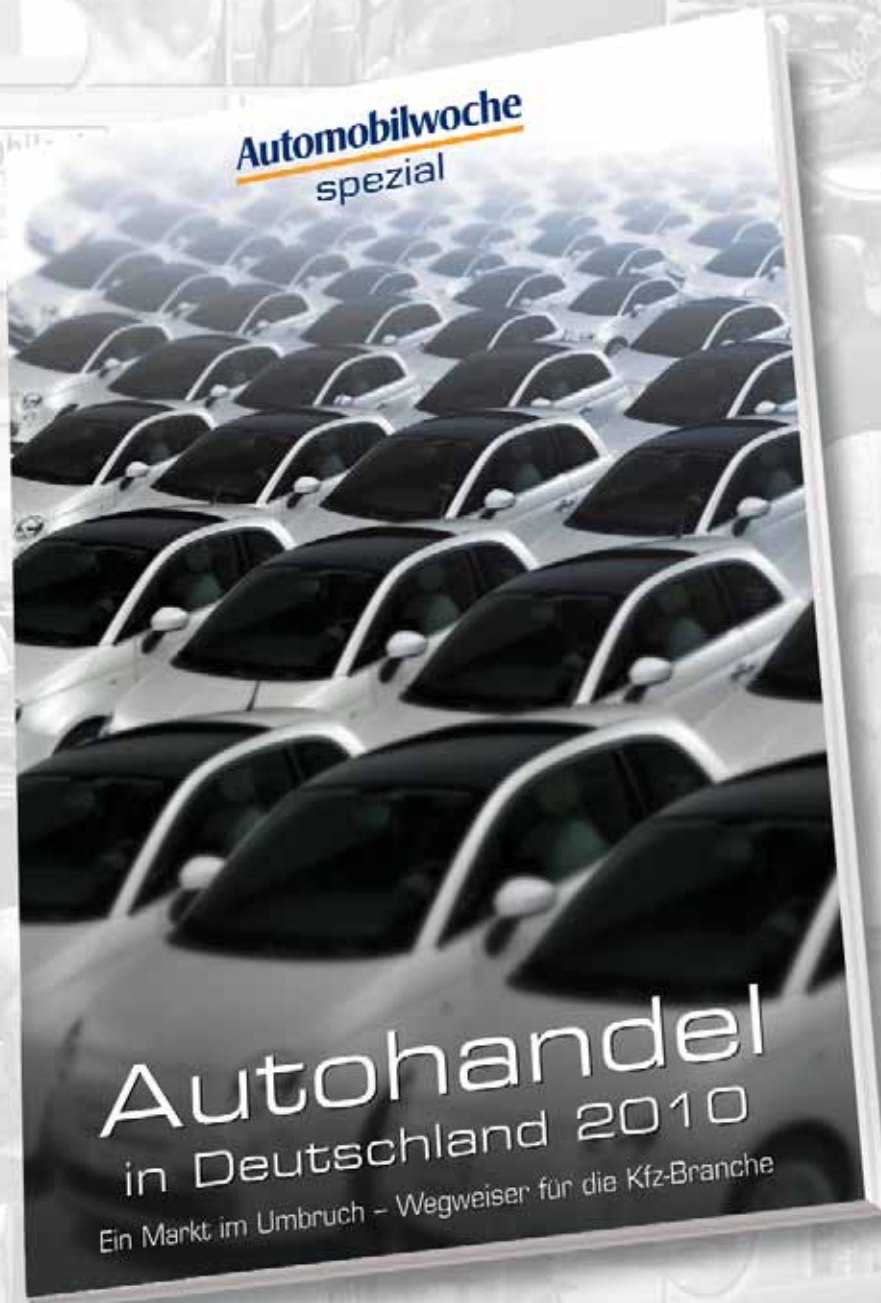


# Sonderausgabe Autohandel in Deutschland 2010



- ▶ Strukturwandel im Autohandel. Mit Ihrer Anzeige erreichen Sie die Gewinner!
- ▶ Die führenden Händlergruppen, Autohäuser und Service-Betriebe in Deutschland.
- ▶ Die Entscheider im Autohandel sowie bei Herstellern und Importeuren.

### Daten:

Auflage 30.000 Exemplare  
Format DIN A4  
Supplement in Automobilwoche  
Nr. 10/2010

Schaltkosten (zzgl. MwSt.)  
1/1 Seite vierfarbig = 7.490,- Euro  
1/2 Seite vierfarbig = 4.780,- Euro

(Preise für Satzspiegelformat)

### Termine:

Anzeigenschluss: 12. April 2010  
Erscheinungstermin: 3. Mai 2010

### Kontakt:

Telefon: 0 81 53/90 74 09  
E-Mail: [amw-anzeigen@craincom.de](mailto:amw-anzeigen@craincom.de)

**Pflichtlektüre für jedes Autohaus.  
Schalten Sie Ihre Anzeige jetzt!**

# Sonderausgabe Autohandel in Deutschland 2010

## Wegweiser für die KFZ-Branche

### Die TOP-100-Autohändler: Größere Unternehmen – größere Chancen für Sie!

**Die jährliche Übersicht über die größten Automobilhändler in Deutschland mit aktuellen Absatz- und Umsatzzahlen der 100 größten Unternehmensgruppen, erstellt vom IFA Institut für Automobilwirtschaft. Alle Daten und Tabellen sortiert nach Neuwagen, Gebrauchtwagen, Gesamtabsatz, Umsatz, Mitarbeiterzahl. Mit diesem Standardwerk arbeitet die Autobranche.**

- ▶ **Marken Monitor**  
Die jährliche Untersuchung der Händlerzufriedenheit des Geislinger Instituts für Automobilwirtschaft (IFA) spiegelt die Beziehung zwischen den Herstellern und ihren Vertragshändlern. Wo gibt es Optimierungsbedarf?
- ▶ **Händlerzufriedenheit**  
Was ist das Geheimnis zufriedener Händler?
- ▶ **Automobilwoche Award Autohandel**  
2010 wird in Leipzig bereits zum vierten Mal der Automobilwoche Award Autohandel verliehen. Getestet wurden Beratung und Fahrzeugpräsentation in 600 Autohäusern der zwölf stärksten Automarken in Deutschland.
- ▶ **Abwrackprämie – was kommt danach?**  
2009 war für die Marken, die von der Abwrackprämie profitieren konnten, ein Boomjahr. Mittlerweile ist Ernüchterung eingetreten. Wie sollten Hersteller und Handel mit der schwierigen Lage umgehen?
- ▶ **Supply Chain Management**  
Wie lässt sich die Schnittstelle zwischen Hersteller und Handel in der automobilen Lieferkette verbessern, um einerseits Vertriebskosten zu senken, andererseits die Liquidität des Handels zu schonen?
- ▶ **Aktuelle Kennzahlen aus dem Handel**  
Auswertung eines IFA-Online-Panels.
- ▶ **Lukratives Zusatzgeschäft?**  
Wenn Autohäuser als Autovermieter agieren.
- ▶ **Service**  
Alternative Antriebe spielen eine zunehmende Rolle. Wie bereitet sich das Kfz-Gewerbe auf die neuen Anforderungen vor, die durch Elektroautos und Hybridfahrzeuge auf die Werkstätten zukommen?
- ▶ **Strategie Mehrmarkenhandel**  
Ernüchterung beim Thema Mehrmarkenhandel. Viele Autohändler straffen ihre Markenportfolios: Die Zahl der vertretenen Marken pro Händler ist rückläufig.
- ▶ **Marktprognose**  
Wie entwickelt sich der Markt für Neuwagen, Gebrauchtwagen und Service?
- ▶ **Finanzierung**  
Das Finanzierungs- und Leasinggeschäft ist integraler Bestandteil im Automobilverkauf und übernimmt eine stabilisierende Rolle für Geschäft und Rendite.
- ▶ **Marken Monitor Finanzdienstleistungen**  
Wie zufrieden sind Deutschlands Autohändler mit den fabrikatsabhängigen und -unabhängigen Kfz-Finanzierungsbanken?
- ▶ **Kfz-Versicherung**  
· Reizthema Schadensteuerung: Der Druck auf Hersteller, Versicherer und Händler wächst.  
· Policenverkauf: Wie Autohändler zusätzliche Ertragschancen am besten nutzen können.
- ▶ **Restwertproblematik**  
Restwertermittlung in Zeiten geänderter Rahmenbedingungen.
- ▶ **Gebrauchtwagengeschäft**  
Wer die Prozesse im GW-Handel beherrscht, profitiert von sicheren Ertragspotenzialen.
- ▶ **Merger und Akquisitionen**  
Welches sind die Erfolgsfaktoren für gewinnbringende Übernahmen im Autohandel?
- ▶ **Internetverkauf**  
Der klassische Autohandel zwischen Absatzdruck und Serviceanspruch.
- ▶ **Angebot der Automobilhersteller**  
Wie kann die Präsentation der oft sehr komplexen Angebotsvielfalt der Autohersteller aus Kundensicht optimiert werden?