



EDITORIAL

Liebe Leserin, lieber Leser!

Die allgegenwärtigen Glühweinbuden, Zimtgeruch und Jingle-Bells-Klänge lassen keinen Zweifel: Weihnachten steht unmittelbar bevor, Silvester folgt nur wenig später. Vielleicht finden Sie in den ruhigeren Tagen zwischen den Jahren ein paar Minuten Zeit, um die vergangenen zwölf Monate Revue passieren zu lassen.

Für uns war 2007 ein anstrengendes, aber gutes Jahr. Wir haben unser Team erweitert, um den Arbeitsanforderungen besser gewachsen zu sein und auch den neuen Kunden den erwarteten Service bieten zu können. Außerdem ist auch das Unternehmen ASC gewachsen: Mit der Firma ASC Infolog AG gibt es ein neues Mitglied in der ASC Familie, welches sich voll und ganz dem Betrieb von C/A/R/E im Rechenzentrum widmet. Viele Geschehnisse dieses Jahres haben wir beim Anwendertreffen in Berlin besprochen und den weiteren Weg aufgezeigt. Für mich kann damit 2008 kommen.

Gemeinsam mit allen ASClern wünsche ich Ihnen schöne Festtage mit einigen ruhigen Momenten und einen schwungvollen Start in ein neues Jahr!

Wir sehen uns 2008, Ihr

Christoph Reichert
Vorstand ASC
Automotive Solution Center



EINSTEIGEN IN RICHTUNG ZUKUNFT: ANWENDERTREFFEN 2007 IN BERLIN

Fit für die Zukunft. Bereit für Veränderungen. Gerüstet für künftige Herausforderungen. Diese Thematik zog sich durch die Vorträge des diesjährigen Anwendertreffens in Berlin wie ein roter Faden. ASC wird einige organisatorische Schritte vornehmen, um sich für morgen bereit zu machen. So berichtete Christoph Reichert, Vorstand der ASC AG, in seinem Statusbericht, dass zum Beispiel die Hotlinekapazitäten um 50% aufgestockt werden. Des Weiteren nutzt ASC nun selbst Customer C/A/R/E im Vertrieb und in der Administration, um dem voranschreitenden Wachstum Rechnung zu tragen. „Das Thema der Zukunft ist Kundenkontaktverwaltung, und das muss funktionsübergreifend erfolgen, denn der Kunde taucht ja nicht nur beim Verkauf auf“, fasste Reichert zusammen und meinte damit wohl gleichermaßen ASC selbst als auch die Autohäuser.

Als weiteren Beitrag zur Nutzungsoptimierung von C/A/R/E plant ASC neue unterstüt-

zende Maßnahmen für die Bestandskunden, da momentan nicht überall der volle Umfang der Anwendungen genutzt wird. Außerdem befinden sich Module zur Auftragsdisposition und Werkstattplanung sowie eine Erweiterung von Customer C/A/R/E bei der Verkäuferunterstützung in der Entwicklung.

„Das Thema der Zukunft ist Kundenkontaktverwaltung“

Ebenfalls um die Frage „Wer hat die Nase vorn?“ ging es in der erstmals durchgeführten Podiumsdiskussion. Hierbei betrachteten Personalberaterin Anita Klonaris-Simonian, HR-Consulting, Sabine Tilp, Redakteurin der Zeitschrift Autohaus, Marketingexperte Günter Mainka, Geschäftsführer der Twilight Events Deutschland, und Karl-Heinz Schneider vom Autohaus Bösken die kritischen Faktoren, die ein Unternehmen in Zukunft erfolgreich machen können. Je nach Blickwinkel fielen diese zwar unterschiedlich aus, große Einigkeit herrschte aber bei dem Thema, dass den Mitarbeitern eines Autohauses

+NEWS+++ 2008 droht drastische Erhöhung der Lkw-Maut +++ Bundesverfassungsgericht prüft Videoerfassung von Auto-Kennzeichen
+++ Laut einer Emnid-Umfrage wollen rund 60 Prozent der 1.500 Befragten bei einem Spritpreis ab 1,50 Euro auf das Autofahren verzichten +++

News+++News+++News++

Kfz-Steuerpläne

Die Bundesregierung plant die Umstellung der hubraumbasierten Kfz-Steuer auf emissionsabhängige Steuerklassen. Die neue Steuer soll für alle Neuzulassungen ab dem 1. Januar 2009 gelten. Für „besonders verbrauchsarme Fahrzeuge“ soll es laut Bundesfinanzministerium einen „CO₂-Freibetrag“ bei weniger als 100 Gramm CO₂-Ausstoß pro Kilometer geben. Für Fahrzeuge, die diesen Grenzwert überschreiten, ist ein einheitlicher Steuertarif vorgesehen, der proportional zur Schadstoffemission ansteigt. Die Steuer für die vor dem Stichtag zugelassenen Autos soll sich weiterhin am Hubraum orientieren, aber angehoben und damit der CO₂-Steuer angeglichen werden. Möglich ist auch eine befristete Steuerbefreiung für Euro-5- und Euro-6-Fahrzeuge.

Kritik an den Reformplänen kommt nicht nur von der Umweltorganisation BUND und dem Verkehrsclub Deutschland, die die Pläne für nicht ausreichend halten, sondern auch vom Gelsenkirchener Forschungsinstitut Car, das die CO₂-Steuer als „Blindflug“ ohne nennenswerten Beitrag zum Klimaschutz bezeichnet. Anstelle von Steuervorteilen, die sehr gering sind und so gut wie keinen Anreiz bilden, schlagen die Experten einen Emissionshandel an der Börse vor, der Autohersteller zu einem zukunftsorientiertem Umgang mit der CO₂-Problematik anregt.



Erstmals fand auf dem Anwendertreffen eine Podiumsdiskussion statt: Günter Mainka, Karl-Heinz Schneider, Anita Klonaris-Simonian und Sabine Tilp diskutierten über die Faktoren, mit denen ein Unternehmen „die Nase vorn hat“.



Fortsetzung von Seite 1

große Bedeutung für dessen Erfolg zukommt. So urteilte Karl-Heinz Schneider: „Ein wichtiger Punkt ist die Motivation, sowohl bei der Auswahl neuer Kollegen als auch bei Mitarbeitern, die lange da sind. Es muss ihnen Spaß machen, daran zu arbeiten, Kunden zu binden.“ Als eine Möglichkeit zur Motivation sah Anita Klonaris-Simonian bedarfsgerechte Schulungen der Mitarbeiter: „Man muss herausfinden, ob die Menschen entsprechend ihren Fähigkeiten eingesetzt sind. Denn aus einem Ackergaul kann man kein Rennpferd machen; auch Training hat seine Grenzen.“ Günter Mainka hielt es hierbei für wichtig, beim Thema Kundenbindung nicht nur die Verkäufer zu betrachten. Alle Mitarbeiter tragen

zum Vertrieb bei, indem sie gegenüber dem Kunden als Problemlöser auftreten und ihn ernst nehmen. Außerdem regte er die Zuhörer in der Podiumsdiskussion ebenso wie bei seinem vorhergehenden Vortrag dazu an, über den üblichen Tellerrand hinauszudenken und sich an ungewöhnliche Marketingideen heranzuwagen, um Kunden anzusprechen und auch zu halten. So schlug er beispielsweise vor, Interessenten einen Lottoschein ausfüllen zu lassen, den sie zusammen mit einer Visitenkarte im Autohaus abgeben können. Bei Gewinn wird ihnen dieser vom Autohaus mit einem passenden Begleitschreiben zugeschickt – und das Autohaus füllt zeitgleich seinen qualitativen Datenbestand.

Thomas Röder und Sönke Nickel beim Abarbeiten der Aufgaben während der Trabi-Safari.



Mit rund 50 Trabis sausten die Teilnehmer des Anwendertreffens kreuz und quer durch Berlin.



Welche Lösungen ASC für die künftigen Herausforderungen auf Lager hat, konnten die Teilnehmer des Anwendertreffens in den Fachvorträgen am Mittwochvormittag sowie in den Markenforen erfahren. So zeigte beispielsweise Alexander Richter die Nutzungsmöglichkeiten von Customer C/A/R/E. Diese ermöglichen, einen Kundendatensatz zentral anzulegen, Informationsmaterial per E-Mail direkt aus dem System heraus zu versenden und den zuständigen Verkäufer auf elektronischem Wege über notwendige Aktionen zu informieren – egal über wen der Kunde an das Autohaus herangetreten ist. Ebenfalls funktionsübergreifend arbeitet das Modul „Auftragsdispo-

Mit einem Trabi durch Berlin

sition“, über das beim Anlegen eines Termins beispielsweise automatisch ein Auftrag mit den bisher eingegebenen Positionen in C/A/R/E erzeugt wird. Die Einbindung einer Ressourcenplanung befindet sich derzeit in der Überlegung.

Im Gegensatz zu so vielen Zukunftsvisionen war das Abendprogramm eher von Nostalgie – oder besser Ostalgie – geprägt. Der antialkoholische Aperitif und der Hinweis, man solle seinen Führerschein mitnehmen, ließen erste Ahnungen aufkommen. Als die Busse dann schließlich neben einem Parkplatz mit einer mindestens 50 Fahrzeuge starken Trabi-Flotte anhielten, war die Überraschung dennoch groß. In Vierer-Gruppen je

Trabi, eng verstaubt, ging es – wenn man denn den ersten Gang gefunden und das Anfahren bewältigt hatte – kreuz und quer durch Berlin auf Trabi-Safari. An den Streckenpunkten wie dem Potsdamer Platz, dem Reichstag und dem Holocaust-Mahnmal galt es Aufgaben zu erledigen, wobei jedoch das Fahren des ungewohnten Untersatzes eine der größten Herausforderungen darstellte.

Zur Belohnung warteten hinterher Berliner Weiße, ein Berliner-Spezialitäten-Buffer sowie Orgel-Rieke und Schieber-Maxe, zwei Berliner Originale mit Leierkasten und losem Mundwerk, auf die Trabi-Fahrer. Hier durfte Christoph Reichert auch mal orgeln und bekam hinterher ein Drehorgeldiplom. Das ist ja vielleicht auch was für die Zukunft ...

+NEWS+++ Lkw-Zulassungen nahmen 2007 in Europa um 2,2 Prozent zu +++ EU-Kommission will den Ausbau der europäischen Verkehrswege bis 2013 mit 5,1 Milliarden Euro fördern +++ Euro-Knöllchen kommt vorerst nicht +++ Umweltbundesamt fordert Tempo 120 +++



Vor allem die Schaltung stellte manchen Trabi-Piloten vor eine Herausforderung.



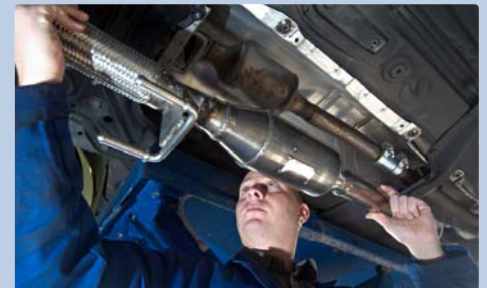
Leierkastenmusik von Schieber-Maxe untermalte das Abendessen.



Erholung nach geschaffter Trabi-Safari bei Berliner Spezialitäten.



News+++News+++News++



Unwirksame Dieselpartikelfilter

In der Debatte um unwirksame Dieselpartikelfilter sprachen sich die Bundesregierung und die Branchenverbände GVA und ZDK für einen kostenlosen Austausch der fehlerhaften Systeme aus. Das Kraftfahrt-Bundesamt hatte in den letzten Wochen über 20 Zulassungen für Filter der Firmen Bosal, GAT und Tenneco/Walker gelöscht. Um die Autobesitzer nicht noch weiter zu verunsichern, sagte die Bundesregierung zu, die Allgemeine Betriebserlaubnis für bereits verbaute fehlerhafte Filtersysteme aufrechtzuhalten und damit den Autofahrern sowohl ihre steuerliche Förderung wie auch die Feinstaubplakette vorerst zu belassen. Bundesumweltminister Siegmund Gabriel mahnte aber einen zügigen Austausch der defekten Systeme an, weil davon auszugehen sei, dass Fahrzeughalter, die ihren unwirksamen Rußpartikelfilter nicht austauschen, zu einem späteren Zeitpunkt die steuerliche Förderung und ihre Feinstaubplakette zurückgeben müssten. Entgegen den Erwartungen der Deutschen Umwelthilfe rechnet der ZDK damit, dass die Autobesitzer mehrheitlich von der Kulanzregelung Gebrauch machen werden, da ein defekter Filter nicht nur die Umwelt belastet, sondern auch den Wert des Autos mindert. Der Austausch werde sich aber über ein Jahr hinziehen. Die Verbände gehen davon aus, dass für 70 Prozent der unwirksamen Dieselpartikelfilter Austauschsysteme auf dem Markt sind. Für die restlichen Fälle sagten die Firmen Bosal, GAT und Tenneco/Walker die zeitnahe Produktion funktionierender Ersatzfilteranlagen zu. Laut den Branchenverbänden seien zwar zuerst einmal die Werkstätten in der Pflicht der Fahrzeughalter, sie könnten aber die entstehenden Kosten über den Handel an die Hersteller weitergeben.

+++NEWS+++ Österreichische Maut-Vignette wird 2008 teurer +++ Schadensregulierung der Kfz-Versicherung ändert sich mit der Einführung des neuen Versicherungsvertragsgesetzes am 1. Januar 2008 +++ 50 Jahre Trabant: über drei Millionen Autos von 1957 bis 1991



ASC-Vorstand Christoph Reichert musste orgeln, während Orgel-Rieke mit Berliner Schnauze Lieder zum Besten gab.



Das Anwendertreffen zeichnete sich wieder durch eine Mischung aus Vorträgen und Gesprächen aus.

Petra vor der Brüggen und Hermann Wetzel ins Gespräch vertieft.



Handel

DER INNERE SCHWEINEHUND

Der promovierte Jurist Marco von Münchhausen beschäftigt sich seit Jahren mit Strategien für mehr Erfolg im Beruf wie im Privatleben. Neben Vorträgen und Seminaren zeigt er auch in seiner Buchreihe, wie man sich mit seinem inneren Schweinehund arrangiert. Sein aktueller Ratgeber heißt „Verkaufen mit dem inneren Schweinehund“.

Herr von Münchhausen, ist der innere Schweinehund etwas, das man bekämpfen muss?

Der innere Schweinehund ist ein sprachliches Bild, eine Metapher für unsere inneren Widerstände. Und dass wir alle einen inneren Schweinehund haben, ist gut, weil wir sonst ohne Warnung in manche Gefahren hineinlaufen oder uns überfordern würden. Der innere Schweinehund hat also auch eine positive Funktion.



Dr. Marco von Münchhausen rät, den inneren Schweinehund an die Hand zu nehmen und ihm zu zeigen, wie gute Gefühle möglich sind.

Aber was tut der innere Schweinehund in uns genau?

Einerseits schützt er uns vor Überforderung, andererseits wehrt er sich gegen Veränderung, dagegen sich zu überwinden, sich aufzuraffen oder durchzuhalten. Damit hält er uns auch von guten Dingen ab, zum Beispiel von einer gesunden Ernährung, mehr Bewegung oder vom überfälligen Entrümpeln. Der Schweinehund sitzt lieber auf dem Sofa mit einer Tüte Chips und sieht fern.

Dann ist er also mächtig in Situationen, in denen wir eigentlich etwas tun sollten, uns aber nicht aufraffen können?

Richtig, und schon beim Wort „sollen“ haben die meisten Menschen negative Assoziationen. Wenn ich meine Arbeit machen soll, ist

das etwas ganz anderes, als wenn ich sage: Ich will jetzt meine Arbeit machen. Wenn sich der Schweinehund bei mir meldet, weiß ich:

„Sich fordern, ohne sich zu überfordern“

Etwas in mir hat erst einmal keine Lust mitzumachen. Und wenn ich die Widerstände erkenne, kann ich sie mir genau anschauen. Es kann ja sein, dass mir der Schweinehund nach einem stressigen Tag sinnvollerweise sagen will: Übertreibe es nicht. Es kann aber auch sein, dass er nur faul ist und verlangt: Ach, heute gehen wir nicht mehr ins Fitness-Studio.

Wie gehe ich dann am besten mit meinem inneren Schweinehund um?

Auf jeden Fall bedarf es der Selbsterkenntnis und das heißt, seine inneren Widerstände und Ängste zu erkennen und zu hinterfragen. Je besser ich sie verstehe, desto besser kann ich im täglichen Leben mit ihnen umgehen, denn dann weiß ich, wo sie lauern, und kann entsprechend handeln. Man kann den inneren Schweinehund nicht unterdrücken oder einsperren. Man kann ihn nur in jeder einzelnen Situation an die Hand nehmen und gemeinsam mit ihm die Hürde überwinden. Das Geheimnis ist: Der innere Schweinehund steht auf gute Gefühle! Und wenn der Schweinehund merkt, dass man beispielsweise durchs Joggen gute Gefühle bekommt, dass etwas Spaß macht, dann ist er dabei. Die Formel ist kurz gesagt: sich fordern, ohne sich zu überfordern.

Welche Schweinehunde tummeln sich bei einem Verkaufsgespräch?

Den Verkäufer quält zum Beispiel die Angst vor einem Nein oder die Angst, nicht perfekt zu sein, die Angst, das Produkt nicht gut genug zu kennen, oder schlicht die Angst vor der Konkurrenz. Kunden hingegen fragen sich: Ist das das richtige Produkt? Ist das zu teuer? Werde ich wirklich ehrlich beraten? Dann sagt der Kunden-Schweinehund: Warte doch noch mal mit dem Kauf. Wenn der Kunde aber merkt, dass der Verkäufer auf die Bedürfnisse des Kunden eingeht, wenn der Verkäufer also den Schweinehund des Kunden gepackt hat, wird der Kauf zu Stande kommen. Je mehr ich die Schweinehunde der Kunden, ihre Ängste und Widerstände kenne, desto besser kann ich als Verkäufer auf sie eingehen. Deswegen rate ich allen Verkäufern, Schulungen zu den Themen Verkaufspsychologie und Rhetorik zu besuchen. Dann klappt's auch mit den Kunden.

Kalender

• REISEN HAMBURG

(06.02.–10.02.2008)

Mehr als 1.000 Aussteller aus über 80 Nationen präsentieren sich auf der Internationalen Ausstellung Tourismus & Caravaning in Hamburg. Im automobilen Bereich warten Pkw, Nutzfahrzeuge, Caravans und Kfz-Zubehör auf die Besucher. Tageskarte: 8,50 Euro. Öffnungszeiten: täglich 10–18 Uhr. Mehr unter: www.hamburg-messe.de.

• AUTOMOBIL Freiburg

(08.02.–10.02.2008)

Mit rund 18.000 Besuchern im Jahr 2007 unterstrich die Neuwagen-Verkaufs- und Informationsausstellung im Breisgau ihren hohen Stellenwert. Auf engem Raum bietet die Messe Übersicht über die automobile Marken- und Modellvielfalt. Tageskarte: 5 Euro, ermäßigt 4 Euro. Öffnungszeiten: Fr. 12–24 Uhr, Sa. + So. 10–18 Uhr. Mehr unter: www.messe.freiburg.de

• auto mobil Dresden

(07.03.–09.03.2008)

Die Fach- und Verkaufsmesse rund ums Auto lockt auch 2008 wieder mit Trends und Neuheiten in den Sparten Automobil, Tuning, Offroad, Zubehör und HiFi. Tageskarte: 6 Euro. Öffnungszeiten: Fr. + Sa. 10–20 Uhr, So. 10–18 Uhr. Mehr unter: www.tmsmessen.de.

Vorschau

Status C/A/R/E Werkstattplaner +++ KER-Meldung in neuem Gewand +++ Marketing im Autohaus: Auf die Idee kommt es an +++

Impressum

Herausgeber

ASC Automotive Solution Center AG
Wolf-Hirth-Str. 10, 71034 Böblingen
Petra vor der Brüggen (V.i.S.d.P.)

Verlag

Springer Transport Media GmbH
Neumarkter Straße 18, 81673 München
Telefon: +49 89 43 72 - 22 38
Springer Transport Media GmbH ist ein Teil der Fachverlagsgruppe Springer Science+Business Media

Projektkoordination / Redaktion

Uta Unkel / Anne Katrin Peters, Frank Selzle

Art Direktion / Grafik

Dierk Naumann / Maximilian Mücher

Druck

F & W Mediocenter
Holzhauser Feld 2, 83361 Kienberg