



Die neue GVO  
wirft ihre Schatten voraus  
Seiten 1 und 2

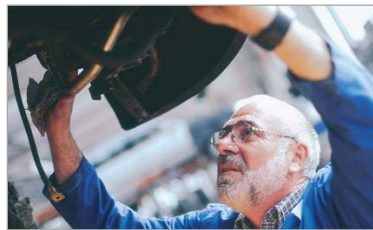


Händler, Garantie und die  
Mehrwertsteuer  
Seite 2



Mehr als eine Automarke

Die EGA lädt ein  
am 25. Juni in Köln  
Seite 3



Das Aftersalesgeschäft als  
Ertragsfaktor Nummer 1  
Seite 4

## Herzlich willkommen zur neuen pluspunkte-Ausgabe

Die Branche ist im Umbruch: Die neue GVO ab 2013, die aktuell schwierige Marktsituation im Verkauf und zunehmend rückläufige Serviceumsätze. Dazu klopft auch (wieder mal) China an die europäische Tür und will mit dem Vertrieb von Autos aus dem „Reich der Mitte“ eine zusätzliche Konkurrenzsituation aufbauen.

Die generelle Empfehlung, das Aftersalesgeschäft zu stärken, ist weder neu noch spektakulär, aber sie ist seriös und deren Umsetzung ist notwendig. Der Ertrag kommt aus dem Servicegeschäft! Das hat heute eine überragende Bedeutung erlangt. Dazu gehört eine moderne Servicestrategie mit einem ausgeprägten Kundenbindungsprogramm, so wie sie eine Fahrzeuggarantie mit der Anschluss- und Gebrauchtwagengarantie bietet. Wenn diese mit einem Langzeit-Konzept verbunden ist, analog der MultiPart 5-Jahres-Garantie, so ist damit die Grundlage für eine gute Werkstattauslastung und die damit einhergehende Ertragsausschöpfung gewährleistet. In diesem Sinne grüße ich Sie herzlich, Ihr Waldemar Dixa



## Neue GVO ab 2013: Schwere Zeiten für kleine Markenhändler und den Mehrmarkenvertrieb?

Ab 2013 ändern sich die Spielregeln im Fahrzeugvertrieb. Manche fragen sich dabei: Hat die EU hier den Markt "verschlimmbessert"? Im Rahmen der Revision der EU-Wettbewerbsregeln und der so genannten Gruppenfreistellungsverordnung (GVO) werden sich die Vertriebsregeln für den Verkauf und die Wartung von Neuwagen ab 2013 ändern.

2013 soll die GVO definitiv fallen. Nach Meinung der EU-Kommission herrsche auf diesem Gebiet inzwischen ein "ausreichend starker Wettbewerb". Die GVO habe sich als "zu kompliziert und zu restriktiv" erwiesen und habe "indirekt die Vertriebskosten in die Höhe getrieben". "Der neue Rechtsrahmen wird eine Verringerung der Vertriebskosten ermöglichen, indem Überreglementierung vermieden wird", erklärt Kommissionsvizepräsident und EU-Wettbewerbskommissar Joaquin Almunia. Ab 2013 werde der Markt exakt so behandelt wie alle anderen Märkte. Er schlüpft also unter die so genannte und "gefürchtete Schirm-GVO".

Laut EU-Kommission habe sich der Wettbewerb beim Neuwagenvertrieb in den letzten Jahren stark verbessert, so dass bestimmte sektorspezifische Klauseln entfallen sollen, die sich nach Ansicht der Brüsseler Kommission als unwirksam oder kontraproduktiv erwiesen



So viel mehr Möglichkeiten als heute haben die Hersteller auch nicht unter Geltung der Vertikal-GVO. Sie müssen wählen, ob sie ihr Netz exklusiv oder selektiv betreiben wollen.

hätten und zudem höhere Vertriebskosten verursachten, so berichten die Fachorgane aus Brüssel.

"Die neu erlassenen Bestimmungen sollen sicherstellen, dass die Verbraucher

die von ihnen gewünschten Waren und Dienstleistungen an jedem beliebigen Ort in der Europäischen Union zum günstigsten Preis kaufen können. Gleichzeitig müssen Unternehmen ohne Marktmacht

Fortsetzung auf Seite 2

## MultiPart Garantie AG

Im Leimenfeld 11  
77975 Ringsheim

Telefon: 0 78 22 - 89 15-0  
Telefon: 0 78 22 - 89 15-30

info@multipart.de  
www.multipart.de



Ihr Partner für Gebrauchtwagen- und  
Neuwagen-Anschlussgarantiesysteme

## Neuwagen- Anschlussgarantien

Gebrauchtwagen-  
Garantien

Händlergarantien

Kundenbindungs-  
Programme

Beste Fachberatung

Rasche Abwicklung



Fortsetzung von Seite 1: "Neue GVO ab 2013"

## Schwere Zeiten für kleine Autohändler und Mehrmarkenvertrieb?

die Möglichkeit haben, ihre Verkaufsnetze bedarfsgerecht zu organisieren", so Almunia. Die neuen Bestimmungen, die im Juni in Kraft treten, gelten dann mit einer einjährigen Übergangsphase bis 2022.

### Geringere Vertriebskosten und niedrigere Preise

Die geringeren Vertriebskosten aufseiten der Hersteller und Händler werden sich auch in niedrigeren Preisen für die Konsumenten niederschlagen, das hofft jedenfalls EU-Wettbewerbskommissar Joaquin Almunia. Der neue Rechtsrahmen soll eine flexiblere Organisation diverser Vertriebsnetze ermöglichen, in denen laut Prognose der Kommission Händler, die mehrere Marken führen, und Händler, die ausschließlich die Fahrzeuge nur eines Herstellers vertreiben, nebeneinander existieren.

### Hat der Mehrmarkenhandel noch Zukunft?

Eine "ausgewogene" Sache ist die 2013 in Kraft tretende Vereinfachung der Wettbewerbsregeln für den Verband der europäischen Automobilhersteller ACEA. Die Experten der FIA (Fédération Internationale de l'Automobile) rechnen aller-

dings mit einem Verschwinden von Mehrmarken-Händlern zugunsten konzessionierter Verkaufsstätten.

### Hat die EU-Kommission falsche Rückschlüsse gezogen?

In der Kritik steht das Auslaufen der bisherigen Regelung auch beim Vorsitzenden der CSU-Gruppe im EU-Parlament, Markus Ferber (EVP). Er spricht von einem "falschen Rück-



Die Branche ist skeptisch. Was bringt die neue GVO?

schluss". Das von der Kommission konstatierte Mehr an Wettbewerb könnte nach seiner Auffassung auch durch die Ausnahmeregelungen ermöglicht werden. "Können nun Hersteller und Impor-

teure den Mehrmarkenvertrieb nun weiter einschränken, bewegen wir uns wieder in die entgegengesetzte Richtung", erläuterte Ferber. "Da könnten am Ende vor allem die kleinen Händler nicht mehr mithalten", so die Befürchtungen des Augsburger EU-Abgeordneten.

### Neuwagen-Online-Verkauf wird gestärkt

Der Internet-Verkauf spielt in den neuen Regelungen eine bedeutende Rolle. So dürfen Markenhändler die Produkte, die sie in ihren regulären Geschäften und Verkaufsstellen verkaufen, auch auf ihren Websites anbieten. Für selektive Vertriebssysteme bedeutet dies, dass die Hersteller den Vertriebshändlern für den Internetverkauf weder Mengenbeschränkungen auferlegen, noch höhere Preise für online verkaufte Produkte verlangen dürfen.

Den Herstellern steht es aber nach wie vor frei, ihre Vertriebshändler nach Qualitätskriterien auszuwählen, die sich auch auf die Präsentation der Produkte beziehen, und zwar unabhängig davon, ob die Vertriebshändler die Produkte in einem Geschäft oder online anbieten.

Quelle: www.auto-reporter.net (sr)

Wir trauern um unseren plötzlich und völlig unerwartet verstorbenen Mitarbeiter

### Günter Bär



Er war ein tüchtiger Mitarbeiter, der sich in den Jahren der Zusammenarbeit das Vertrauen seiner Kundenschaft erworben hat und der mit seinem Humor auch bei den Kollegen und Vorgesetzten sehr beliebt war. So verlieren wir mit Günter Bär nicht nur einen Kollegen und Mitarbeiter, sondern auch einen guten Freund.

Die Anteilnahme von MultiPart mit allen Kollegen/Innen und Mitarbeitern/Innen gehört seiner Frau.

Waldemar Dixa  
Vorstand MultiPart AG

## Das aktuelle BFH-Urteil - eine Klatsche für die Garantievversicherer?

**Mit dem Urteil unter dem Aktenzeichen XI R 49/07 vom 10.02.2010, hat der BFH eine Entscheidung aus dem Jahr 2003 revidiert, nach denen die Garantievversicherung als Verschaffung von Versicherungsschutz nicht der Mehrwertsteuer zu unterwerfen war.**

Wenn Versicherer, wie z. B. die CarGarantie in ihrem aktuellen Rundschreiben an die Händler, nunmehr die Auffassung vertreten, dass dieses Urteil alle Händlergarantien betrifft, dann ist das zwar grundsätzlich richtig. Trotzdem ist dies aber eher ein untauglicher Versuch, vom eigentlichen Problem abzulenken, indem die Hintergründe vernebelt bzw. gar nicht genannt werden. Es war ein Versicherer, der sich mit dem alten Urteil Vorteile verschafft hat, deren Folgen jetzt möglicherweise die Händler als dessen Garantie-Partner zu tragen haben.

Hierbei wird gleichzeitig versucht, die Versicherung mit der echten Händlergarantie wirtschaftlich gleich zu stellen. Dass dem nicht so ist, davon kann sich jeder, der rechnen kann, ganz einfach selbst ein Bild davon machen.

**MultiPart mit sicherer Argumentation**  
MultiPart hat schon immer die Auf-

fassung vertreten, dass eine Garantie Bestandteil des Fahrzeuges ist und damit mit dem Fahrzeugpreis der Umsatzsteuer unterworfen werden muss. Unsere Kunden dürften daher mit dem neuen BFH-Urteil keine Probleme haben. Das Problem war die Konstruktion, die Versicherer gewählt haben, um aus den Reparaturechnungen den Kostenanteil Mehrwertsteuer nicht bezahlen zu müssen.

Die richtige Versicherung für alle Händler, die nicht selbst eine Garantie geben wollen, wäre nämlich die Reparaturkostenversicherung. Die Garantievversicherung ist, historisch betrachtet, aus vorstehendem Konstrukt zur Vermeidung der "Mehrwertsteuer als Kostenfaktor" entstanden.

### Mängel im System

Dass das Konstrukt Mängel aufweist, die eigentlich auch von Amts wegen (Bundesaufsichtsamt für das Versicherungswesen, heute BAFIN) hätten gerügt werden müssen, ist auch daran zu ersehen, dass ein Händler als Versicherer für die von ihm abgeschlossene Versicherung auch noch Provisionen erhält. Wo erhält ein Versicherer Provisionen?

**Das System von MultiPart spart Kosten.**

MultiPart hat seit Einführung der

MultiPart-Händlergarantie darauf verwiesen, dass wir hier für den Handel ein genial einfaches System entwickelt haben, mit dem erhebliche Kosten eingespart werden können.

### Streitpunkt Mehrwertsteuer

Das ursprüngliche Garantiesystem war ganz auf die Mehrwertsteuer-Schiene ausgerichtet. Diese durchgängige Belegung mit Mehrwertsteuer hatten die Finanz-Behörden auf Grund des nunmehr revidierten Urteils gekippt. Nunmehr kommt die Rolle rückwärts und es ist daher damit zu rechnen, dass alle Leistungen im Zusammenhang mit einer Garantie umsatzsteuerpflichtig werden.

### Angesichts leerer Kassen des Staates wäre alles andere eine Überraschung.

MultiPart legt Wert auf die Feststellung, dass entgegen dem Tenor in diversen Presse-Informationen nur die Händler Probleme zu erwarten haben, welche die Versicherungsprämie umsatzsteuerfrei aus dem Fahrzeug heraus gerechnet und dem Kunden separat berechnet haben.

**Fazit: Das Garantie-System von MultiPart ist sicher und für den Händler die ideale Lösung.**

## Automobile Kurzberichte

25. Juni, Jahrestagung 2010 mit Lieferantenmesse.

Termin

Inklusive Anschlussprogramm "Köln". Weitere Informationen unter [www.ega.eu](http://www.ega.eu)



## Sommer-Akademie

Die 19. Sommer-Akademie findet in diesem Jahr, wie gewohnt mit Prof. Hannes Brachat und weiteren Referenten vom 25. bis 27. August in Kitzbühel statt. Weitere Informationen unter [www.autohaus.de](http://www.autohaus.de)

## MultiPart in neuem CI

Sicher ist es Ihnen schon aufgefallen, MultiPart hat sich ein "neues Kleid" angezogen und tritt ab sofort mit neuem Markendesign und CI auf.



**Ihr Kontakt zu MultiPart:**  
Telefon: 0 78 22 - 89 15-0  
Telefax: 0 78 22 - 89 15 30  
Mail: [info@multipart.de](mailto:info@multipart.de),  
[www.multipart.de](http://www.multipart.de)



# Verlässliche Partnerschaft für den Händler vor Ort

## EGA und MultiPart: Fruchtbare Verbindung sucht weitere Partner

Als sich die Einkaufsgenossenschaft Automobile (EGA) 2001 gründete, war die MultiPart AG einer der ersten Lieferanten. Ging es damals um neue Beschaffungskanäle für ehemalige Vertragshändler, so bietet die EGA heute zahlreiche eigene Produkte - und bindet Lieferanten wie MultiPart ein. "Die EGA-Partner setzen Multipart-Garantien mit viel Erfolg ein. Auf dieser guten Basis haben wir mit 'Garantie plus' ein EGA-eigenes Wartungs- und Garantiepaket entwickelt", erläutert der EGA-Vorsitzende Thorsten Cordes. Das etablierte EGA-Konzept möchte nun MultiPart-Nutzer zu EGA-Partnern machen, um bundesweit "weiße Flecken" auf der Landkarte hochwertig zu besetzen.

Für die EGA-Partner liegen die Vorteile aus der Verbindung von EGA und MultiPart auf der Hand: Vertrauensgewinn beim Verkauf, Zusatzerlöse in der Werkstatt - und mit EGA-Paketen wie "Garantie plus" die Chance, den Kunden noch besser ans Autohaus zu binden. "Ergänzend kann der EGA-Partner innerhalb 'Garantie plus' eine Kfz-Versicherung mitverkaufen und sich weitere Erlöse sichern", ergänzt Thorsten Cordes.

stattet. Sie ergreifen mit der EGA die Chance, zum Anbieter für alle Automarken zu werden - in der Werkstatt, aber auch im Handel.

Dabei profitieren die EGA-Partner von einem System für das gesamte Autohaus. In den Bereichen Handel, Service und Finanzdienstleistungen erhalten die EGA-Partner die Unterstützung der Systemzentrale - von Einkaufsvorteilen über die Bereitstellung von EDV-Lösungen bis hin

sehen in der EGA den Vorteil, alle Autohausleistungen unter einer Dachmarke bewerben zu können. Auto Jesse aus Ibbenbüren war bereits Partner des Bosch Car Service und Peugeot Servicepartner. Für den Ausbau des Autohandels setzte er ab 2007 auf die EGA. "Die EGA entlastet mich in Einkauf, Organisation, Schulung und Marketing immens. Dadurch konnte ich meine Verkaufsziele sogar noch toppen", sagt



Systemanbieter für das gesamte Autohaus. Die EGA begleitet alle Bereiche des Autohauses, berät, schult und liefert individuelle veränderbare Werbemittel. Intensives Lernen mit Inhabern und Serviceleitern. Die Erfolge der EGA verbinden Betriebsbesuche, betriebswirtschaftliche Vergleiche und aktuelle Schwerpunktthemen.

zu Schulungen und Marketingpaketen. Die Basis-Mitgliedschaft bei der EGA ist bereits ab 50 Euro pro Monat möglich. Zusätzliche Leistungen wie etwa ein Marketingpaket buchen die Partner nach Bedarf dazu.

### EGA-System sichert Zusatzerträge

"Bei der EGA profitiere ich von einem sinnvoll aufeinander abgestimmten Gesamtkonzept", sagt EGA-Partnerin Sabine Specht. Sie schätzt, dass sie sich dennoch "die Rosinen herauspicken kann" - sprich jene EGA-Angebote, die ihre eigene Palette sinnvoll abrunden. In ihrem freien Autohaus stehen vergleichsweise wenig Autos. Die Mehrzahl der verkauften Autos kommen aus dem EGA-Fahrzeugpool mit 15.000 Autos: "Garantien und gute Finanzierungskonditionen sichern mir Zusatzerlöse, mein schlanker Bestand senkt die Lagerkosten."

### Passgenaue Leistungen für den Händler vor Ort

Auch Nutzer etablierter Werkstattssysteme

Inhaber Carlo Jesse. Mittlerweile bewirbt er unter der Dachmarke EGA die gesamte Leistungspalette. 2009 erfolgte der Generationswechsel - so gut vorbereitet, dass Carlo Jesse beim "Junior-Award" des "kFz-betrieb" mit dem 2. Platz geehrt wurde. 2010 kam er unter die Top 5 beim "Gebrauchtwagen-Award": "Das freut mich besonders, weil wir nicht für teure Innovationen ausgezeichnet wurden, sondern für unser schlankes EGA-Konzept mit geringer Kapitalbindung und höchstmöglicher Flexibilität."

### EGA lädt MultiPart-Nutzer ein

Bei ihrer Jahrestagung am 25. Juni in Köln stellt sich die EGA interessierten Autohäusern vor. Kontakt über den EGA-Händlerbetreuer Ulrich Titze unter Telefon: 0800-342 0800 oder [info@ega.eu](mailto:info@ega.eu). Mehr Informationen zur EGA unter [www.ega.eu](http://www.ega.eu).



### Für freie und markengebundene Autohäuser

Die durchdachten EGA-Lösungen haben der Genossenschaft 200 aktive Partner eingebracht: Waren es anfänglich Autohäuser ohne Markenbindung, sind heute etwa 50 % der EGA-Partner mit einem oder mehreren Händlerverträgen ausge-

### Über Multipart zur EGA

Sabine Specht vom Autozentrum Volmarstein in Wetter (NRW) nutzte bereits MultiPart, als sie sich 2007 zur EGA-Partnerschaft entschloss. "Es war angenehm, dass ich meine Lieferanten problemlos in die EGA-Partnerschaft integrieren konnte", sagt die Inhaberin eines freien Autohauses. Sie nutzte die Schulungsangebote der EGA und stellte ihre Verkäuferarbeitsplätze auf das EGA-NET um, bevor sie Anfang 2008 mit der EGA-Prospektwerbung startete. Ihr Fazit: "Mir sagt zu, dass ich bei Handel, Service und Garantien eine eigene Preisgestaltung fahren kann. Meine fünf Monteure sind dank EGA-Werbung voll ausgelastet - mit guten Erträgen."

Sabine Specht ist am 24. Juni 2010 Gastgeberin der EGA-Inhaberrunde. [www.autozentrum-volmarstein.de](http://www.autozentrum-volmarstein.de)



Sabine Specht, Autozentrum Volmarstein

### Über die EGA zu Multipart

Carlo Jesse von Auto Jesse in Ibbenbüren (NRW) lernte erst durch die EGA MultiPart kennen: "Für uns lohnt sich, mit den EGA-Lieferanten zu arbeiten. Schließlich werden Produkte und Dienstleistungspakete sinnvoll durch Schulungen und Werbemittel ergänzt." Er profitiert vor allem von der Fahrzeugvermittlung aus dem EGA-Fahrzeugpool heraus: "Unser eigener Bestand vor Ort besteht nur noch aus Anzahlungen. Mit der EGA ist das möglich. Der Kunde weiß, dass er bei uns sein Wunschauto bekommt. Das Vertrauen in die EGA und uns ist so gut, dass sich damit Neue und Gebrauchtwagen gleichermaßen gut verkaufen lassen. Die Multipart-Garantien geben zusätzliche Sicherheit."

[www.auto-jesse.de](http://www.auto-jesse.de)



Carlo Jesse, Auto Jesse

## BranchenSplitter

### China kommt nach Europa

Die chinesische Automarke Brilliance nimmt neuen Anlauf für ihren Start in Europa, nachdem der erste Versuch vor Jahren scheiterte. Das Unternehmen hat seine Absatzerwartungen in Europa um zwei Drittel auf 25.000 Einheiten herunterschraubt. Offenbar wird beim europäischen Neustart der Marke nun erstmals ein Kleinwagen eine Rolle spielen, der auf der Peking Motor Show Premiere hatte. [www.brillianceauto.com](http://www.brillianceauto.com)



**Brilliance Group**

**AutoScout24**

Bisher waren verkaufsfördernde Bilder im GW-Online-Geschäft das non plus ultra, jetzt bietet AutoScout24 seinen Nutzern die Möglichkeit, sich mithilfe eines Videos vom Gebrauchten ein umfassendes Bild zu machen. Wenn das Video erst mal bei AutoScout hochgeladen ist, ist es automatisch auch bei YouTube zu sehen und erweitert so die Reichweite ganz erheblich. [www.youtube.com/AutoScout24](http://www.youtube.com/AutoScout24)

### VW mit neuer GW-Marke



Europaweit will Volkswagen das GW-Geschäft der Händler unter dem Label „das WeltAuto“ stellen. Das bisher geförderte „First Class“ Programm wird damit abgelöst. Die Marke soll für alle Gebrauchtwagen, aller Marken und aller Altersklassen gelten und sich nicht nur, so wie bei First Class, auf die jungen Gebrauchten beschränken. [www.volkswagen.de](http://www.volkswagen.de)

### Fachbuch-Empfehlung

#### „Kundenbindung in Autohaus und Werkstatt“

Erwin Wagner, AUTOHAUS Verlag

#### Inhalt:

Das Buch erklärt verschiedene Methoden der Kundenbindung und stellt anhand von Praxisbeispielen Maßnahmen vor. So können die zahlreichen Tipps und Checklisten leicht in der alltäglichen Arbeit eingesetzt werden. Die vielen Beispiele aus der Autohaus- und Werkstatt-Praxis sowie die ausführlichen Anleitungen erleichtern die Umsetzung im eigenen Unternehmen.

Preis: 32,- € zzgl. MwSt.  
Bestellung:  
AUTOHAUS Verlag  
Neumarkter Straße 18  
81673 München  
Telefon (01 80) 5 25 16 25  
Bestell-Nr. 164





# Ihr Werkstattgeschäft 2010

## Empfehlungen für Ihre erfolgreiche Servicestrategie.

Im Prinzip ist die Strategie für jedes Geschäft grundsätzlich einfach: Man benötigt die richtigen Produkte und Dienstleistungsangebote zur richtigen Zeit, dazu bedarf es der richtigen, marktgerechten Preise, mit der richtigen, wirksamen Werbung informieren wir die Kunden über das Angebot

und wenn der Kunde kommt, verkaufen wir vorteilhaft mit der richtigen Kundennutzenargumentation. Nichts einfacher als das – und trotzdem ist es in der Umsetzung verdammt schwer. Mit der nachstehenden Darstellung bieten wir Ihnen eine kleine Orientierung und Arbeitshilfe. Viel Erfolg bei der Realisation.

### Produkte und Dienstleistungen



Prüfen Sie bitte genau ob Ihr Produkt- und Dienstleistungsangebot „up to date“ ist. Kennen Sie die Kundenwünsche und können Sie diese auch realisieren? Bieten Sie Angebote für alle Service-Segmente, begonnen bei den jungen Fahrzeugen bis maximal drei Jahre bis hin zu den „älteren Semestern“ über acht Jahre nach Erstzulassung? Bieten Sie zur Kundenbindung Anschluss- und Gebrauchtwagen Garantien an.

- **Gebrauchtwagen-Garantien**
- **Neuwagen-Anschlussgarantien**
- **Spezialangebote für ältere Fahrzeuge**
- **Smart-Repair-Leistungen**
- **Saisonangebote, Sicherheits-Checks**
- **Zubehör & Ausstattung**

### Aktiver Serviceverkauf



Nutzen Sie alle Chancen, die eine Dialogannahme bietet? Führen Sie so viele Autos wie nur möglich zur Auftragserstellung im Beisein des Kunden über die Hebebühne? Sind Ihre Serviceberater ausgebildete Serviceverkäufer? Verkaufen Sie zum Service Zusatzartikel wie z. B. Mitnahmeöl, Sicherheitszubehör, Smart-Repair-Leistungen u.v.a.m! Ist Ihre Dialogannahme verkaufsfördernd ausgestattet?

- **Die Dialogannahme ist das Zentrum Ihres Servicegeschäfts**
- **Sie nutzen diesen Platz zur Kundenberatung und zum aktiven Servicezusatzverkauf**
- **Ihre Serviceberater checken das Fahrzeug systematisch: innen, Motorraum, Karosserie & Lack, Kofferraum, Fahrwerk, Bremsen, Unterboden**

### Preismarketing



Bieten Sie nur Stundenverrechnungssätze bzw. AW-Sätze an oder umfasst Ihre Preisstrategie auch attraktive Komplett- und Paketpreisangebote, insbesondere für Verschleißteilreparaturen für ältere Fahrzeuge? Haben Sie attraktive Sonder- und Aktionspreisangebote im Angebot? Schaffen Sie mit attraktiven Preisen, z. B. für die Rädereinlagerung eine dauerhaft lohnende Kundenbindung?

- **Attraktive, befristete Sonderpreisaktionen**
- **Spezialpreise für Segment-II/III-Fahrzeuge**
- **Gestaffelte Stundenverrechnungssätze**
- **Fixpreis-Pakete für Verschleißarbeiten**
- **Bonussysteme für Stammkunden**
- **Teilzahlungsmöglichkeit für Reparaturen**

### Wirksame Werbung



Bewerben Sie Ihre Service-Angebote regelmäßig? Wissen Ihre Kunden über Ihr Leistungsspektrum Bescheid? Laden Sie Ihre Kunden zu Saison-Checks oder Sicherheitsprüfungen aktiv ein? Erinnern Sie schriftlich und telefonisch an fällige Inspektionen, an die Hauptuntersuchung, an Räderwechsel usw.? Haben Sie für Ihren Service einen Marketingplan und ein Servicebudget?

- **Service-Werbekonzept**
- **Service-Marketingplan**
- **Werbudget für die Werkstatt**
- **Direktwerbung wie z. B. Mailing und Telefon**
- **Attraktive Service-Homepage mit Newsletter-Service**
- **POS-Werbung für Dienstleistungen und Zubehör**

Herausgeber: MultiPart Garantie AG, 77975 Ringsheim  
Redaktion: Martina Thielicke  
Idee, Text, Bild, Realisierung: [www.mdw-wagner.de](http://www.mdw-wagner.de)  
Druck: Rothe Druck, Passau  
Bilder: ZDK, EGA, MEV, Fotolia  
„pluspunkte“ erscheint pro Jahr mit zwei Ausgaben (ohne Rechtsanspruch)  
Alle Beiträge sind sorgfältig recherchiert, dennoch kann für den Inhalt keine Haftung übernommen werden.



Ihr Partner für  
Gebraucht- und  
Neuwagen-  
Anschlussgarantie-  
systeme