

pluspunkte

Ausgabe 1/2007

Bestehen im harten Wettbewerb, Service entscheidet
Seite 2



Verunsicherter Käufermarkt. Interview mit W. Dixa
Seite 3



Gut geregelt zu günstigen Preisen, Leistung steigern
Seite 3



Praxis-Tipps für Ihr GW-Geschäft
Seite 4

Herzlich willkommen zur neuen pluspunkte-Ausgabe

Für die Misere im Neuwagen-geschäft gibt es einige Gründe: Natürlich die Anhebung der Mehrwertsteuer, dazu kommt eine deutliche Kaufzurückhaltung der Verbraucher, verursacht durch die CO₂-Diskussion. Keiner weiß so wirklich was auf einen zukommt. Welches Fahrzeug ist zukunftssicher? Was kommt an umweltbedingten Auflagen auf die Konsumenten zu? Gibt es wirklich Fahrverbote für gewisse Fahrzeuge? Muss man künftig ein Auto mit einem maximalen Ausstoß von 120 g/CO₂ besitzen, um damit auch 2010 noch fahren zu können? Und was kostet dann der Liter Kraftstoff? Man kann nur wünschen und fordern, dass diese Fragen seitens der Regierung schnell beantwortet werden. Mit einem Durchschnittsalter von über acht Jahren haben wir in Deutschland einen der ältesten PKW-Fuhrparks in ganz Europa. Das lässt hoffen, ein riesiger Auftragsstau wartet auf die Händler.

In diesem Sinne grüße ich Sie,
Ihr Waldemar Dixa



Sichern Sie die Werkstattauslastung mit Garantieleistungen von MultiPart

Nachdem der Handel mit Neuwagen nur noch rote Zahlen einbringt und bei verschiedenen Markenhändlern auch das GW-Geschäft defizitär betrieben wird, bleibt als letzter Ertragsbringer nur noch das Geschäft mit den „AW's“ und den Teilen. Seit vielen Jahren sinkt aber der Bedarf an Wartungs- und Reparaturleistungen für Pkw und Kombis. Zurzeit beträgt er nur noch knapp vier Stunden pro Auto und Jahr. Die Tendenz weist weiter nach unten, bald sinkt die Nachfrage auf unter drei Stunden pro Jahr und Fahrzeug. Das bedeutet, dass ein harter Wettbewerb um Serviceaufträge beginnen wird, ein Wettbewerb auf dem viele Betriebe auf der Strecke bleiben werden.

Einige unserer Leser können sich vielleicht noch an die goldenen Servicezeiten erinnern, damals kamen die Automobile alle 5000 km zur Inspektion mit Ölwechsel, manche sogar alle 2.500 km zum „Abschmierdienst“. Die Werkstätten

- Gebrauchtwagen-Garantie
 - Neuwagen Anschluss-Garantie
 - Mobilitäts-Garantie
- Die Garantien für dauerhafte Werkstattauslastung

waren überfüllt und der Begriff „Service-Marketing“ war gänzlich unbekannt. Von da an ging's bergab, die Serviceintervalle wurden ständig erhöht und die Qualität der Fahrzeuge ständig verbessert. Die Standzeiten der Verschleißteile stieg enorm und auch die grundsätzliche Produktqualität stieg mit jeder neuen Fahrzeuggeneration. Auch wenn es bei der einen oder anderen Automobilmarke immer mal qualitative Einbrüche gab ist es doch in der Gesamtheit so, dass sich



Die optimale Werkstattauslastung ist für das Überleben in der Kfz-Branche wichtig

der Aufwand an Wartungs- und Reparaturleistungen ständig verringerte, er halbierte sich in den letzten fünfzehn Jahren. Diese Entwicklung kam schleichend,

denn gleichzeitig erhöhte sich der Fahrzeugbestand in Deutschland kontinuierlich, so dass der Rückgang der Nachfrage gar nicht bemerkt wurde.

Fortsetzung auf Seite 2

Automarkt Brock in Wolfsburg und MultiPart

Seit nunmehr zwanzig Jahren arbeitet der erfolgreiche Automarkt Brock in Wolfsburg erfolgreich mit MultiPart zusammen. Eine langjährige Partnerschaft, die ihre Energie aus gegenseitigem Vertrauen, zuverlässiger Zusammenarbeit und einer gemeinsamen Geschäftsstrategie bezieht.

Volker Temme, Geschäftsführer vom Automarkt Brock in Wolfsburg nahm aus der Hand von MultiPart-Repräsentant Hans-Udo Kurpat die Glückwünsche und die Urkunde für die seit zwei Jahrzehnten währende vertrauensvolle Zusammenarbeit entgegen. Dazu gab es natürlich den Dank des Vorstandes von MultiPart für die er-

Volker Temme, Geschäftsführer Automarkt Brock (l.) und Hans-Udo Kurpat von MultiPart (r.) bei der Übergabe der Jubiläumsurkunde

www.brock-automarkt.de

folgreiche Partnerschaft verbunden mit dem Wunsch diese möglichst auch die nächsten zwanzig Jahre weiter fortzusetzen. Gemeinsam kann man noch viel erreichen und vielen Kunden einen optimalen Service bieten. Darauf kommt es letztlich an: Hohe Kundenzufriedenheit bei allen Beteiligten.

Jubiläum



garantiert sicher!

Feinstaubverordnung, CO₂-Emissionen, Fahrverbote? Verunsicherte Kunden kaufen keine Autos!

Kaum ein Tag vergeht, an dem es keine Meldungen zum Thema „Klimawandel“ und „Feinstaubverordnung“ gibt. Viele Autofahrer sind verunsichert, dass der Anteil der von privat genutzten neu gekauften Automobile auf rund ein Drittel der Gesamtzulassungen gesunken ist. Der größte Anteil der Fahrzeuge wird von Firmen gekauft oder es sind Zulassungen der Autohäuser selbst: Tageszulassung, Geschäftswagen, Leihwagen. Die Menge der Privatkäufe fehlt dem Handel. Über dieses Thema und die Auswirkungen generell lesen Sie hier ein Interview mit dem Vorstand der MultiPart AG, Waldemar Dixa.

Wie beurteilen Sie die aktuelle Situation auf dem Automobilmarkt?

„Für das Jahr 2007 hatte ich für die deutsche Wirtschaft und insbesondere für den Automobilhandel den Aufschwung erwartet, den ich für das Jahr 2006 noch nicht gesehen hatte. Ich sehe dieses Wirtschaftswachstum noch nicht und fast jeder Kunde, mit dem ich mich in der letzten Zeit unterhalten habe, bestätigt, dass der angebliche Aufschwung ihn noch nicht erreicht hätte.“

Schuld an der Misere sind aus meiner Sicht wieder einmal die Politik und die Umweltschadler, die es mit ihrer Diskussion um CO₂ geschafft haben, die Verbraucher vom Kauf neuer oder gebrauchter Automobile abzuhalten.“

Was verunsichert Ihrer Meinung nach die Verbraucher so sehr?

„Diese Zurückhaltung ist nichts anderes als Unsicherheit, was da wohl noch kommen mag. Aus Erfahrung weiß man ja, dass alles, was da so von der Politik kommt, am Ende nur Geld kostet.“

Wie beurteilen Sie die Diskussion um die Erderwärmung?

„Wer in der Physik aufgepasst hat, weiß, dass CO₂ aufgrund von Wärme entsteht, also kann Wärme nicht durch CO₂ entstehen. Das ist wissenschaftlich unumstritten, nur unsere Politiker wissen das nicht oder ignorieren es ganz einfach. Erdgeschichtlich hat der CO₂-Gehalt der Luft immer geschwankt und befindet sich auch heute auf keinem übermäßig

hohen Niveau.“

Aber die Erderwärmung ist ja Fakt! Das kann man zurzeit genau nachweisen?

„Wissenschaftlich nachgewiesen und von der Statistik belegt ist, dass das Klima ein stetiges auf und ab aufweist und man von einer Zunahme überhaupt nicht sprechen kann. Aber: Die Kosten für den angerichteten Schaden sind stark angestiegen.“

Auch mit den schmelzenden Gletschern ist es so nicht richtig. In Norwegen und auch in anderen Ländern nimmt die Stärke von Gletschern wieder zu, weil sich die Gletscher nicht nach politischen Diskussionen richten, sondern eigene Gesetze haben und sich in längeren Zeiträumen verändern.“

Es wird behauptet, dass das Automobil eine Rolle im Klimawandel spielt.

„Was interessiert die Politiker die Wissenschaft. Man hat wieder einmal das Auto



als Umweltschädling ausgemacht.

Wenn alle Autos, wie aus Plänen für Zulassungskriterien ab 2013 hervorgeht, nur noch 160 km/h als Höchstgeschwindigkeit erreichen dürfen sollen, dann ist die Politik wieder einen Schritt weiter auf dem Weg zur Gleichmacherei.“

Welche Lösungen gibt es?

„Wir müssen uns dagegen wehren, dass die Politik zu intensiv in den privaten Bereich eingreift. Wir müssen uns dagegen wehren, dass Politiker ganz einseitig für ein bestimmtes Auto Werbung machen, obwohl es auch andere vergleichbare Fahrzeuge gibt und obwohl das Hybrid-Auto ja nicht besser ist, was die Gesamt-Emissionen angeht.“

Es scheint diesen Leuten nur wichtig zu sein, dass der Kunde verunsichert wird und dann ganz einfach nicht kauft. Es ist auch ein Märchen, zu glauben, dass die 26 % der Deutschen, die sich mit dem Gedanken tragen, ein Hybrid-Fahrzeug zu kaufen, dies letztlich auch tun werden.“

Wie wird es hier weiter gehen?

„Es ist an der Zeit, über die Umwelt und deren Probleme wieder sachlich zu sprechen. Natürlich ist eine Verbrauchersenkung wünschenswert, weil ein höherer Verbrauch die knappen Ressourcen nachhaltiger beansprucht und vor allen Dingen ja auch deutlich mehr kostet. Ich wünsche Ihnen viele Interessenten, die sich sachlich beraten lassen und am Ende auch kaufen.“

Menschen bei MultiPart

Lesen Sie in dieser Rubrik von Menschen, die bei MultiPart arbeiten. Lernen Sie hier die Leute kennen mit denen Sie schon mal telefoniert oder korrespondiert haben. Für ein sympathisches und erfolgreiches Miteinander.

Günter Bär, Außendienst

Seit 1. April 2007 gehört Günter Bär zum MultiPart-Team und hat die Betreuung unserer Kunden in Oberbayern und Franken übernommen. Er



wird Ihnen helfen gemeinsam mit MultiPart erfolgreich am Markt zu arbeiten.

Günter Bär

Hans-Udo Kurpat

Zum 1. Juni dieses Jahres durften wir Hans-Udo Kurpat in unseren Reihen begrüßen. Er hat die Aufgabe zwischen



Wolfsburg und Kassel unsere dortigen Kunden zu betreuen. Wir wünschen ihm dazu viel Erfolg.

Hans-Udo Kurpat

Schneller Kontakt zu MultiPart:

Telefon: 0 78 22 - 89 15-0
Telefax: 0 78 22 - 89 15 30
Mail: info@multipart.de,
www.multipart.de

Fortsetzung von Seite 1: "Sichern Sie die Werkstattauslastung Ihres Betriebes"

Seit einigen Jahren aber dreht sich der Trend, die ständige Zunahme des Fahrzeugbestandes flacht sich ab, die Grenzen des Wachstums scheinen erreicht zu sein und, der moderate Zuwachs an neuen Automobilen kann die rückläufigen Servicezahlen nicht mehr kompensieren, handelt es sich doch um moderne Aggregate mit hohen Wartungsintervallen, geringem Verschleißaufwand und langer Lebensdauer.

Starker Wettbewerb bei veränderten Marktverhältnissen

Zur rückläufigen Auftragslage kommt ein verschärfter Wettbewerb im Servicegeschäft dazu! Seit einigen Jahren haben sich zum Angebot der Markenwerkstätten viele so genannte „Fast-Fit-Betriebe“ am Markt etabliert - allen voran die mit 600 Betrieben als wichtigster Angebot geltende ATU-Gruppe - die alle zusammen inklusive der „do it yourself“ Arbeiten mittlerweile knapp 50% des Servicemarktes erobert haben. Eine volle Werkstattauslastung ist für keinen Servicebetrieb

mehr selbstverständlich. Man muss mittlerweile um jeden Auftrag kämpfen, man muss jede Möglichkeit zum Kundenkontakt nutzen und Maßnahmen zur Kundenbindung sind „überlebenswichtig“ geworden. Die große Aufgabe lautet: In einem hart umkämpften, rückläufigen Markt dauerhaft überleben!

Die Frage lautet: Wie kann man Kundenbindung im Service schaffen

Um es vorweg zu nehmen: Natürlich steht der Umgang mit dem Kunden, die

Jedes Fahrzeug, das Ihr Haus mit einer MultiPart-Garantie verlässt, hilft Ihnen im harten Service-Wettbewerb zu überleben!

qualitative und emotionale Kundenzufriedenheit schlechthin an der Spitze aller Bindungsmaßnahmen. Geschäftsbeziehungen werden von Mensch zu Mensch gestaltet und entscheiden über die Kundentreue zum Servicebetrieb. Die Grundlagen dazu ergeben sich aber aus

dem Angebot des Kfz-Betriebes. Eines der herausragenden Produkte, die der Markt hergibt sind Garantieleistungen, begonnen bei der Gewährleistung oder Garantie ab Neukauf für mindestens zwei Jahre bis hin zu den Neuwagenabschlussgarantien und den Gebrauchtwagen Garantien.

Wer diese Maßnahmen konsequent einsetzt hat drei entscheidende Vorteile:

Damit bekommen die Kunden einen maximalen Schutz vor unvorhersehbaren Ausgaben. „Sorgenfrei fahren“ heißt die Devise! Die Werkstatt hat die Möglichkeit eine gute Kundenbeziehung aufzubauen: die Beteiligung an den Reparaturkosten oder gar die völlig kostenfreie Instandsetzung ist immer ein hervorragendes Argument. Mit den Garantien binden Sie Ihre Kunden so weit wie nur möglich an Ihren Betrieb und mit den Leistungen, die Sie erbringen sorgen Sie für Werkstattauslastung.

Die Aufgabe kann man also so for-

mulieren: Statten Sie Ihre Kunden so weit wie nur möglich mit Garantieleistungen aus. Jede Anstrengung zum Verkauf für Anschlussgarantien ist ein Beitrag für das langfristige Überleben Ihres Betriebes am Markt und: Jeder Gebrauchte mit einer GW-Garantie hilft die Kundenbeziehung langfristig zu sichern und die Serviceloyalität nach dem Kauf zu verbessern. Jedes Fahrzeug das Ihr Haus mit einer MultiPart-Garantie verlässt trägt zur Sicherung Ihrer Zukunft bei.



Schadensfall und Garantie – hier trennt sich häufig die Spreu vom Weizen

Schadenquote, Schadenhäufigkeit, Garantie, Durchschnittswerte? Viele Begriffe tauchen im Tagesgeschäft immer wieder auf und werden nicht immer richtig interpretiert. Martin Steidle, Vertriebsleiter der MultiPart in Deutschland steht Rede und Antwort zu allen Themen rund um das Geschäft mit der Garantie und deren Abwicklung.

pluspunkte: Zu einer Garantie gehören fast zwangsläufig auch Schäden. Wie stehen Sie dazu?

„Zentrales Thema aller Garantieranbieter ist der Bereich Schäden. Der Schaden gehört zur Garantie wie das Salz in die Suppe. Gerade im Schadensfall zeigt sich aber auch, was eine Garantie wert ist.“

pluspunkte: In der jüngsten Zeit wird davon gesprochen, dass die Schadenhäufigkeit ständig ansteigt. Auch die Schadenquote soll sich nach oben entwickeln. Was ist eigentlich eine Schadenquote oder eine Schadenhäufigkeit?

„Schadenquote und Schadenhäufigkeit sind wichtige Kennziffern, wenn man ein Garantiegeschäft analysieren will. Als dritter wichtiger Begriff in diesem Zusammenhang gehört auch noch der sogenannte Durchschnittsschaden. Mit diesen Parametern kann man präzise ausrechnen, was die Garantie letztlich gekostet hat.“

Mit der Schadenquote ist das Verhältnis von Schadenssumme zum Umsatz gemeint. Da am Ende der Saldo nicht negativ sein darf, muss die Schadenquote deutlich unter 100 % liegen. Die Schadenquote sagt also aus, wie viele Prozent des Umsatzes für die Regelung der Schäden aufzuwenden waren.

Der zweite, wichtige Begriff ist die Schadenhäufigkeit. Sie sagt etwas über die

Qualität der Gebrauchtwagen oder generell der Fahrzeuge aus. Sie errechnet sich aus dem Verhältnis Anzahl Schäden zu Anzahl der Garantien.

Der dritte Parameter ist der durchschnittliche Schadenbetrag. Hier wird aus der Summe aller Schäden der Durchschnittswert ermittelt.

Für das Garantiegeschäft ist es daher auch wichtig, durch geeignete Maßnahmen den durchschnittlichen Schaden zu reduzieren, weil sich damit ganz automatisch eine Verringerung der Schadenquote ergibt.

Je geringer die Schadenssumme ist, desto preiswerter wird die Garantie für die Händler. Bei der Schadenhäufigkeit kann man nur prüfen, ob der Schaden überhaupt vorhanden ist und ob ein Anspruch besteht. Wenn beides zu bejahen ist, hat MultiPart keinen Einfluss auf die Schadenhäufigkeit.“

pluspunkte: Gibt es dann überhaupt Unterschiede zwischen den Garantieanbietern?

„Durchaus. Wir achten sehr stark darauf, dass nur Schäden abgewickelt werden, die auch tatsächlich vorhanden sind und bei denen auch ein Garantieanspruch besteht. Wir kontrollieren das, indem wir z. B. Gutachten erstatten lassen. Das kostet uns zwar viel, spart aber unseren Partnern auf der anderen Seite sehr viel mehr Geld, weil nur das reguliert wird, was tatsächlich auch zu bezahlen ist.“

Weiterhin verfügen wir über Instrumente, mit denen verhindert wird, dass ein Schaden zu teuer wird. Hier möchte ich unser Gebrauchtteile-Management anführen, mit dem wirtschaftlich unsinnige Reparaturen vermieden werden können.“

pluspunkte: Wie wirkt sich das in der Praxis aus?

„Sehen Sie, wir haben einen aktuellen Schadendurchschnitt von 314 Euro in



Martin Steidle, Vertriebsleiter MultiPart

dem Jahr erreicht, in dem unser Gebraucht- und Neuteile-Ident-Programm so richtig angelaufen war. Im Jahr 2004 waren das noch rund 350 Euro. Wir liegen damit rund 50 bis 60 Euro unter dem marktüblichen Schadendurchschnitt.

Durch die stringente Kontrolle der Schäden werden nur die tatsächlich erstattungspflichtigen Schäden reguliert, wobei das Thema „Kulanz“ bei uns eine große Rolle spielt. Durch die o.g. Kontrollmechanismen bedingt, liegt unsere Schadenhäufigkeit mit 29 % deutlich unter dem Marktdurchschnitt. Unter diesem Aspekt werden Sie feststellen, dass ein Händler bei uns mit Hilfe dieser Pakete, die wir zur Kostendämmung einsetzen, gewinnbringend abschneidet. Das sind dann schnell einmal 40 oder 50 Euro je Garantie. Wobei der Kunde, das möchte ich an dieser Stelle ausdrücklich betonen, generell immer eine sach- und fachgerechte Reparatur erhält.“



Partnerschaft bedeutet: Gegenseitige Verlässlichkeit



Nur wer korrekt rechnet kann am Markt bestehen

120 Jahre Dienst am Kunden Autohaus Meier in Friedewalde feiert ein besonderes Jubiläum

1887 errichtete Wilhelm Meier am jetzigen Standort eine Schmiede mit Fahrrad- und Landmaschinen-Reparatur. Annette Berane, die heutige Geschäftsführerin lenkt nun in der vierten Generation die Geschicke dieses Traditionshauses und hat anlässlich dieses ungewöhnlichen Jubiläums ein buntes Programm zusammengestellt das Kunden und Neugierige gleichzeitig in Atem hielt, gleichzeitig wurde die neue Audi-Halle eröffnet.

Dass die Stimmung zum Fest ausgelassen war, zeigt das fröhlich anmutende Bild bei der Überbringung der herzlichsten Glückwünsche des gesamten MultiPart-Teams durch den zuständigen MultiPart-Repräsentanten, Kurt Berkemeier. Wir wünschen diesem Autohaus weiter gutes Gelingen und viel Freude bei der stets engagierten Arbeit für beste Kundenzufriedenheit.

www.autohaus-meier.de



Kurt Berkemeier von MultiPart überbringt Annette Berane die Glückwünsche des MultiPart-Teams

GWsplitter

NW / GW-Eintauschquote

Gemäß aktueller Umfragen liegt die Eintauschquote im NW/GW-Geschäft bei 66 %! Ein großer Teil der eingetauschten Fahrzeuge wird vom Markenhandel aber sofort an Wiederverkäufer abgegeben, die drohenden Gewährleistungsansprüche der Kunden ist vermutlich die Ursache dafür. Das bedeutet, dass bei vielen Angeboten Fahrzeuge im Bereich zwischen 6.000 € und 12.000 € fehlen und so für den Bereich, in dem die größte Nachfrage herrscht, kein Angebot vorhanden ist. Das bedeutet auch, dass man für Einsteiger kein passender Partner ist. Diese Strategie sollte man überdenken.

Der neue DAT-Report 2007

Alle Marktdaten über das GW-Geschäft 2006 und viele praktische Informationen finden Sie im DAT-Report 2007.



Nutzen Sie diese Information, die Sie kostenlos abrufen können unter: www.dat.de

„Filter-Fahrzeuge“ herausstellen

Der Rußpartikelfilter ist in aller Munde, natürlich werden auch Ihre GW-Interessenten beim Kauf von Dieselfahrzeugen darauf achten. Sie sollten deshalb ab sofort alle mit Filter ausgestatteten Fahrzeuge deutlich markieren – und bei allen Diesel ohne Filter gleich ein Nachrüstangebot mit in die Fahrzeugbeschreibung aufnehmen, das man z.B. auch gleich in eine Finanzierung einrechnen könnte.



GW-Prozesse optimal gestalten

Unsaubere Prozesse kann man sich heute weder aus Sicht der Erträge noch aus dem Gewährleistungsanspruch der Kunden leisten.



In dieser Hinsicht ist das Fachbuch, „GW-Prozesse optimal gestalten“ aus dem AUTO Business Verlag, sehr zu empfehlen. Schritt für Schritt führt Sie der Inhalt zu besseren Ergebnissen für Ihr GW-Geschäft.

Bestell-Telefon:
01 80 - 5 26 26 18



Praxis-Tipps für Ihr GW-Geschäft

Aus der Praxis und für die Praxis! Den kleinen nützlichen Tipp für Ihr Gebrauchtwagengeschäft finden Sie hier auf dieser Seite. Ideen, die schnell

realisierbar sind und von Branchenexperten für Sie zusammengestellt wurden. Und wenn Sie einen Einfall für Ihre Kollegen haben, dann bitten wir um

Zusendung. In der nächsten Ausgabe präsentieren wir dann gerne auch Ihr "GW-Highlight". Viel Erfolg bei der Umsetzung dieser Tipps.

Der „GW Hingucker“

Markieren Sie Ihre GW-Präsentation so eindrucksvoll wie möglich, lassen Sie Ihr Angebot nicht im Umfeld untergehen. Stellen Sie Ihre Vorteile beim GW-Kauf herausragend dar. Im Bild sehen Sie ein Beispiel eines VW- und Audi-Kollegen in Düsseldorf. Volle Aufmerksamkeit auf ein besonderes Angebot.



Gesehen in Düsseldorf bei Gottfried Schultz GmbH

Verkaufsförderer Nummer 1: Die Probefahrt



Foto: VW Zentrum Göttingen

Noch immer ist die Probefahrt die bestmögliche Art und Weise die Kaufentscheidung im GW-Geschäft herbeizuführen und: die meisten Kunden wünschen auch eine Probefahrt vor dem Kauf. Was also liegt näher als ganz gezielt Interessenten zur Probefahrt einzuladen und dies auch aufmerksamkeitsstark auf dem GW-Platz zu bewerben. Stellen Sie diese Leistung zusammen mit einem ständig wechselnden, attraktiven Angebot ins Zentrum Ihrer Ausstellung.

Originelle Verkaufsförderungs-idee

Gebrauchtwagen-Werbung mal anders. Mit einer originellen Idee wartet das erfolgreiche Autohaus Hermann in Northeim auf. Wer dort den Verkaufsort betritt wird mit einem „Jungtimer“ konfrontiert der dafür wirbt, seinen alten Wagen gegen einen jüngeren auszutauschen. Werbung darf auch Spaß machen. Dieses Autohaus arbeitet ständig mit weiteren Ideen, um Interessenten auf den Platz zu holen. So gibt es z.B. regelmäßig die „100.000 km-Party“ wo man Kunden einlädt die schon mehr als 100.000 km auf dem Tacho haben und natürlich bekommt derjenige mit der höchsten Fahrleistung einen Preis. So kommen die Verkäufer an Interessenten heran, die vermutlich bald ihr Fahrzeug wechseln werden.



www.autohaus-hermann.de

MultiPart bittet um Ihre partnerschaftliche Mithilfe

Mitte des Jahres ist es für uns an der Zeit die eigene Leistung zu überprüfen. Bitte beantworten Sie die unten stehenden Fragen, sagen Sie uns damit, wie zufrieden Sie mit der Zusammenarbeit mit MultiPart sind. Anschließend senden Sie uns bitte Ihre Antwort per Fax (0 78 22 89 15 30) zurück. Die

ersten fünf Antworten belohnen wir mit einem Buchpräsent:

„Mehr Geld verdienen mit Gebrauchtwagen“ im Wert von 85,- €.

Also: Mitmachen lohnt sich. Herzlichen Dank für Ihre Mühe.

Die ersten fünf Einsender des Fragebogens erhalten ein Fachbuch im Wert von 85,- €:

„Mehr Geld verdienen mit Gebrauchtwagen“

Vielen Dank für Ihre Beurteilung



Bitte ausschneiden und faxen an:
MultiPart Fax 0 78 22 - 89 15 30

Bitte ankreuzen

?	Wie zufrieden sind Sie mit der Schadensabwicklung bei MultiPart?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
?	Ist das Produktangebot bei MultiPart ausreichend?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
?	Wie beurteilen Sie die persönliche Betreuung bei MultiPart?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
?	Wie zufrieden sind Sie mit dem MultiPart-Außendienst?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
?	Würden Sie MultiPart einen Kollegen weiter empfehlen?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
		ja	nein	

Herausgeber: MultiPart AG, 77975 Ringsheim
Redaktion: Martin Steidle
Herstellung: www.mdw-wagner.de
Druck: Richard Conzelmann, 72461 Albstadt
„pluspunkte“ mit drei Ausgaben pro Jahr (ohne Rechtsanspruch)
Alle Beiträge sind sorgfältig recherchiert, dennoch kann für den Inhalt keine Haftung übernommen werden.

**MULTI
PART**
garantiert sicher!