

# ProfNet Autohausgruppen-Studie

- Ergebnisse der ProfNet Internet-Branchenstudie Autohausgruppen 2007 -

Prof. Dr. Uwe Kamenz

Wissenschaftlicher Direktor des  
ProfNet Institut für Internet-Marketing  
Klosterstr. 3  
48143 Münster

kamenz@profnet.de



ProfNet

Institut für Internet-Marketing

# Inhaltsübersicht

- ProfNet
- Autohausgruppen
- Ergebnisse der Studie
- Workshop „Erfolgsprozess der Autohausgruppen im Internet“

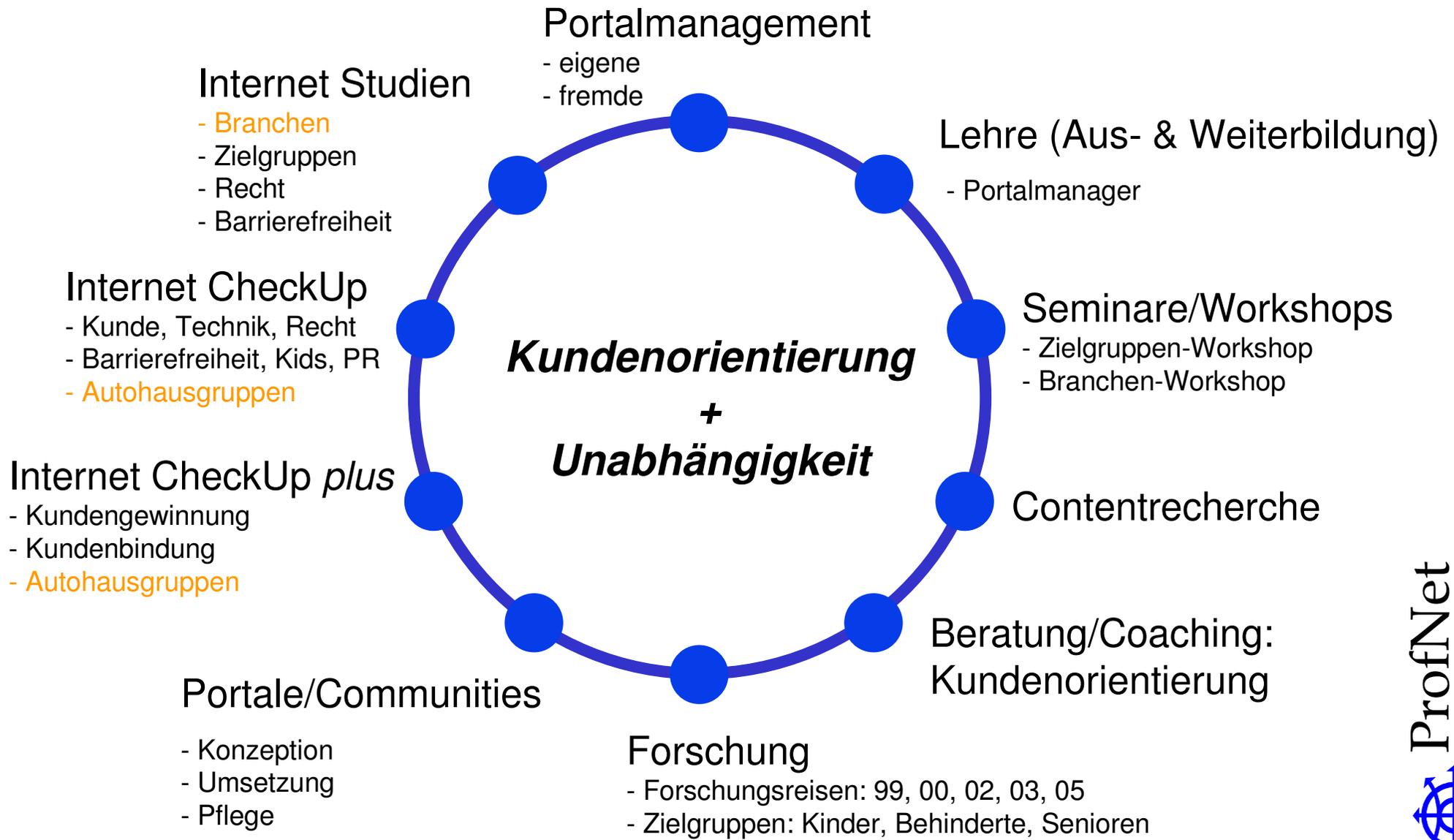


# ProfNet Professoren-Netzwerk

- **1994 Gründung: Vernetzung der Kompetenzen einzelner FH-Professoren**
- **1998 Gründung ProfNet Institut für Internet-Marketing**  
**Wissenschaftlicher Leiter: Prof. Dr. Uwe Kamenz**
  - Wichtigste Zielgruppe: Mittelstand
  - Fokus: Kundenorientierung im Internet
  - Finanzierung: Dienstleistungen
- **2000 Gründung ProfNet WorldWide**
  - Vernetzung von Forschungsinstituten und Hochschulen weltweit
  - Weltweite Studien nach der gleichen ProfNet Methode
  - Status 2007: 42 Partner



# Leistungen des ProfNet Institut für Internet-Marketing



## Situation von Autohausgruppen

- Aufgrund der Liberalisierung der GVO seit 5 Jahren starker Trend zum Aufbau von Autohausgruppen.
- In der ProfNet Internet-Branchenstudie 2005 erstmaliges Auftauchen von Dach-Websites der neuen Autohausgruppen.
- Starkes Anwachsen des Marktanteils der Autohausgruppen in den letzten Jahren.
- Überträgt man die Erfahrungen aus anderen Branchen und Ländern, dann werden – außerhalb des Direktvertriebes der Hersteller – in der Zukunft zwei Drittel aller Fahrzeuge über Autohausgruppen in Deutschland vermarktet werden!



# Methodik der Studie

- Grundgesamtheit
  - Websites: von Autohausgruppen (Top 50 in Deutschland + zugehörigen Tochter-Autohausgruppen)
  - Länder: Deutschland
  
- Studie:
  - Websites: 57
  - Kriterien: 95



# Ergebnisse TOP 10

Ranking 2007	Autohausgruppe	Layout	Handling	Inhalt	Interaktivität	Gesamt
1	Bald Automobilgesellschaft mbH	12,5	13,0	20,5	7,5	53,5
2	Frey Services Deutschland GmbH	11,0	13,5	19,5	5,0	49,0
3	Autohaus Wolfsburg Hotz und Heitmann GmbH & Co. KG	8,0	12,5	15,5	10,5	46,5
4	Pillenstein AutoMobil GmbH	11,0	13,5	15,5	6,5	46,5
5	Ernst Dello GmbH & Co. KG	11,0	12,5	16,5	6,0	46,0
6	B&K...alles klar! GmbH & Co. KG	8,5	13,0	19,0	5,0	45,5
7	Kroymans-Gruppe Deutschland	11,0	12,0	17,5	4,5	45,0
8	Autowelt König GmbH	11,5	11,5	13,5	7,0	43,5
9	Gottfried Schultz GmbH & Co. KG	10,0	11,5	15,0	6,5	43,0
10	Voets Autozentrum GmbH	10,5	11,5	16,0	5,0	43,0
	<b>Durchschnitt:</b>	9,8	11,5	10,9	4,4	36,7
	<b>Maximum:</b>	20	20	40	20	100



# Ergebnisbeispiele: Layout

Kriterium	Häufigkeit
Gemeinsame Nutzung - Design	47%
Logo in Adresszeile	40%



# Beispiel - Layout

Layout	Gemeinsame Nutzung Design
	 <p>The screenshot shows the Dürkop website layout. At the top, there is a dark header with the logo 'DÜRKOP Die automobiler Marke' and a navigation menu with links: FILIALEN, ZENTRALE, IN DER PRESSE, LINKS, HÄNDLER/LOGO, IMPRESSUM. Below the header is a large banner image of a road with the text 'Mehr Marken – Mehr Auswahl' and logos for various car brands (Alfa Romeo, Chevrolet, Dodge, Fiat, etc.). To the right of the banner is a map of Germany with several locations marked. Below the banner, there is a sub-header 'Filiale Eberswalde' and a navigation menu: STARTSEITE, ÜBERSICHT, TOP-ANGEBOTE, NEUHEITEN, NEU/GEBRAUCHTWAGEN, NUTZFAHRZEUGE, SERVICE, KARRIERE, UNSER TEAM. The main content area is divided into three columns: 'SERVICE - IMMER GÜNSTIG' with a 'TUNAP' logo and '49.00 EUR', 'NEUWAGEN - ANGEBOTE' with three car images, and 'Öffnungszeiten' with the address: DÜRKOP GmbH, Filiale Eberswalde, Freienwalder Strasse 82, 16225 Eberswalde. A search bar with the text 'Suchen' is located on the right side of the main content area.</p>

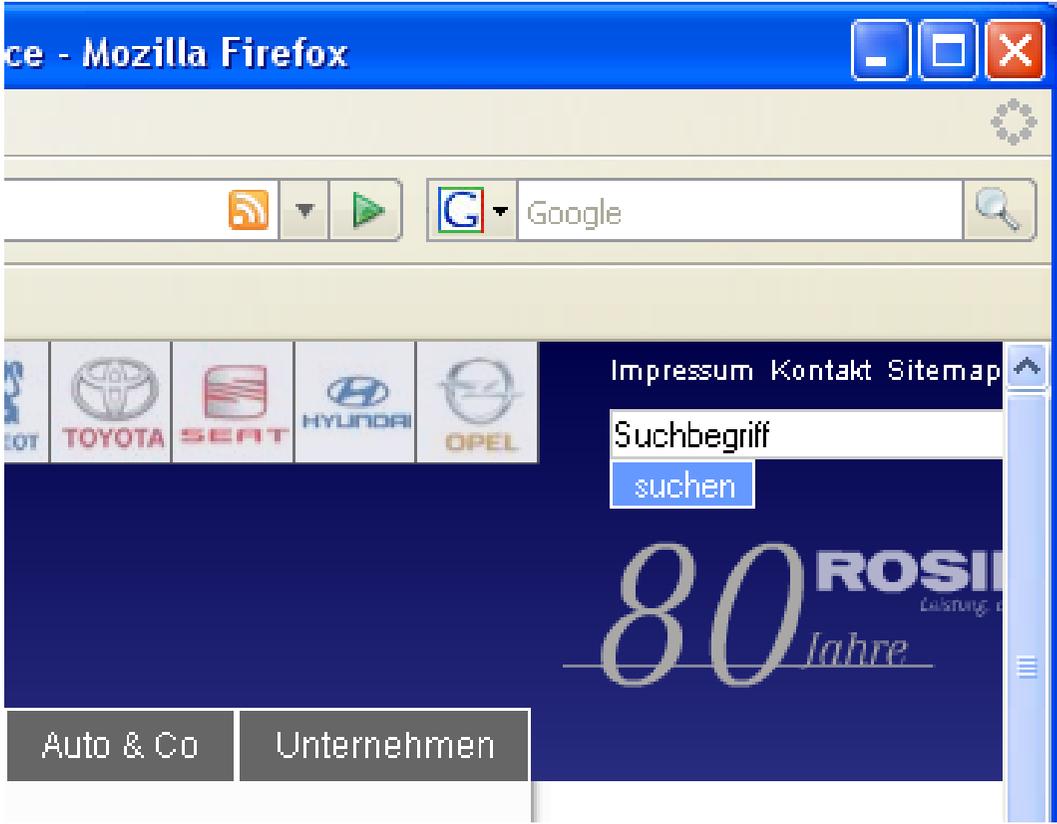
Das Design der Haupt- und Unterseiten ist immer gleich gestaltet. So findet sich der Kunde gut zurecht.

# Ergebnisbeispiele: Handling

Kriterium	Häufigkeit
Domain - eigene	22%
Suchfunktion - Volltext/Index -Konzernseiten	10%
Suchfunktion - Sitemap	8%
Zielgruppenorientierte Startseite	1%



# Beispiel - Handling

Handling	Suchfunktion - Rosier
	<p>Die Suchfunktion ist vorhanden. So sollte es sein. Allerdings müssen alle Webseiten der Autohausgruppe durchsucht werden.</p>

# Ergebnisbeispiele: Inhalt

Kriterium	Häufigkeit
Impressum	85%
Gemeinsame Nutzung - Logo	57%
Anbieter - Slogan	47%
Gemeinsame Nutzung - Slogan	38%
Gemeinsame Nutzung - Service	14%
Gemeinsame Nutzung - Garantie	8%
Gemeinsame Nutzung - Angebote	7%
Gemeinsame Nutzung - Sponsoring	5%
Gemeinsame Nutzung - Produkte	3%
Organigramm - Konzernstruktur/Beteiligungen	3%
Modellvergleiche	1%
Online-Börse	1%

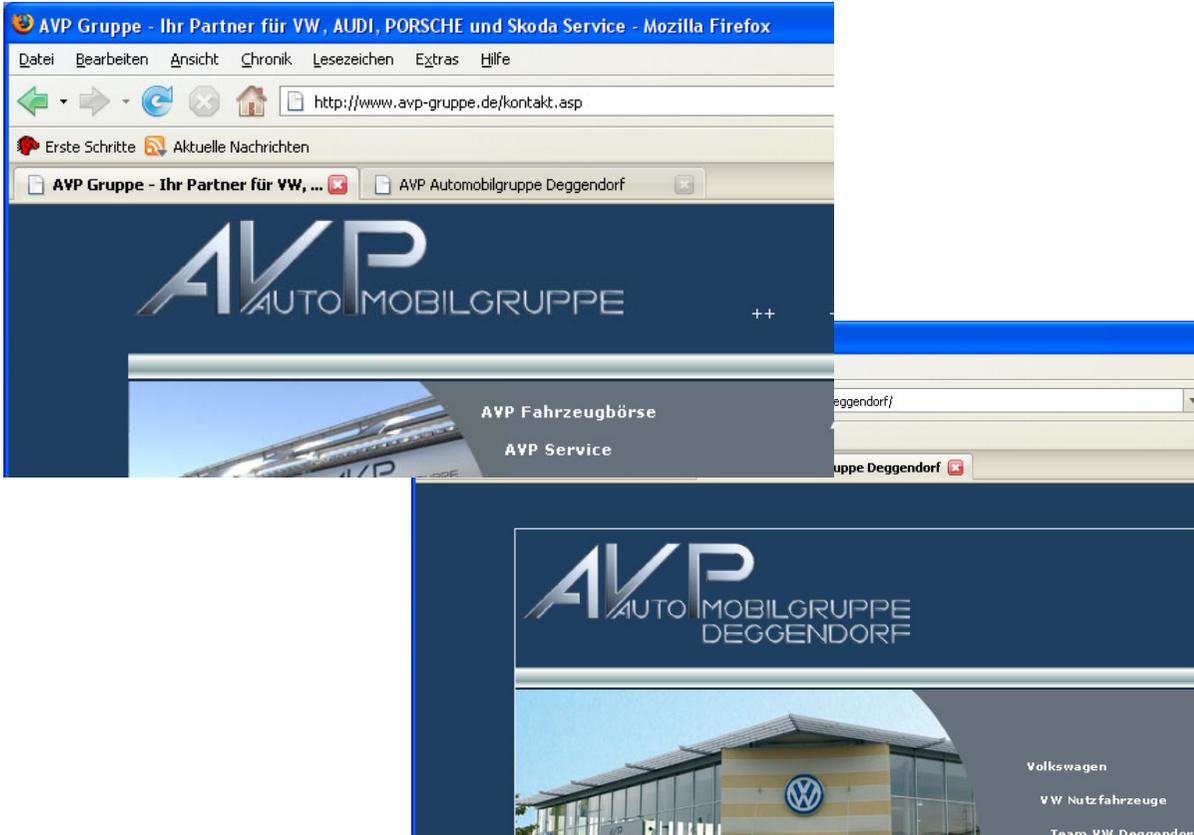


# Beispiel - Inhalt

Inhalt	Impressum - MAHAG
	 <p>Ein Impressum darf keinesfalls, schon aus rechtlicher Sicht, auf einer Webseite fehlen. Hier ein positives Beispiel von MAHAG.</p>

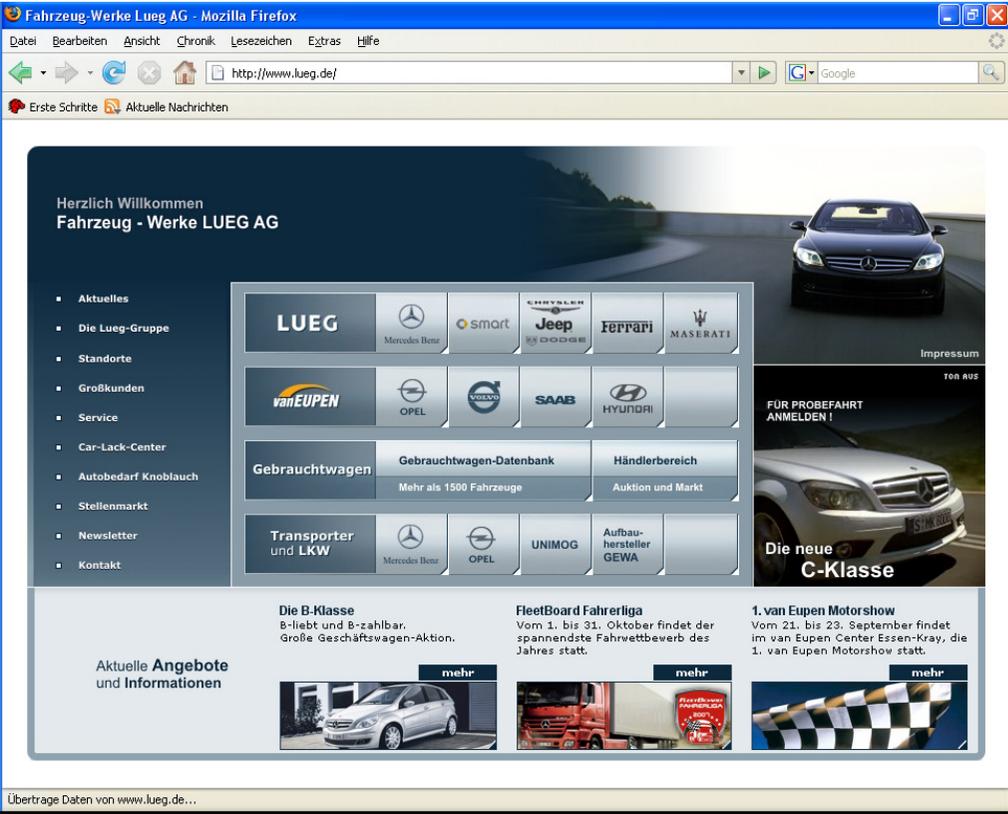


# Beispiel - Inhalt

Inhalt	Gemeinsame Nutzung Logo
	<p>Konsequente Nutzung des Logos auf allen Haupt- und Tochterseiten. Eine sehr empfehlenswerte Eigenschaft für Autohausgruppen.</p>



# Beispiel - Inhalt

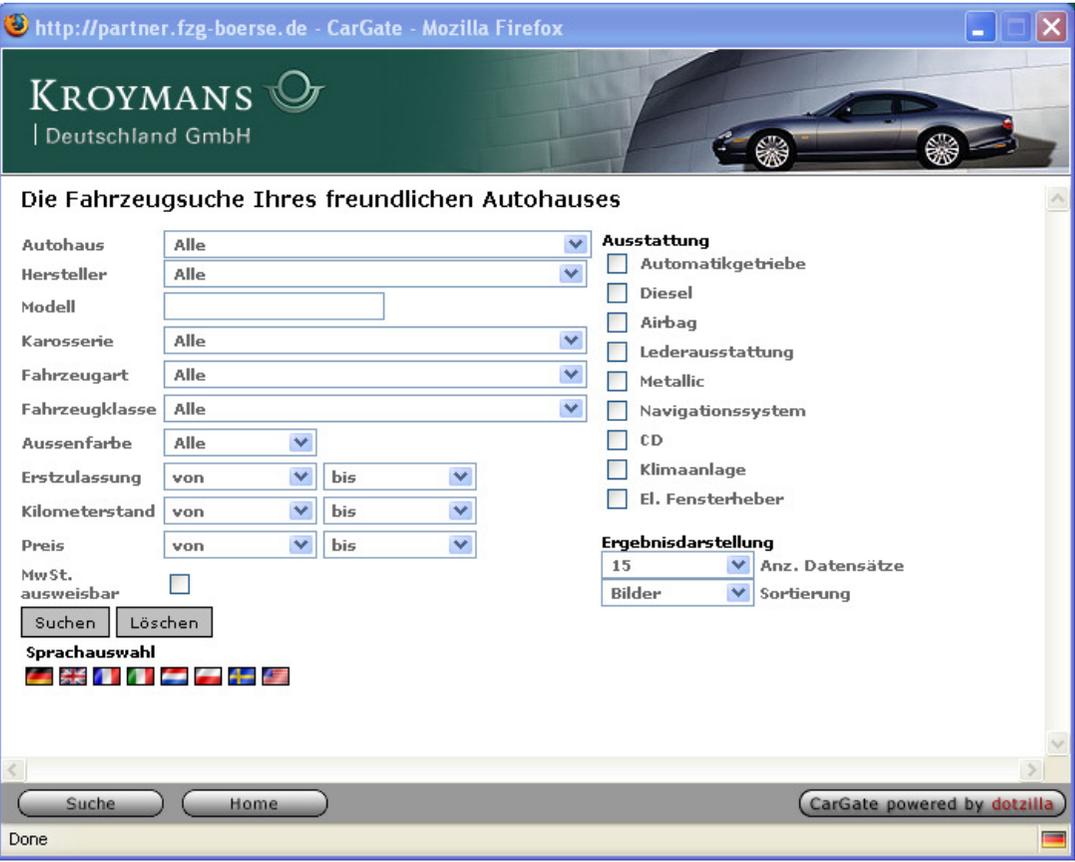
Inhalt	Struktur/Organigramm - Lueg
	 <p>Auf den ersten Blick sieht der Kunde hier, wer zu wem gehört. Das erspart lästiges Suchen.</p>

# Ergebnisbeispiele: Interaktivität

Kriterium	Häufigkeit
Gemeinsame Nutzung - Datenbank	70%
Newsletter	43%
Nutzung - Routenplaner	19%
Call-Back-Service	14%
Gemeinsame Nutzung - Online-Aktion	8%
E-Card	3%
SMS-Letter	3%
Gästebuch	1%
Online-Tour	1%
Blog	0%
Chat - Chatroom	0%
Forum	0%
Nutzung - RSS	0%
Online-Produktvergleich	0%

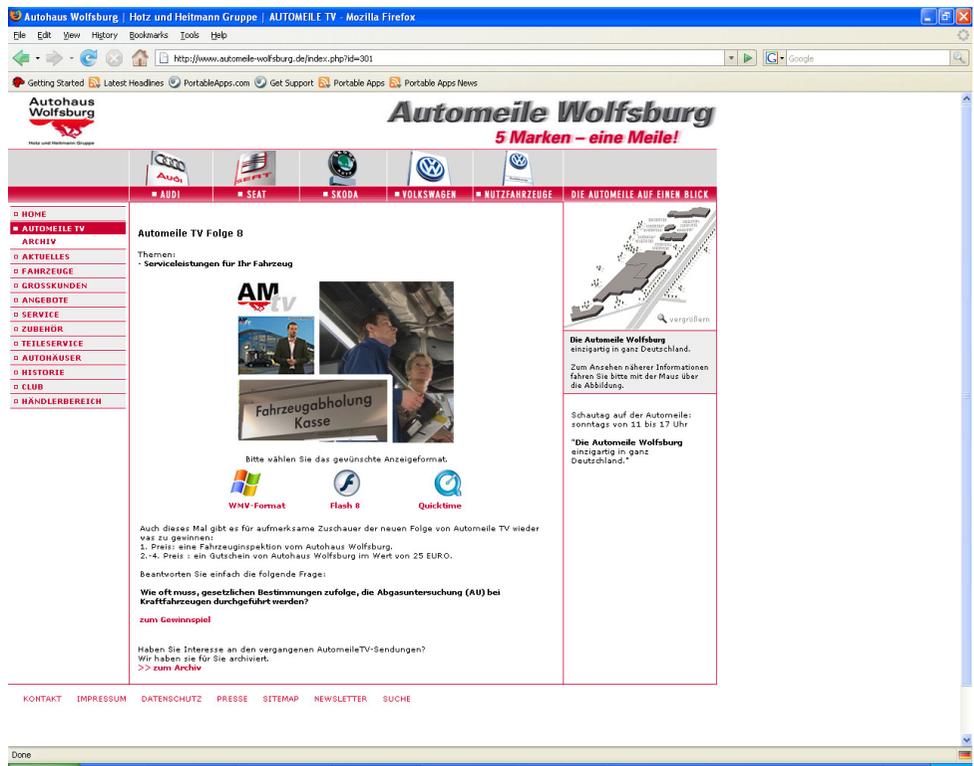


# Beispiel - Interaktivität

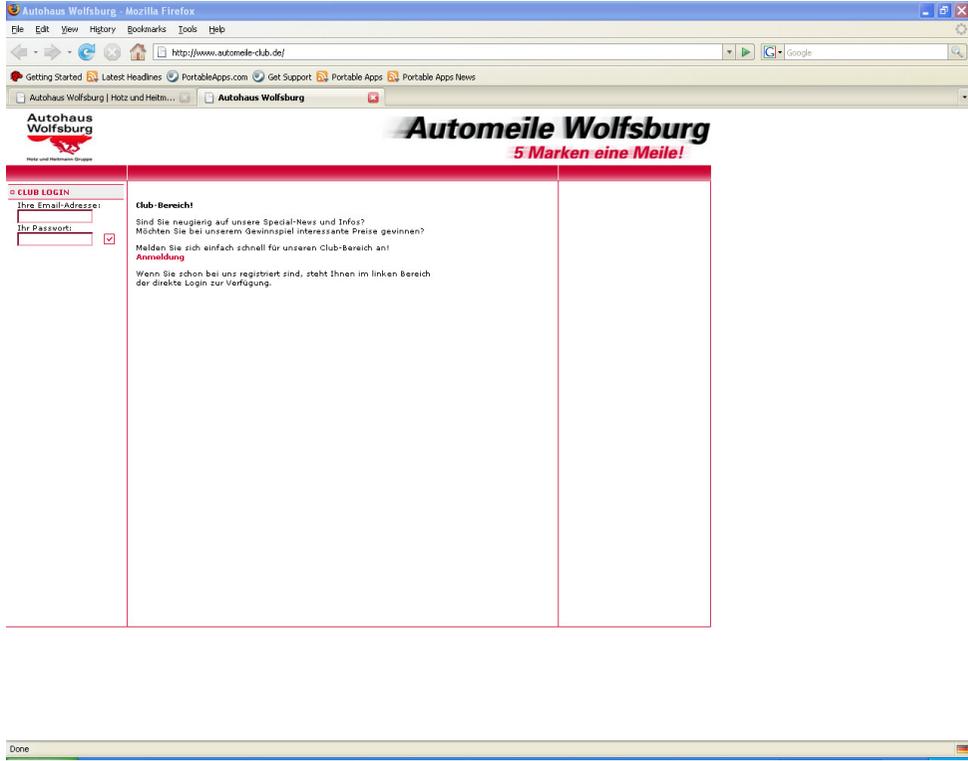
<b>Interaktiv</b>	<b>Gemeinsame Nutzung Datenbank</b>	
		<p>Gebrauchtwagensuche über alle Autohäuser bei Kroymans. Sollte bei Autohausgruppen Standard sein, da so ein großer Verbundeffekt erzielt werden kann.</p>



# Beispiel - Interaktivität

Interaktiv	Web TV - Automeile	
 <p>The screenshot shows a web browser window displaying the website 'Automeile Wolfsburg'. The page features a navigation menu on the left with categories like 'HOME', 'AUTOMEILE TV ARCHIV', 'AKTUELLES', 'FAHRZEUGE', 'GROSSKUNDEN', 'ANGEBOTE', 'SERVICE', 'ZUBEHÖR', 'TEILESERVICE', 'AUTOHÄUSER', 'CLUB', and 'HÄNDLERBEREICH'. The main content area is titled 'Automeile TV Folge 8' and includes a video player for 'Serviceleistungen für Ihr Fahrzeug'. Below the video, there is a quiz question: 'Wie oft muss, gesetzlichen Bestimmungen zufolge, die Abgasuntersuchung (AU) bei Kraftfahrzeugen durchgeführt werden?' with a 'zum Gewinnspiel' link. The right sidebar contains a 3D map of the Automeile Wolfsburg building and text stating 'Die Automeile Wolfsburg einzigartig in ganz Deutschland.' and 'Schautag auf der Automeile: sonntags von 11 bis 17 Uhr'. The footer includes links for 'KONTAKT', 'IMPRESSUM', 'DATENSCHUTZ', 'PRESSE', 'SITEMAP', 'NEWSLETTER', and 'SUCHE'.</p>		<p>Jeden Monat einmal zum Download. Nette Idee für Stammkunden.</p>

# Beispiel - Interaktivität

Interaktiv	Club – Automeile Wolfsburg
 <p>The screenshot shows a Mozilla Firefox browser window displaying the website 'Automeile Wolfsburg'. The browser's address bar shows 'http://www.automeile-club.de/'. The website header features the 'Automeile Wolfsburg' logo and the slogan '5 Marken eine Meile!'. Below the header, there is a 'CLUB LOGIN' section with input fields for 'Ihre Email-Adresse:' and 'Ihr Passwort:', and a checked checkbox. To the right of the login form is a 'Club-Bereich' section with text: 'Sind Sie neugierig auf unsere Special-News und Infos? Möchten Sie bei unserem Gewinnspiel interessante Preise gewinnen? Melden Sie sich einfach schnell für unseren Club-Bereich an! Anmeldung. Wenn Sie schon bei uns registriert sind, steht Ihnen im linken Bereich der direkte Login zur Verfügung.'</p>	<p>Kundenbindung wird großgeschrieben. Ein Club für Freunde der Automeile.</p>



## Fazit

- Die Autohausgruppen erreichen nur ein Drittel der Punktzahl. Selbst die Besten nur die Hälfte.
- Der Verzicht auf Interaktivität bedeutet: Verzicht auf Geschäft mit Hilfe des Internet!
- Es besteht dringender Handlungsbedarf für die Autohausgruppen.
- Typische Ausreden der „klassischen“ Autohäuser wie „kein Geld“, „keine Zeit“, „keine Mitarbeiter“ können hier nicht gelten.
- -> Das Profnet Institut für Internet-Marketing wird ein Jahr lang mit speziellen Dienstleistungen den Autohausgruppen im Internet helfen!



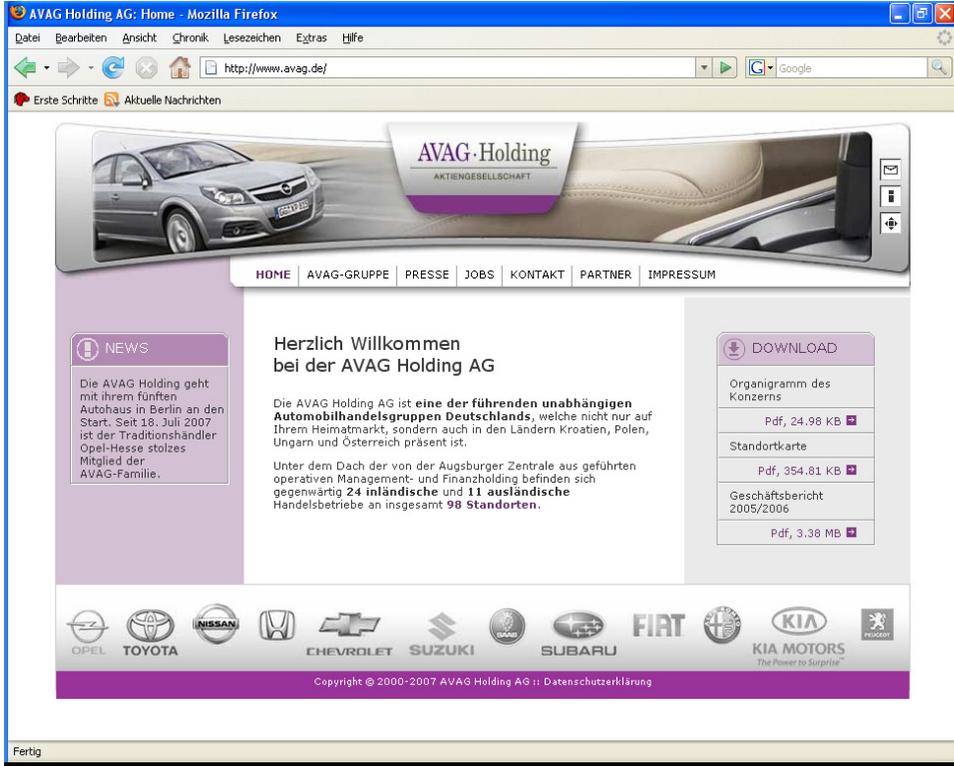


# Ergebnisse: TOP 20 Layout

Ranking 2007	Kriterium	Häufigkeit
1	Site Identity (SI) - WebSite	100%
2	Nutzung - Farbe	98%
2	Nutzung - Fotos	98%
2	Nutzung - Grafiken	98%
2	Nutzung - HTML-Seite	98%
2	Nutzung - JPG	98%
2	Nutzung - Text	98%
8	Anbieter - Corporate Design	94%
9	Keine Unterstreichungen	92%
10	Nutzung - JavaScript	91%
11	Nutzung - Imagemap	78%
11	Nutzung - Kein Pop-Up-Fenster	78%
13	Nutzung - Druckfunktion	66%
14	Site Identity (SI) - WebSite - Familie	57%
15	Qualität - Ästhetische Gestaltung	48%
16	Logo in Adresszeile	40%
17	Nutzung - Dynamische Website	28%
17	Nutzung - Mouse-Over	28%
19	Nutzung - GIF	21%
20	Nutzung - CSS	15%



# Best Practice - Kriterien

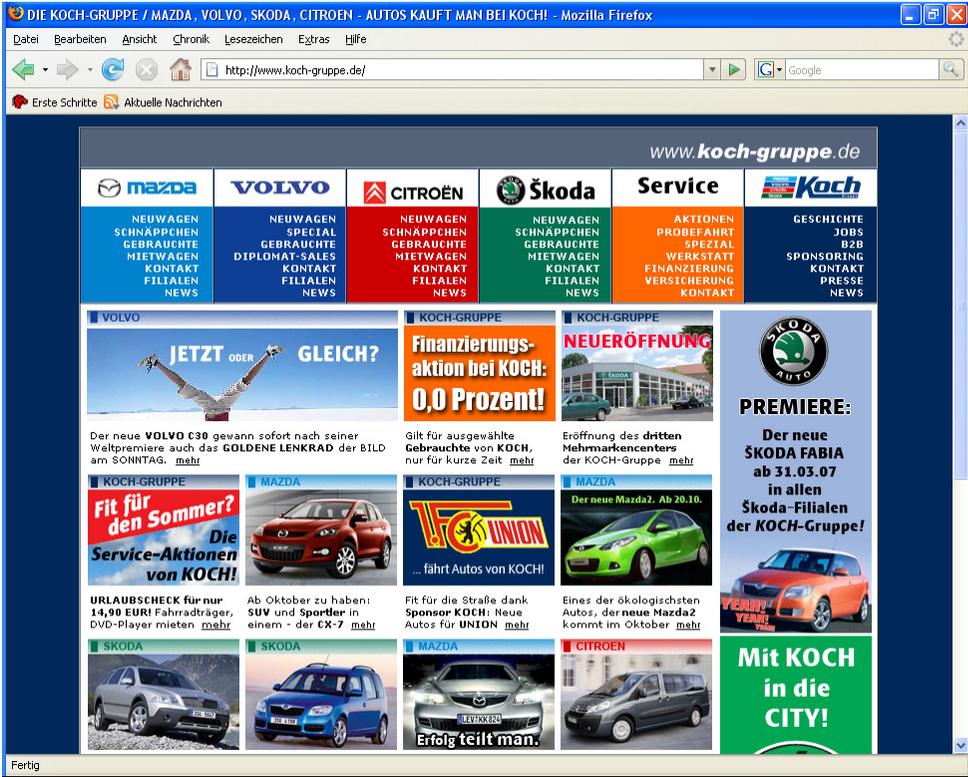
Layout	Site Identity - AVAG
	 <p>Die Site Identity dieser Seite ist hervorragend. Das Grunddesign bleibt immer gleich, welcher Menüpunkt auch immer gewählt wird.</p>



# Best Practice - Kriterien

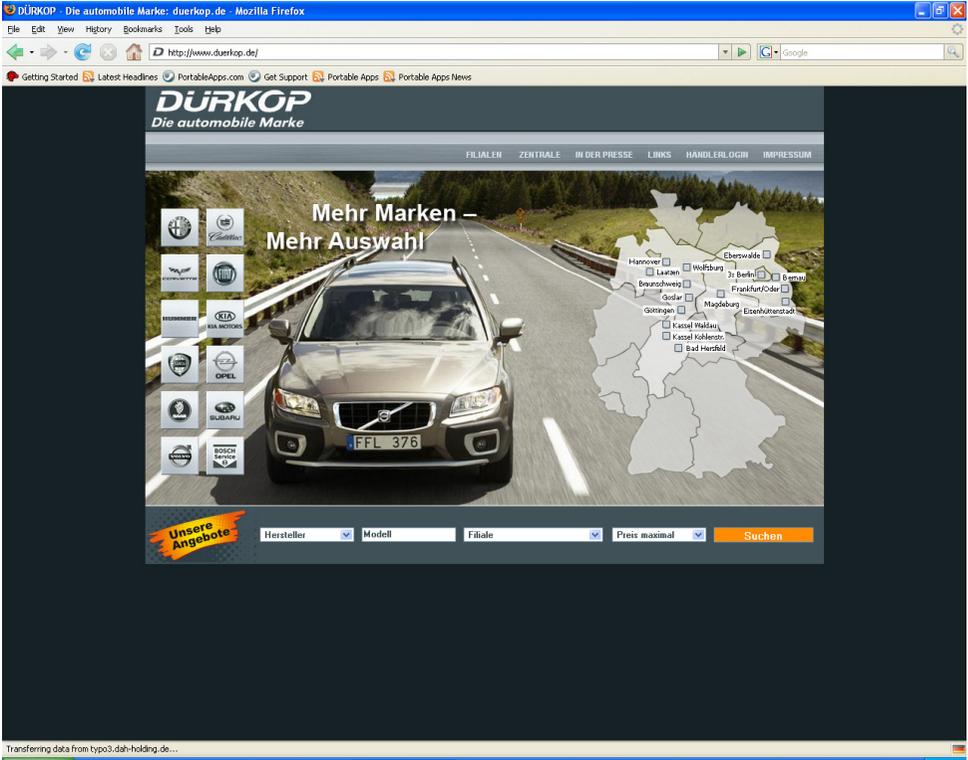
<p><b>Layout</b></p>	<p><b>Corporate Identity – Weller Gruppe</b></p>	<p>Gleich vier verschiedene Designs bei der Wellergruppe. Autohausgruppen sollten in gleichem Design auftreten.</p>
<p>The image displays four distinct website designs for the Weller Group, illustrating a lack of corporate identity. The designs vary significantly in layout, color schemes, and branding elements. One design features a large car image with a blue sidebar, another uses a white background with a map of Germany, a third has a red header with a car image, and the fourth is a more complex layout with multiple columns and logos. This inconsistency is noted as a negative practice in the adjacent text.</p>		

# Best Practice - Kriterien

Layout	Farbenzuordnung Koch Gruppe	
	 <p>The screenshot shows the website layout for Koch Gruppe. At the top, there is a navigation bar with logos for Mazda, Volvo, Citroën, Škoda, Service, and Koch. Below this is a grid of promotional banners for various car models and services, each with a distinct color header corresponding to the brand or service.</p>	<p>Den verschiedenen Produkten werden Farben zugeordnet. So findet man sich immer zurecht.</p>

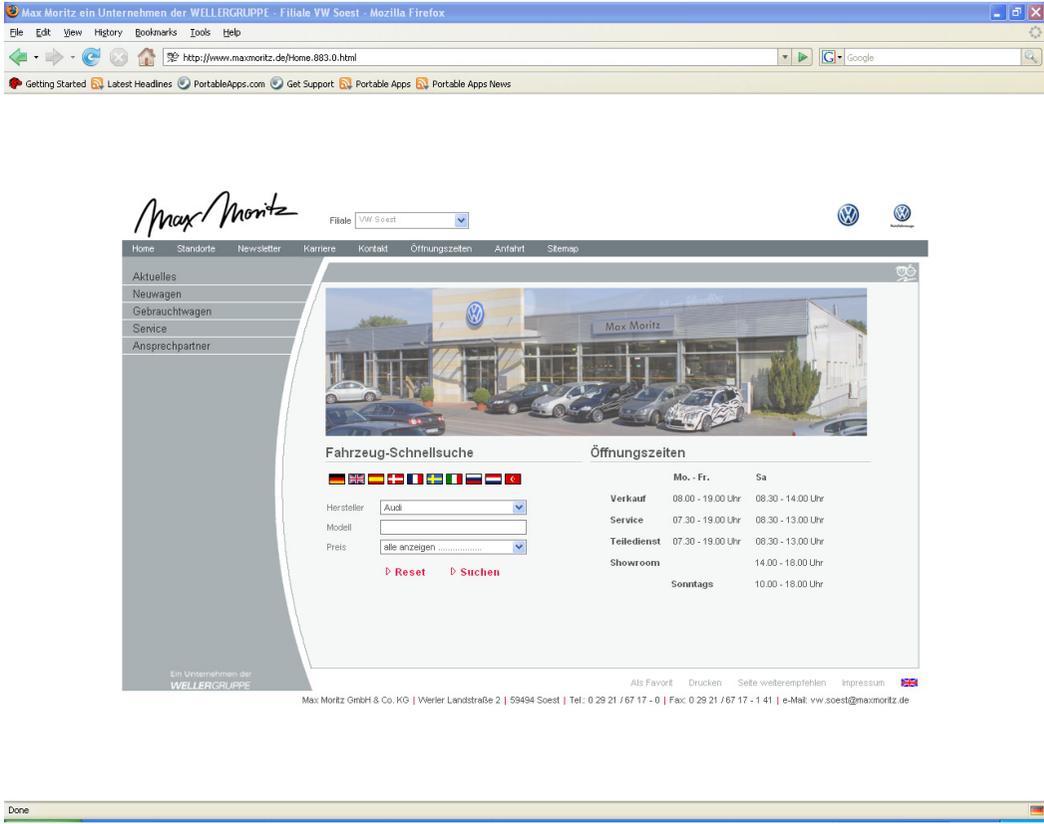


# Best Practice - Kriterien

Layout	Ästhetische Seite bei Duerkop
	 <p>The screenshot shows the Duerkop website interface. At the top, there is a navigation menu with links for 'FILIALEN', 'ZENTRALE', 'IN DER PRESSE', 'LINKS', 'HANDLERLOGIN', and 'IMPRESSUM'. The main content area features a large image of a Volvo SUV with the text 'Mehr Marken – Mehr Auswahl' overlaid. To the left of the car image is a grid of car brand logos including Audi, BMW, Mercedes-Benz, VW, Opel, and others. To the right is a map of Germany with various regional branches marked. Below the main image is a search bar with dropdown menus for 'Hersteller', 'Modell', and 'Filiale', a 'Preis maximal' dropdown, and a 'Suchen' button. A small orange banner on the left says 'Unsere Angebote'. The browser window title is 'DÜRKOP - Die automobiler Marke: duerkop.de - Mozilla Firefox'.</p>

Filialen, Angebote und Marken. Die wichtigsten Dinge direkt auf der Startseite.

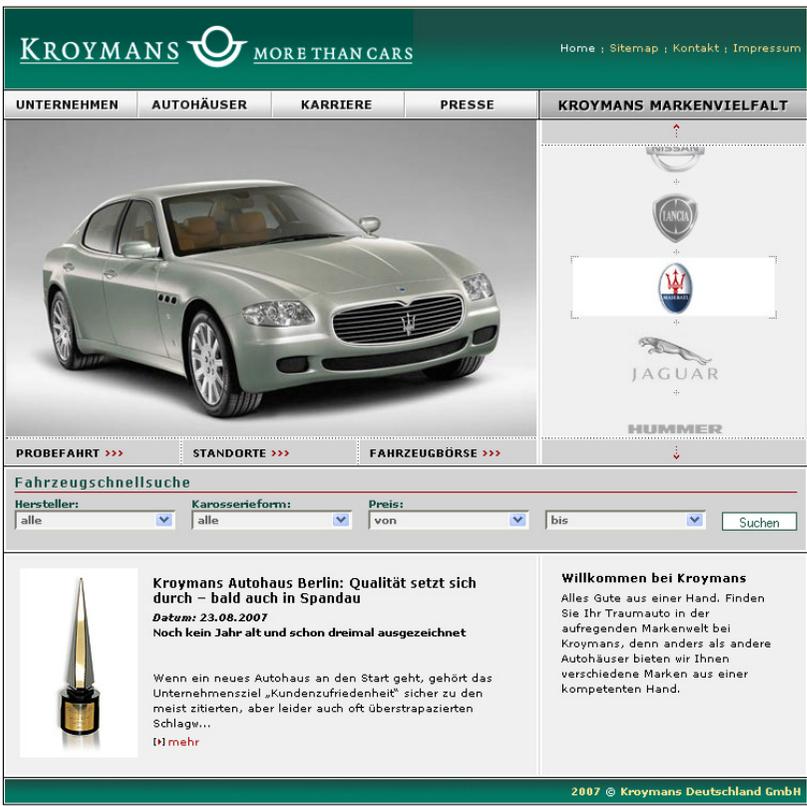
# Best Practice - Handling

Handling	Einfaches Webseitenhandling – Max Moritz GmbH & Co. KG
	 <p>Die Webseite von Max Moritz besticht durch übersichtliches Handling. Max Moritz kann in dieser Kategorie knapp den Sieg davontragen.</p>

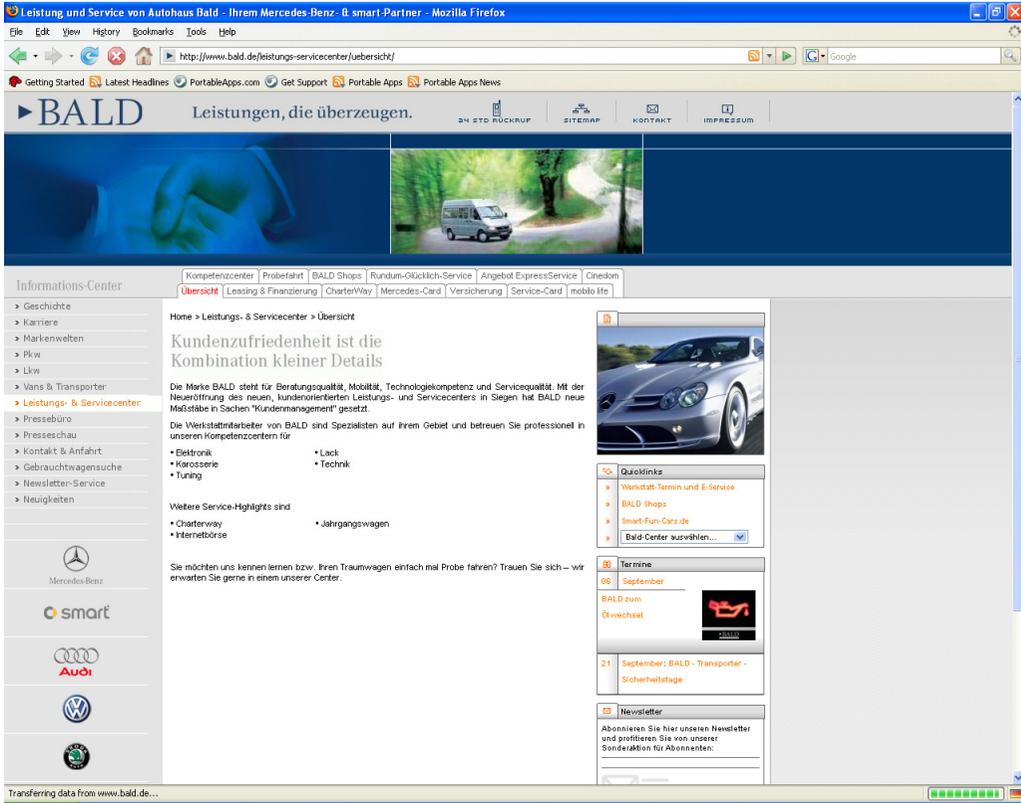
# Best Practice - Kriterien

Handling	Suchmaschinen – First Page Position - Hülpert
 <p>The screenshot shows a Google search for 'huelpert'. The search bar contains 'huelpert' and the search button is labeled 'Suche'. Below the search bar, there are radio buttons for 'Das Web' (selected), 'Seiten auf Deutsch', and 'Seiten aus Deutschland'. The search results are categorized under 'Web' and list several entries for 'Hülpert' and 'Hülpert GmbH' in Dortmund, including links to their websites and contact information.</p>	<p>So sollte es sein. Die Suchmaschine sollte die Webseite der Autohausgruppe vor allen anderen ausgeben.</p>

# Best Practice - Kriterien

Handling	Suchfunktion - Kryomans
	 <p>Fahrzeugschnellsuche bei Kryomans, auf der ersten Seite kann der Kunde bereits durch wenige Kriterien ein Fahrzeug suchen.</p>

# Best Practice – Inhalt und Layout

<b>Inhalt &amp; Layout</b>	<b>Übersichtlicher Inhalt und nettes Layout – Bald Automobilgesellschaft mbH</b>
	
<p>Der Inhalt der Webseite ist vielseitig und wird ansprechend und kundenfreundlich präsentiert. Bald Automobilgesellschaft mbH ist Gesamtsieger und Sieger der Rubriken Inhalt und Layout.</p>	

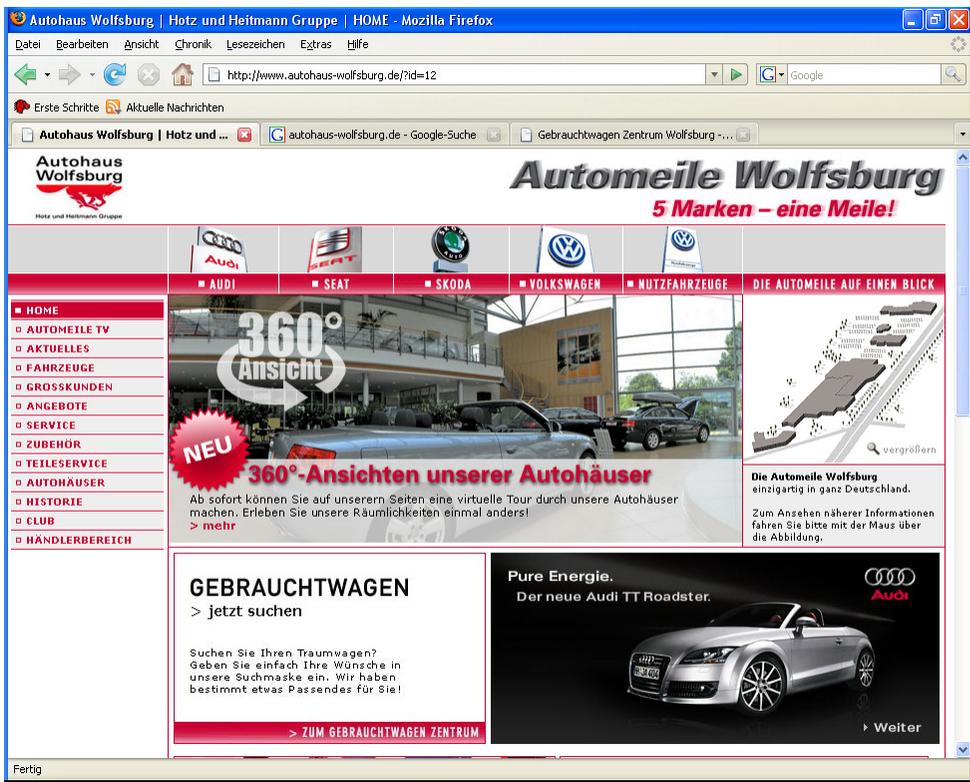


# Best Practice - Kriterien

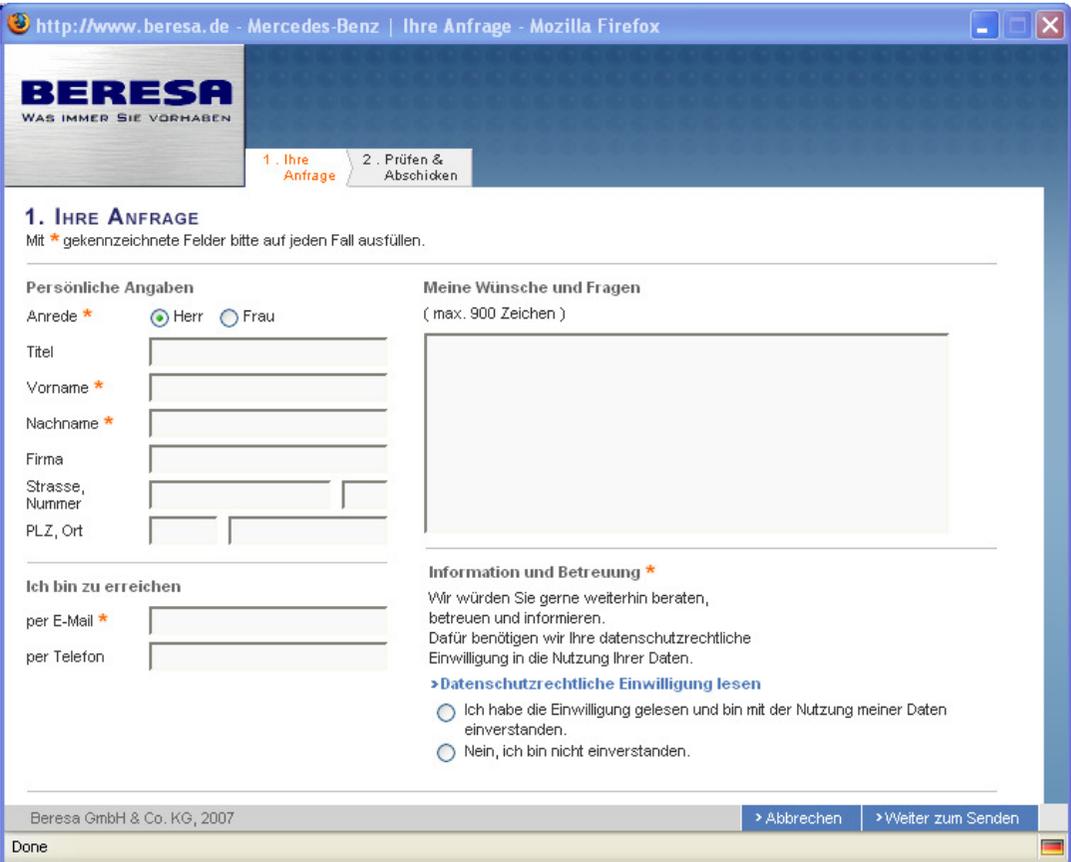
Inhalt	Übersicht Filialen / Niederlassungen
	<div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;"> <div style="text-align: center;">  <p>TOYOTA</p> </div> <div style="text-align: center;">  <p>Autohaus <b>NIX</b> GmbH</p> </div> <div style="text-align: center;">  <p>LEXUS</p> </div> </div> <div style="display: flex; justify-content: center; margin-top: 10px;"> <span>Wächtersbach</span> <span>Offenbach</span> <span>Frankfurt/Main</span> <span>Eschborn</span> </div> <div style="display: flex; justify-content: center; margin-top: 10px;"> <div style="display: flex; flex-direction: column; gap: 5px;"> <div style="background-color: #f0f0f0; padding: 5px; text-align: center;">Toyota Autohaus Wächtersbach</div> <div style="background-color: #f0f0f0; padding: 5px; text-align: center;">Toyota Autohaus Offenbach</div> <div style="background-color: #f0f0f0; padding: 5px; text-align: center;">Toyota Autohaus Frankfurt/Main</div> <div style="background-color: #f0f0f0; padding: 5px; text-align: center;">Toyota Autohaus Eschborn</div> </div> <div style="text-align: center; margin: 0 20px;">  </div> <div style="display: flex; flex-direction: column; gap: 5px;"> <div style="background-color: #f0f0f0; padding: 5px; text-align: center;">Lexus Service Wächtersbach</div> <div style="background-color: #f0f0f0; padding: 5px; text-align: center;">Lexus Service Offenbach</div> <div style="background-color: #f0f0f0; padding: 5px; text-align: center;">Lexus Forum Frankfurt/Main</div> <div style="background-color: #f0f0f0; padding: 5px; text-align: center;">Lexus Service Eschborn</div> </div> </div> <p style="text-align: center; margin-top: 10px;">Autohaus NIX – Toyota's Nummer 1 in Hessen</p>

Alle Standorte auf einen Blick. Bei nur vier Standorten noch möglich, werden es deutlich mehr als zehn, sind andere Lösungen besser.

# Best Practice - Interaktivität

Interaktiv	360° Ansichten der Autohäuser – Automeile Wolfsburg Interaktive Map
 <p>The screenshot shows the website for Autohaus Wolfsburg. The main navigation bar includes Audi, SEAT, Skoda, Volkswagen, and Nutzfahrzeuge. A prominent banner features a 360-degree view of the dealership building with the text '360° Ansichten unserer Autohäuser'. Below this, there is a section for 'GEBRAUCHTWAGEN' (Used Cars) with a search button and a 'Pure Energie' advertisement for the Audi TT Roadster.</p>	
<p>Der Kunde kann hier einen virtuellen Besuch im Autohaus seiner Wahl machen. Im rechten Bereich befindet sich eine interaktive Map der Automeile. Ein schönes Beispiel für gute Nutzung von interaktiven Elementen von der Automeile Wolfsburg, die insgesamt zweite der Studie ist und im Bereich Interaktivität mit am besten abschnitt.</p>	

# Best Practice - Kriterien

<b>Interaktiv</b>	<b>Kontaktformular - Beresa</b>	
		<p>Schönes Kontaktformular bei Beresa. Übersichtlich und eindeutig zu füllen. Sogar eine Kontrollfunktion ist vorhanden.</p>

# Best Practice - Interaktivität

Interaktiv	360° Ansichten der Autohäuser – Automeile Wolfsburg Interaktive Map
 <p>The screenshot shows the website for Emil Frey Gruppe Deutschland. At the top, there is a logo and the text 'Emil Frey Gruppe Deutschland'. Below this is a horizontal bar with logos for various car brands: Opel, Ford, Volvo, Mazda, Jaguar, Land Rover, Aston Martin, Fiat, Alfa Romeo, Land Rover, Toyota, and Lexus. On the left side, there is a navigation menu with the following items: 'ÜBER UNS', 'EINZELHANDEL', 'Autohaussuche' (highlighted), 'Interaktive Standortkarte', and 'Gebrauchtwagen-Börse'. The main content area is titled 'SUCHE NACH MARKEN UND UNTERNEHMEN' and contains the text: 'Sie können unsere Autohäuser nach den Kriterien Autoha... Ort oder geführte Marken suchen.' Below this text are three search options: 'Suche nach Marken', 'Suche nach Unternehmen', and 'Suche nach Standort', each preceded by a small blue arrow icon.</p>	<p>Gute Suchfunktionen bei der Emil Frey Gruppe. Es kann sowohl nach Marke, nach Unternehmen als auch nach Standort gesucht werden. So findet garantiert jeder Kunde zum Ziel.</p>

# Best Practice - Interaktivität

Interaktiv	Fragebogen - GVO
<div data-bbox="302 518 1265 1300"></div>	

Die telefonische Befragung wird hier umgangen. Allerdings ist die Auswertung schwierig. Verfälschte Ergebnisse drohen.