

NEWSLETTER

FÜR PARTNER VON ASC

12
06



AUTOMOTIVE
SOLUTION CENTER

SEITE | 15

Anwendertreffen 2006

SEITE | 04

Weihnachtliches Gewinnspiel

SEITE | 06

Die geheimen Spielregeln im Verkauf



// EDITORIAL

Liebe Leserin, lieber Leser!

Und wieder geht ein Jahr. Vielleicht sind die grauen Haare ein paar mehr geworden, wenn wir uns dieses Jahr unter dem Weihnachtsbaum einfinden oder an Silvester das Jahr 2006 Revue passieren lassen. Für die ASC AG verliefen die vergangenen zwölf Monate sehr arbeitsreich, aber ebenso zufriedenstellend: Neue Autohäuser haben ihren Weg zu uns gefunden, neue Funktionalitäten ihren Weg in unsere Produkte und zumindest einige Punkte konnten wir von der langen To-do-Liste streichen.

Der EDV-Markt zeichnete sich dieses Jahr durch besonders heftige Irrungen und Wirrungen aus: EDS wollte EDS Midmarket verkaufen, Reynolds&Reynolds übernimmt DCS/Cardis und will das kurz zuvor übernommene Incadea wieder verkaufen und zu guter Letzt schlossen sich UCS und Reynolds&Reynolds zusammen. Nur bei ASC bleibt alles, wie es ist, so wissen Sie bei uns, woran Sie sind.

Ich und alle ASCler wünschen Ihnen besinnliche Weihnachten und einen schwungvollen Start in das Jahr 2007!

Fröhliche Festtage, Ihr

Christoph Reichert
Vorstand ASC
Automotive Solution Center



HANDAEROBIC UND SURVIVALTRAINING: ANWENDERTREFFEN 2006 IN BAD KISSINGEN

Große Beliebtheit ist nicht nur gut, wie ASC anlässlich des diesjährigen Anwendertreffens feststellen musste. „Es kommen immer mehr Besucher, so dass wir allmählich Probleme haben, ein Hotel in passender Größe zu finden“, stellte Christoph Reichert, Vorstand der ASC AG, während seiner Begrüßung fest und fügte lachend hinzu: „Vielleicht müssen wir dann doch mal nach New York oder Rio.“

Da hätten die rund 200 Teilnehmer sicher nichts dagegen. Doch 2006 führte sie ihr Weg erstmal in das idyllische Kurstädtchen Bad Kissingen. Dort begann die jährliche Zusammenkunft diesmal erstmalig mit einem lockeren Get-together am Vormittag. An Stehtischen mit den jeweiligen Markenlogos konnten sich die Händler dieser Marken ungezwungen zusammenfinden und Erfahrungen austauschen. „Diese Neuerung wurde gut angenommen. Wir freuen uns auch

weiterhin auf Anregungen von unseren Kunden, um das Anwendertreffen noch interessanter zu gestalten“, freut sich Sabine Lehnhardt, Organisatorin des Anwendertreffens.

Nach diesen Einzelgesprächen gab Christoph Reichert am Nachmittag einen Überblick über die Geschehnisse der vergangenen zwölf

**„Frauen kaufen
rational, Männer
emotional“**

Monate. Besonders zufrieden zeigte er sich mit der steigenden Nutzung von C/A/R/E als Rechenzentrumslösung (ASP).

Zurzeit laufen über 100 Installationen auf dem Server von ASC. Mehr Zulauf wünschte sich Reichert auch bei der C/A/R/E-Interessengemeinschaft, in der zum damaligen Zeitpunkt nur noch BMW und VW vertreten waren. Er wies noch einmal auf die Aufgaben und die Wichtigkeit dieses Gremiums hin, wodurch zahlreiche neue Anmeldungen aus dem Teilnehmerkreis eingingen. Ein positives Resümee konnte der ASC-Chef unter der Umstrukturierung der

+NEWS+++ Schwere Geländewagen werden künftig voll besteuert +++ Nach Einschätzung des Auto Club Europa wird Autofahren 2007 teurer Grund: Steuern, Sprit und Versicherungen +++ Bei Unfällen mit Wild werden jährlich mehr als 30 Menschen getötet und rund 3.400 ver-

In-Team Sicher unterwegs

Schnell ist es passiert: auf einer rutschigen Straße zu scharf gebremst, die Straßenverhältnisse falsch eingeschätzt oder auch unschuldig in einen Unfall Dritter verwickelt. Solche brenzlichen Situationen im Straßenverkehr können schnell böse enden, wenn der Fahrer falsch oder vor lauter Schreck gar nicht reagiert.

Da die Mitarbeiter von ASC viel Zeit im Auto auf dem Weg von und zu ihren Kunden verbringen, hat das Unternehmen daher beschlossen, ihnen ein Fahrsicherheits-training zu spendieren. Am 22. September gingen die ASCler auf die Teststrecke, um das Verhalten und die Grenzen des eigenen Fahrzeugs in verschiedenen Situationen kennenzulernen. So stand beispielsweise Bremsen auf unterschiedlich griffigen Untergründen ebenso auf dem Stundenplan wie das Austesten der Fliehkräfte in Kurven und Auswirkungen von Über- oder Unterlenken in solchen Fällen. Mit den auf dem ADAC Trainingsgelände geübten Fahrtechniken können die ASC-Mitarbeiter nun im Ernstfall richtig und schnell reagieren.

Übrigens: Viele Kfz-Versicherungen, allen voran natürlich die ADAC Autoversicherung, gewähren Teilnehmern des Fahrsicherheits-trainings niedrigere Tarife! Da lohnt sich die eintägige Schulung dann doppelt.



Wasserfontänen und schiefe Untergründe simulieren im Fahrsicherheitstraining Herausforderungen des Verkehrs.

Als Überraschungsgast sorgte Mamfred Zickzack aus Bempflingen für spaßige Unterhaltung. Trotz genauem Hinschauen und Diskutieren kamen die Teilnehmer seinen Zaubertricks nicht auf die Spur.



Fortsetzung von Seite 1

Hotline ziehen: 78% der Anrufe werden innerhalb eines Tages bearbeitet, 17% innerhalb einer Woche. „Wir werden aber jetzt nicht nachlassen, das zu verbessern und nachzuerfolgen, ob wir unsere Ziele einhalten“, versprach Christoph Reichert den Anwesenden.

Ebenfalls über die Zukunft sprach Gastgeber Prof. Dr. Wolfgang Meinig von der Forschungsstelle Automobilwirtschaft Bamberg. Er gab einen Einblick in die „Wünsche und Ansprüche an Dienstleister im Autohandel“. Eine von seinem Institut durchgeführte Studie hat gezeigt, dass für die Händler aller Marken noch Potenzial besteht, sich beim Kunden besser aufzustellen. Als wichtigsten Faktor nannte er soziale

Kompetenz wie Einfühlungsvermögen und Aufgeschlossenheit. Gerade auch weil 80% des Haushaltseinkommens von Frauen verwaltet werden, was sie als Zielgruppe interessant macht. „Aber Frauen interessiert eher der Nutzen als die technischen Details, beispielsweise ein niedriger Treibstoffverbrauch und genügend Platz. Frauen kaufen rational, Männer emotional“, zeigt Meinig auf. Unter zusätzlicher Berücksichtigung der demographischen Entwicklung empfiehlt er daher eine alters- und geschlechterspezifische Unterteilung der Kundengruppen. Als weiteren Trend sieht er die Individualisierung von Fahrzeugen, zum Beispiel durch angepasste Sitze, und langfristig alternative Antriebe.

++NEWS+++ Im Jahr 2006 stieg die Zahl der erdgasbetriebenen Fahrzeuge im Vergleich zum Vorjahr um 47 Prozent +++ Jeder dritte Lkw-Fahrer in Nordrhein-Westfalen fährt nicht angeschnallt: Die Polizei verschärft in den kommenden Wochen Lkw-Kontrollen +++



Prof. Dr. Wolfgang Meinig von der Forschungsstelle Automobilwirtschaft sprach über Zukunftstrends im Automobilhandel.

Carolin Glandien und Stefan Clauss unterstützten Manfred Zickzack bei seiner Show.



Für eine unterhaltsame Überraschung sorgte Mamfred Zickzack aus dem schwäbischen Bempflingen. Er zauberte mit tatkräftiger Unterstützung einiger mehr oder weniger freiwilliger Helfer Bälle in geschlossene Hände, Geldscheine in ein Brötchen und eine Flasche Bier in die Unsichtbarkeit. Bei der abschließenden Fingergymnastik für einen Trick durften dann alle Zuschauer mitmachen, bis sie den Zauber durchschaut hatten.

Für den nötigen Durchblick sorgten am Abend einige Fackeln und ein Kompass, denn da hieß die Aufgabe, die wie immer bis zum letzten Moment zu den am besten gehüteten Geheimnissen der Welt gehörte, Rallye

Mit Kompass und Fackel von Wegpunkt zu Wegpunkt

durchs Unterholz. Das Fahrtenbuch gab den Gruppen jeweils einen Hinweis auf die Richtung und die Entfernung des nächsten Wegpunktes, der Kompass half bei der Orientierung, damit auch alle Gruppen beim Zwischenstopp mit Glühwein ankommen.

Der Rest des Weges wurde auf der ruckeligen Ladefläche eines Militär-Lkw oder in einem Panzerfahrzeug zurückgelegt, bis sich schließlich alle Pfadfinder am Lagerfeuer wiedertrafen. Zusätzlich zur Navigation galt es, Wissensfragen zu beantworten und knifflige Denksportaufgaben zu lösen, die letztlich auch den Ausschlag für den knappen Sieg einer Gruppe gaben, der mit einem fairen Applaus

der anderen Gruppen und einer Flasche Sekt je Teilnehmer belohnt wurde.

Trotz der teilweise noch langen Siegesfeier saßen am nächsten Morgen alle pünktlich in den Vorträgen. Dort ging es um die Besonderheiten der einzelnen Marken sowie um die Angebote der ASC-Partner. „Ich denke, jeder der Teilnehmer hat etwas von der Veranstaltung für sich mitnehmen können“, zieht ASC-Vorstand Christoph Reichert sein Fazit. „Und manchmal hilft einfach das persönliche Gespräch außerhalb des Arbeitsalltags, um einem Problem auf die Schliche zu kommen.“ Man kann jetzt schon gespannt sein, was sich die ASCler dafür im kommenden Jahr einfallen lassen. Vielleicht in New York, Rio, Tokio ...

+NEWS+++ Verleihung des goldenen Lenkrads: Der VW Eos ist das beste neue Auto in der Sonderklasse „Cabriolets“ +++ Die jüngsten Zahlen des Kraftfahrt-Bundesamtes bestätigen die Prognose, dass es 2006 zu Vorzieheffekten auf dem deutschen Automobilmarkt kommt +++



Das Siegerteam der Rallye wurde mit Sekt und Applaus belohnt.



Auf die Rallye folgten Glühwein am Lagerfeuer und ein gemütlicher Abend.



News+++News+++News++



In diesem Buch gibt der Rekord-Formel-1-Pilot Einblick in seine Karriere.

Schöne Bescherung mit Michael Schumacher

Die letzte Runde ist gefahren, der rote Rennwagen zunächst abgestellt. Doch eingefleischte Formel-1-Fans müssen trotzdem nicht auf Michael Schumacher verzichten. Zum Ende seiner Karriere erschien jüngst in der Süddeutsche Zeitung Edition das einzige Buch, an dem Schumacher selbst entscheidend mitgearbeitet hat. Der Rekord-Sieger der Formel 1 und einer der erfolgreichsten Sportler der Welt erzählt selbst über sein Leben und seine Karriere, was Sabine Kehm, Sportjournalistin und langjährige Medienberaterin Schumachers, festhält. Das Buch über den außergewöhnlichen Sportler, sein herausragendes Ferrari-Team, aber auch seine Rolle als Familienvater und UNESCO-Sonderbotschafter, wird abgerundet durch die sehr persönlichen Aufnahmen des Starfotografen Michael Comte, der Schumacher viele Jahre begleitete.

„Die offizielle und autorisierte Inside-Story zum Karriere-Ende“, so der Name des Buchs in Ferrari-Rot (ISBN 3-86615-403-8, Süddeutsche Zeitung Edition, München, 24,90 Euro), kann derjenige gewinnen, der folgende Frage richtig beantwortet:

Aus welcher Stadt stammt Ferrari?

Bitte schicken Sie die Antwort sowie Ihren Namen, Ihre Firma und Ihre Kontaktdaten per E-Mail an info@asc-ag.com. Und dann Daumen drücken, denn bei mehreren richtigen Einsendungen entscheidet das Los. Einsendeschluss ist der 31. Januar 2007.

Mitarbeiter der ASC AG und ihre Angehörigen dürfen leider nicht teilnehmen. Der Rechtsweg ist ausgeschlossen.

+++NEWS+++ Schlechte Zeiten für Lkw-Mautflüchtlinge: Die Lkw-Maut auf den deutschen Autobahnen wird zum 1. Januar 2007 auf drei Bundesstraßen ausgedehnt +++ Laut ADAC sind mehr als die Hälfte der Discount-Reifenmodelle ihr Geld nicht wert +++



Bereit zum Start: Vor der Rallye gab es eine Einweisung in den Umgang mit dem Kompass und die zu bearbeitenden Aufgaben.



Das letzte Stück zum Treffpunkt wurde mit Militär- und Kettenfahrzeugen der Event-Management-Firma pro-log zurückgelegt. Am Ziel warteten ein Lagerfeuer und Bier auf die Abenteurer.



Handel

KUNDEN DURCHSCHAUEN

Anspruchsvolle Kunden, harte Konkurrenz, Rabattschlachten: Hersteller und Handel stehen unter großem Wettbewerbsdruck. Im Wettstreit um die Kunden wenden Verkäufer mitunter unpassende Strategien an, hat Verkaufsprofi Dr. Hans Eicher festgestellt. Der Autor mehrerer Wirtschaftsbücher analysiert in seinem aktuellen Buch „Die geheimen Spielregeln im Verkauf“ (Campus Verlag, ISBN: 3-593-37907-4), wie der Kunde „tickt“ und welche Strategien Verkäufer beherzigen sollten.

Herr Eicher, Sie bezeichnen den bekannten Grundsatz „Der Kunde ist König“ als ein „verhängnisvolles Credo“. Warum?
Verkäufer sollten grundsätzlich versuchen, mit dem Kunden auf Augenhöhe zu kommuni-



Buchautor Hans Eicher rät Verkäufern im Autohandel zu mehr Selbstbewusstsein und genauer Beobachtung des Kundenverhaltens

zieren. Wer den Kunden als König betrachtet, macht sich gleichzeitig zum Knecht. Niemand kauft aber ein Produkt, weil der Verkäufer sich unterwürfig verhält. Derartige Signale nutzen Kunden dann konsequent aus.

Und welches Verhalten empfehlen Sie?
Ein Verkäufer sollte anstreben, bereits beim ersten Kontakt ein gutes Vertrauensverhältnis zum Kunden aufzubauen. Das bedeutet auch, den Kunden in seiner Person und mit seinen Bedürfnissen zu entschlüsseln. Gute Verkäufer gehen dabei vor wie Profiler, Kriminalbeamte, die Täterprofile erstellen: Sie verkaufen nicht produktgetrieben nach einem festen Schema, sondern lassen sich auf den Kunden ein und finden durch gute Fragen heraus, welche Kaufmotive den Kunden antreiben. Kunden senden durch ihr Verhalten vielfältige Signale ihrer Persönlichkeit

aus, die es gilt zu registrieren. Dazu sollten sich die Verkäufer zu Beginn des Gesprächs etwas zurücknehmen.

Den Kunden also vor allem als Person wahr- und ernstnehmen?

Genau. Vorgegebene Typologien und andere Hilfsmittel wirken kontraproduktiv, weil sie etwas über den Menschen stülpen, was er nicht ist. Wer Kunden auf den Königsthron setzt, begreift sich selbst als Diener. Erst wenn der Verkäufer auch sich selbst als Individuum begreift, bekommt er einen Zugang zu den individuellen Wünschen des Kunden.

Gibt es Besonderheiten für die Automobilbranche zu beachten?

Grundsätzlich gelten diese Regeln auch für den Autohandel. Eine besondere Rolle spielt dort jedoch die Rabattthematik. Eine konkrete Empfehlung hierzu: Wenn Kunden mit vermeintlich besseren Preisen der Konkurrenz bluffen, sollten Verkäufer das Angebot ruhig mit dem Argument einfordern, man wolle auch die Details abgleichen. Liegt es tatsächlich unter der eigenen Offerte: Seien Sie ehrlich und empfehlen den Kauf bei der Konkurrenz, verbunden mit dem Angebot, dennoch den günstigen Service im eigenen Haus zu nutzen. Der Kunde versteht die Botschaft – dass sich der Konkurrent die Rabatte über den teureren Service zurückholt – durchaus.

Und welchen Umgang empfehlen Sie mit „schwierigen“ Kunden?

An erster Stelle steht die Überlegung: Woher kommt das schwierige Verhalten? Das kann in der Persönlichkeit des Gegenübers selbst liegen oder private Ursachen haben. Möglicherweise projiziert der Kunde aber auch schlechte Erfahrungen auf sein Gegenüber. Verkäufer sollten diesen Kunden schon Wertschätzung entgegenbringen, sich aber nicht klein machen. Offenheit und direkte Kommunikation funktionieren viel besser, zum Beispiel indem der Verkäufer das Problem konkret anspricht. Er könnte etwa sagen: „Ich glaube, ich kann Sie nicht überzeugen. Helfen Sie mir: Was ist wichtig für Sie? Welches Argument könnte Sie denn überzeugen?“ In der Psychologie sprechen wir davon, „das Problem zu übergeben“. So lockt der Verkäufer auch schwierige Kunden aus der Reserve.

Kalender

• Automobil Freiburg

(09.02. - 11.02.2007)

Das neue Autojahr startet im Februar mit der Freiburger Automesse. Die Aussteller haben ein vielseitiges Programm vorbereitet: eine exklusive Premieren-Vorstellung, Sicherheitstraining des ADAC sowie Probefahrten und Formel-1-Rennsimulationen. Tageskarte: 5 Euro, Öffnungszeiten: Fr 12-24h, Sa-So 10-18h. Weitere Informationen unter www.automobil-freiburg.de.

• Automobil Dresden

(09.03. - 11.03.2007)

Auf dem Dresdener Messegelände zeigen die Aussteller im März die Trends in den Bereichen Automobil, Tuning, Offroad, Zubehör und Hi-Fi.

Tageskarte: 6 Euro, Öffnungszeiten: Fr 10-20 h, Sa-So 10-18 h. Mehr im Internet unter www.automobil-dresden.de.

• AMI Leipzig

(14.04. - 22.04.2007)

Über 450 Aussteller bieten auf der AMI und AMITEC einen umfassenden Überblick über Neuheiten und Entwicklungsstand der Kfz-Branche. Sonderschauen und spektakuläre Aktionen machen die AMI 2007 zum Erlebnis.

Tageskarte: 10 Euro, Abendkarte (ab 15 Uhr): 5,50 Euro, Dauerkarte: 20,50 Euro. Mehr Informationen: www.ami-leipzig.de.

Vorschau

Besserer Überblick mit der Zeitwirtschaft
+++ Opel-Zertifizierung +++ Zukunftstrends
in der Automobilwirtschaft +++

Impressum

Redaktion

drivemedia
Agentur für Corporate Publishing
Springer Transport Media GmbH
Neumarkter Straße 18, 81664 München
Telefon: +49 (0) 89 / 43 72 – 22 38

Redaktion:

Anne Katrin Peters
Christian Ort (verantwort.)

Projektkoordination:

Uta Unkel

Art Direktion:

Dierk Naumann

Druck:

F & W Mediacenter, Kienberg