

**Internet** / Die Chancen händlereigener Web-Sites werden noch immer nicht richtig erkannt. Ein Interview mit Modix-Geschäftsführer Ivica Varvodic.

# Vertriebshelden gesucht

VON RALPH M. MEUNZEL

**W**ährend jeder Autohändler die Internetplattformen der großen GW-Börsen oft intensiv nutzt, präsentieren sich noch nicht alle wirklich verkaufsorientiert im WorldWideWeb. Dazu ein Gespräch mit Ivica Varvodic, Geschäftsführer des Systemanbieters Modix, der sich auf Intra- und Internetlösungen für den Automobilhandel spezialisiert hat ([www.modix.de](http://www.modix.de)).

**AH:** Herr Varvodic, Ihre Firma arbeitet mit zahlreichen Autohändlern im Internetbereich zusammen. Wie präsentiert sich der Autohandel derzeit im WorldWideWeb?

**I. Varvodic:** Die eigene Homepage wird vom Autohandel in vielen Fällen noch stiefmütterlich behandelt. Eine Großzahl nutzt diesen Vertriebsweg überhaupt nicht oder hat das Potenzial des Internets für sein Unternehmen noch nicht erkannt. Die Angebote der Hersteller sind oft zu kompliziert und meist nicht für Mehrmarkenbetriebe ausgelegt. Dabei ist die Größe eines Händlers kein Argument. Wer sich optimal präsentiert, kann auch als kleines Autohaus im Internet gute Geschäfte machen. Das hat der Markt in den letzten Jahren bewiesen.

**AH:** Warum hat der Handel die eigene Homepage bisher vernachlässigt?

**I. Varvodic:** Das wüsste ich manchmal auch gerne. Die Medien berichten ausführlich über die Chancen einer Online-Präsenz. Die Möglichkeiten des Internets haben aber anscheinend noch nicht alle überzeugt. Das ist nach meiner Meinung auch eine Frage der Generation. Die Jüngeren zeigen sich hier oft sehr aufgeschlossen. Hinzu kommt das komplexe und traditionelle Tagesgeschäft, das vom Internet ablenkt. Daher

bleibt oft wenig Zeit, sich um neue, innovative Vertriebswege zu kümmern. Ich bin mir aber sicher, dass sich dies in den nächsten Jahren grundlegend ändern wird.

## Homepage-Essentials

**AH:** Kennt jeder Händler den Nutzen einer eigenen Homepage?

**I. Varvodic:** Sicherlich nicht, sonst würden viel mehr Händler dieses Medium für ihre Zwecke nutzen. Es gab zu Beginn des Internetbooms auch viele schwarze Schafe unter den Agenturen, die vielen aufgrund der hohen Kosten für die Homepage-Betreuung die Lust am Web verdorben haben.

**AH:** Wie sollte eine erfolgreiche Homepage gestaltet sein?

**I. Varvodic:** Sie muss klar und übersichtlich strukturiert sein. Man sollte alle Fahrzeuge optimal präsentieren können und dem Kunden die Möglichkeit zur Kommunikation mit den Verantwortlichen bieten – per Mail, aber auch per Telefon. Der Kunde sollte zudem Servicetermine online vereinbaren können. Ab 200 bis 250 verkauften Gebrauchtwagen pro Jahr benötigt man einen Internetverantwortlichen, der sich intensiv um diesen Vertriebsweg kümmert, aber eben keinen IT-Spezialisten. Hier helfen unsere standardisierten Tools. Man braucht dafür also keinen Fachmann. Kunden warten nicht gerne, die Servicemöglichkeiten, die das Internet auch kleinen Betrieben bietet, müssen einfach besser genutzt werden.

**AH:** Welche Rolle spielen die Gebrauchtwagen?

**I. Varvodic:** Eine sehr große. Der Kunde ist inzwischen gut informiert und sucht zu 60 bis 70 Prozent einen Gebrauchten. Die Fahrzeuganfragen an Autohäuser direkt über

die Homepage sind teilweise höher als die Anfragen über die GW-Börsen. Es wird immer noch hauptsächlich um den Kirchturm verkauft. Hier bin ich auch weniger vergleichbar.

## Die Kostenfrage

**AH:** Welche Rolle spielen die Suchmaschinen und wie schafft man es hier immer genannt zu werden?

**I. Varvodic:** Dieses Thema ist kompliziert und erfordert viel Erfahrung und technisches Know-how. Durch unser eigenes Redaktionssystem sind wir in der Lage, das Autohaus in die großen Kataloge einzutragen. Gleichzeitig bereiten wir die Homepage so auf, dass die Inhalte von den Suchmaschinen auch wirklich gelesen werden können, das ist nicht immer selbstverständlich. Der Händler muss seine Seiten dazu allerdings permanent aktualisieren. Auch hier leisten wir kompetente Hilfestellung.

**AH:** Was darf die Homepage kosten?

**I. Varvodic:** Der Händler kann bei Modix für 99 Euro pro Monat einsteigen. Hinzu kommt noch eine einmalige Einrichtungsgebühr. Diese beginnt bei 300 Euro und kann bei größeren Gruppen etwas mehr betragen, dies hängt von der Anzahl der Seiten bzw. Filialen ab. Die Schulung des Internetverantwortlichen ist dafür bei uns kostenlos. Wir sprechen hier also von keinen großen Investitionen, die sich aber sicherlich für den Händler auszahlen.

**AH:** Herr Varvodic, herzlichen Dank für das Gespräch.

**Ivica Varvodic:**  
„Klar und übersichtlich strukturiert.“

