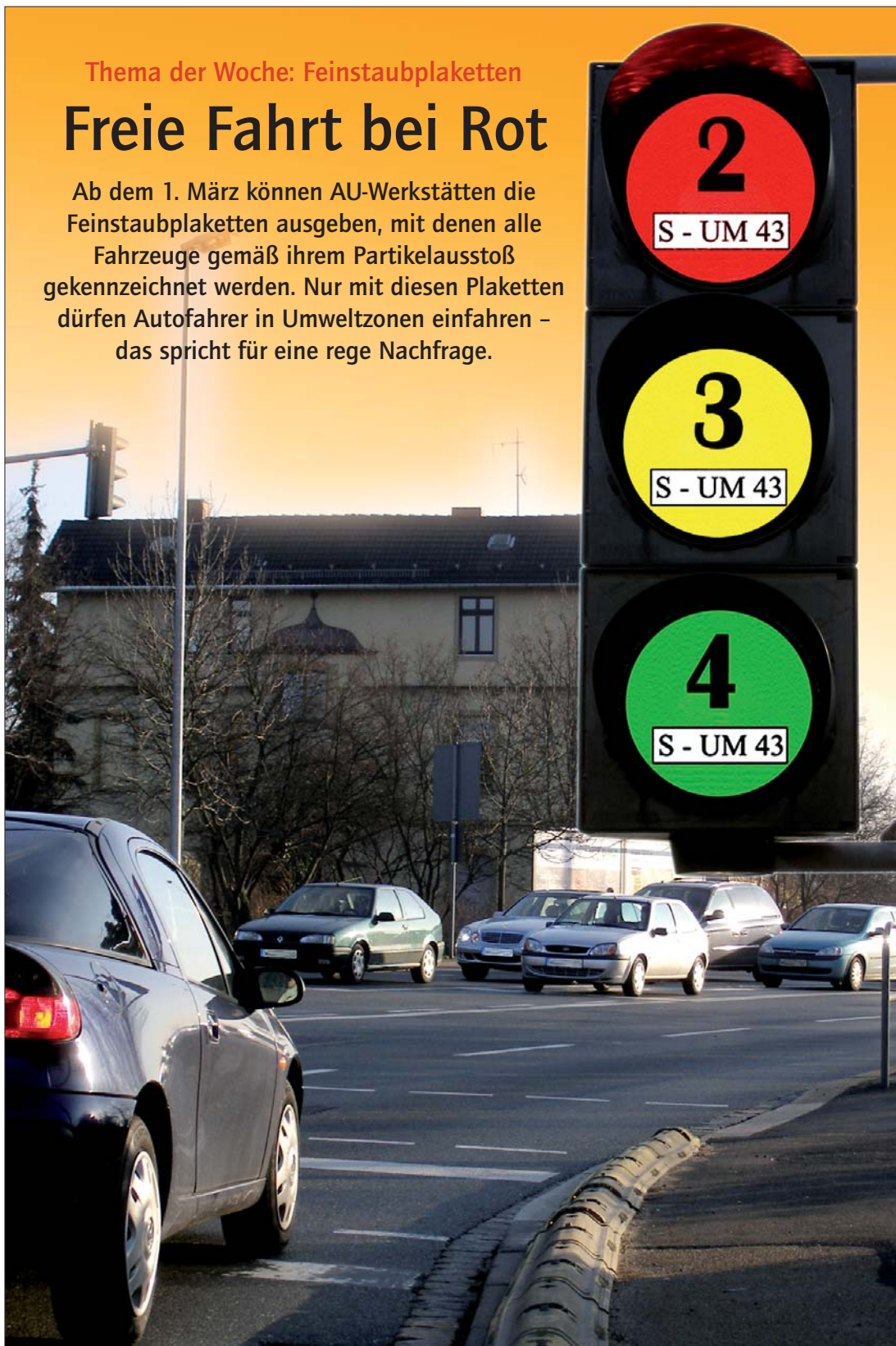
## Der Internetauftritt als Visitenkarte

Ein professioneller Webauftritt muss nicht nur aktuell, sondern auch leicht zu pflegen sein:

Die Software von Modix macht's möglich.



**Mit Technischen Mitteilungen**  
- Zum Abheften -



Thema der Woche: Feinstaubplaketten

## Freie Fahrt bei Rot

Ab dem 1. März können AU-Werkstätten die Feinstaubplaketten ausgeben, mit denen alle Fahrzeuge gemäß ihrem Partikelausstoß gekennzeichnet werden. Nur mit diesen Plaketten dürfen Autofahrer in Umweltzonen einfahren – das spricht für eine rege Nachfrage.

### Internetauftritt

# Kein Klick zu viel

## Das Mazda- und Kia-Autohaus Lenz setzt auf Modix

„Einen professionellen und stets aktuellen Internetauftritt, den auch ein Autohausmitarbeiter ohne Programmierkenntnisse pflegen kann“: Mit diesem Wunsch hatte sich Frank Lenz, Geschäftsführer der gleichnamigen ostwestfälischen Mazda- und Kia-Autohausgruppe ([www.lenz-gruppe.de](http://www.lenz-gruppe.de)) im Frühjahr letzten Jahres an den Software-Entwickler Modix gewendet. „Zudem sollte die Verknüpfung zu den wichtigsten Onlinebörsen gewährleistet sein. Das Internet ist schließlich für uns ein sehr wichtiger Vertriebskanal“, erinnert sich Frank Lenz.

Der Geschäftsführer der Autohausgruppe mit vier Be-

trieben in Bielefeld, Gütersloh, Ahlen und Oelde-Stromberg war gleich von Anfang an von den Möglichkeiten begeistert, die die Internet- und Intranetsoftware für Autohäuser und Autohausgruppen Modix Automotive bietet. „Die Software stellt alle Funktionalitäten zur Verfügung, die man für einen erfolgreichen Fahrzeughandel über das Internet braucht“, betont er.

### Individuelles Design

Modix liefert für den Internetauftritt ein CI-konformes Grundgerüst, das ein Autohaus nach Belieben mit Leben füllen kann. Individuel-

le Designwünsche werden berücksichtigt.

Mittels eines Content-Management-Systems kann das Autohaus tagesaktuell unter anderem seine Sondermodelle, Aktionen und natürlich auch seine Gebrauchtwagen ins Netz stellen. Auch ein Shopsystem ist in die Website integrierbar. Lücken gibt es nicht: Falls das Autohaus gerade keine eigene Aktion präsentiert, stellt Modix mittels so genannter Newsfeeds aktuelle Neuigkeiten einer Automarke auf der Internetseite des Autohauses bereit, und zwar automatisch und kostenlos.

HTML-Kenntnisse sind im Umgang mit Modix nicht erforderlich. Im Bielefelder Autohaus Lenz pflegt die Assistentin des Geschäftsführers die Internetseiten zentral für alle vier Standorte und diverse Sonderportale. „Das spart natürlich Geld, denn so müssen wir nicht extra einen Programmierer einstellen“, freut sich Frank Lenz, „und wir können viel schneller reagieren, indem wir alles intern machen. So konnten wir beispielsweise kürzlich bei einer Tombola in unserem Autohaus noch am gleichen Abend die Gewinner bekannt geben.“

Viel Zeit spart das Autohaus beim Erfassen der Fahrzeugdaten. Im Fall von Lenz werden die Daten nur einmal im Mazda-Dealer-Management-System MACS erfasst und automatisch an Modix übertragen. Von der zentralen

Umsätze in Mio. Euro	2006	2005	2004
Neuwagen	5,9	9,3	5,3
Gebrauchtwagen	5,3	3,6	3,2
Service + Teile	3,0	2,	1,6
Gesamt	25,1	15,7	10,7

### Marktanteil

Lokaler Marktanteil:  
Mazda 2,71 Prozent, Kia 1,30 Prozent  
durchschnittlicher Marktanteil der Marke:  
Mazda 2,35 Prozent, Kia 1,29 Prozent

### Verkauf

Neuwagen	726	517	281
Gebrauchtwagen	747	514	416
Anteil Flottengeschäft	5,3 %	10,0 %	13,5 %

### Werkstatt

Fahrzeughdurchläufe	8 349	5 807	4 494
Anzahl Servicekunden	3 647	3 320	2 521

### Personal

60 Mitarbeiter gesamt, 4 Verwaltung,  
10 Neuwagen-/Gebrauchtwagenverkäufer,  
27 Servicemitarbeiter, 4 Teile & Zubehör,  
5 Auszubildende  
Geschäftsführung: Frank Lenz, Bruno Lenz

### Kontakt

**Autohaus Lenz GmbH & Co. KG**  
Filiale Bielefeld  
Bechterdisser Straße 37  
Ecke Ostring  
33719 Bielefeld  
Telefon: 0521/1 63 90 00  
Telefax: 0521/16 39 00 10  
E-Mail: [bielefeld@lenz-gruppe.de](mailto:bielefeld@lenz-gruppe.de)

Das komplette Onlinegeschäft der Autohausgruppe wird zentral aus Bielefeld gesteuert.



Foto: Archiv

Modix-Datenbank werden die Daten dann per Mausklick an bis zu 70 regionale, überregionale und auch internationale Onlinebörsen exportiert.

Modix erleichtert aber nicht nur den Umgang mit den externen Fahrzeugbörsen. Autohausgruppen können ihren Gebrauchtwagenbestand auch intern abgleichen – in Echtzeit und standortübergreifend. Jeder Betrieb kann den automatisch aktualisierten Fahrzeugbestand einsehen. Beim Autohaus Lenz sind das rund 600 Fahrzeuge. Eine Reservierungsfunktion vermeidet Doppelverkäufe.

Da Modix dank der Schnittstellen zu Eurotax Schwacke automatisch die Fahrzeugbeschreibungen und die Serienausstattung vorgibt, kann das Autohaus neu eingetroffene Fahrzeuge sehr schnell erfassen. Es muss lediglich die op-

tionale Zusatzausstattung ergänzen.

Ebenfalls integriert in die Software ist eine komplette Datenbank zur Verwaltung der Kundendaten. Wenn sich beispielsweise ein Kunde für eine Probefahrt mit dem MX5 interessiert und das entsprechende Formular auf der Homepage von Lenz ausfüllt, werden seine Daten und Wünsche im CRM-System von Modix erfasst. „Bei der nächsten Mailingaktion zum MX5 kann der Verkäufer den Interessenten so anschreiben“, erklärt Frank Lenz.

Das ist nur ein Beispiel für die CRM-Funktionalitäten. „Mit Modix können wir beispielsweise auch SMS verschicken, Serienbriefe, Serien-

faxe, oder aber E-Mail-Newsletter zusammenstellen“, freut sich Frank Lenz.

### Zahlreiche Statistiken

Als sehr hilfreich erachtet der Autohausgeschäftsführer die zahlreichen Statistiken, die Modix zur Verfügung stellt. „Unter anderem können wir feststellen, wie viele Interessenten unsere Seite besuchen und woher sie kommen. Dadurch erfahren wir zum Beispiel, ob wir unsere Werbemittel richtig einsetzen.“

Da die Software im Baukastensystem aufgebaut ist, variieren die Kosten je nach Umfang der Funktionalitäten: Für die Basisversion fallen 99 Euro im Monat an.

Die Entscheidung für Modix bereut Frank Lenz nicht: „Wir sind sehr zufrieden mit unserem jetzigen Internetauftritt. Er ist sehr professionell und unser Aufwand hält sich in Grenzen. Standardseiten, wie sie die Hersteller zur Verfügung stellen, sind als Ergänzung sicher sinnvoll. Doch sie bieten nur sehr eingeschränkte Funktionalitäten und es ist schwer, damit die persönliche Autohausnote zu vermitteln, die die Kunden sehr schätzen.“

Für die Zukunft hat Frank Lenz noch einiges vor im Internet: Zum Beispiel will er eine Webcam installieren, die sogar mit dem Sicherheitsdienst verknüpft sein soll. „Das steigert die Sicherheit



Foto: Lenz

*Frank Lenz, Geschäftsführer der Autohaus Lenz GmbH Autohaus Lenz GmbH & Co. KG, ist von der einfachen Bedienbarkeit von Modix begeistert.*

und die Kunden können immer sehen, wie viele Fahrzeuge gerade auf dem Hof stehen.“ Gespannt ist der Geschäftsführer schon auf die neuen Features, mit denen Modix seine Software regelmäßig erweitert.

*Julia Mauritz*