

Quelle: Modix GmbH, Kloostergut Besselich, 56182 Urbar, [www.modix.de](http://www.modix.de)  
Kontakt: Dirk Gemein/Public Relations ([d.gemein@modix.de](mailto:d.gemein@modix.de), 0261 20 06 93 - 25)  
Titel: Kroatische Autoschieber erobern deutschen Kfz-Markt  
Download: Bilder, Texte, etc. im Pressebereich unter [www.modix.de/presse](http://www.modix.de/presse)  
Status: Abdruck frei

---

## Kroatische Autoschieber erobern deutschen Kfz-Markt

### New Economy 2.0 verzeichnet enormes Wachstum auf dem Automobilsektor

Urbar/Koblenz, 16. Juli 2007 - „Wir verwalten derzeit mit etwa 300.000 Autos weit mehr Fahrzeuge, als in Kroatien überhaupt zugelassen sind,“ scherzen die beiden Kroaten Ivica Varvodic (33) und Silvio Roguljic (30), Geschäftsführer der Modix GmbH aus Koblenz. Bereits vor sieben Jahren, machten sich die beiden ehemaligen Studenten der Betriebswirtschaft mit ihrem Start-Up Unternehmen selbständig. Seit dieser Zeit haben sie sich als einer der renommiertesten Anbieter online-basierter Softwarelösung für den Automobilvertrieb etabliert.

Das Internet hat sich in den vergangenen Jahren als einer der neuen Vertriebskanäle für den zielgerichteten Vertrieb im Automobilhandel bewiesen. Immer mehr Händler sehen ihre Zukunft auf dem digitalen Sektor und setzen auf automatisierte Prozesse und einen professionellen Internetauftritt. Wie kein zweites Medium prägt der Onlineauftritt heutzutage das Image eines Unternehmens in der öffentlichen Wahrnehmung. Diese Tendenz hat Modix schon früh erkannt und spezialisierte sich im Jahr 2000 auf die Anforderungen und Bedürfnisse des Automobilsektors.

Mit mehr als fünfzig Mitarbeitern und einem Durchschnittsalter von unter dreißig Jahren, zählt Modix ganz bewusst auf „die jungen Wilden“ der Branche. Entwicklungsleiter Oliver Kirst (27) gehört beispielsweise schon seit den Gründertagen zur „Modix Familie“. Die Arbeitsatmosphäre, welche am Firmensitz auf dem idyllisch gelegenen Kloostergut Besselich - mit Blick auf das deutsche Eck - herrscht, bestätigt dieses Gemeinschaftsgefühl. Alles geht locker und familiär zu, eben so, wie man es sich bei jungen Unternehmen der New Economy, wie Google oder ebay, eben vorstellt: flache Hierarchien und Teamwork als Grundsteine für den gemeinsamen Erfolg. „Wir denken langfristig und für die Zukunft. Da kommt es schon mal vor, dass Mitarbeiter mehr verdienen als die Chefs selber. Die Motivation unserer Mitarbeiter ist so etwas wie unser Innovationsturbo“, kommentiert Ivica Varvodic entspannt.

Nichtsdestotrotz, bei all der scheinbaren Leichtigkeit, arbeitet man konzentriert und analytisch am Ausbau des Unternehmens. „Von den Kunden zu lernen, ihre Bedürfnisse und Anliegen zu verstehen und zielgerichtet umzusetzen, das ist definitiv unser Erfolgsrezept. Wir möchten ja schließlich für den Markt und nicht an ihm vorbei entwickeln.“ Von Marktschwankungen, die besonders auf dem Automobilsektor zu beobachten sind, bleibt Modix aufgrund des gesunden und stetigen Wachstums bisher unbeeinflusst. Das schon zu Gründerzeiten eingeführte ASP Modell, ermöglicht es dem Unternehmen projektunabhängig zu arbeiten. Gegen einen monatlichen Lizenzbetrag lassen sich die Softwarelösungen im Abonnement mieten und nicht kaufen. „Diese Art der Finanzierung hat uns erst die Ruhe gegeben, mit der unsere Entwicklungen so sorgfältig konzipiert und ausgiebig getestet werden können,“ resümiert Silvio Roguljic.

In diesem Zusammenhang verwundert es nicht, dass bei Modix allgegenwärtige Schlagwörter wie „Web 2.0“ oder „AJAX“ keine Zukunfts- vielmehr Gegenwartsszenarien sind. „Während andere ständig darüber reden, haben wir einfach mal gemacht und die absehbaren Entwicklungen bereits heute konkret umgesetzt,“ erklärt der gebürtige Kroatier weiter. Dieses Know-How blieb auch dem Automobilhersteller Mazda nicht verborgen und beauftragte Modix umgehend mit der Umsetzung der neuen Mazda Gebrauchtwagenbörse für den deutschen Markt.

Das Wachstum der letzten Jahre gibt dieser Strategie Recht. Weit mehr als 2.000 Fahrzeughändler, mit einem tagesaktuellen Bestand von über 300.000 Fahrzeugen operieren via der intelligenten und vertriebsoptimierenden Modix Softwarelösung auf dem digitalen Kfz-Markt. Da kommt es nicht von

ungefähr, dass auch die vermeintlich Großen der Branche an dem Koblenzer Unternehmen nicht mehr vorbeikommen. Zahlreiche Kooperationen, ob mit Yahoo! Autos, mobile.de oder AutomotiveK.com, um nur einige zu nennen, sprechen eine deutliche Sprache, „und die scheint im Web 2.0 Zeitalter scheinbar kroatisch zu sein,“ flachsen die beiden Geschäftsführer, welche sich selbst gerne auch als „kroatische Schwaben“ bezeichnen.

Speziell für den Bereich der Online-to-Print-Lösungen versteht sich Modix als Innovationsträger auf dem Automobilsektor. Erfolgreiche cross-mediale Zusammenarbeiten mit der Verlagsgruppe Madsack, der Süddeutschen Zeitung oder der Augsburgers Allgemeinen Zeitung, um nur Einige zu nennen, unterstreichen dies. Zahlreiche Verlage nutzen die richtungweisenden Entwicklungen bereits; die es u.a. ermöglichen, automatisch generierte Anzeigen aus bestehenden Datensätzen in Sekundenbruchteilen zu generieren und direkt an die entsprechenden Stellen zu versenden. Neben der Prozessoptimierung ist „Networking“ einer der zentralen Aspekte bei Modix.

Zur Stärkung der angeschlossenen Händler, und zum Aufbau einer eigenen Businessplattform, geht Ende Juni 2007 auch die Modix eigene B2B-Kfz-Börse online. Die Notwendigkeit und Vorteile integrativer Netzwerke wurden frühzeitig erkannt. Aufgrund dessen arbeitete man zuletzt mit Hochdruck an einer Lösung, die angeschlossenen Händler optimal mit einander zu vernetzen. Ziel dieser neuen Plattform wird es sein, für die angeschlossenen Kunden einen exklusiven Marktplatz zu schaffen, auf dem weit mehr als 200.000 Fahrzeuge gehandelt werden können.

Mit dem Bestreben, sich zukünftig weiter als Standardlösung auf dem Automobilsektor zu etablieren, sieht man in Koblenz der Zukunft online-basierter Vertriebslösungen positiv entgegen. Als Zukunftsvision denkt man bei Modix schon laut über den nächsten, wichtigen Schritt nach: Die Entwicklung eines eigenen Office-Pakets, speziell für die Anforderungen eines modernen Autohauses, schwebt den beiden Kroaten mit den vielen Autos für die nächsten Jahre vor. Bei all diesem Geschäftssinn wundert es nicht, dass auch Herr Dr. Nikolai Deskovic, Geschäftsführer bei autoscout24.de, wie die beiden Modix Gründer, aus der kroatischen Stadt Split stammt.

(Text: Dirk Gemein)