

Das Kundenmagazin von **AUTOonline**

AUTOonpage

Frühjahr 2009



Autos statt Aktien – alte Eisen mit neuen Perspektiven

Carrera-Interview – kleine Flitzer auf der Überholspur

VALUEpilot – realistische Marktwerte für Fahrzeuge

Abwrackprämie – viel Arbeit für die Presse



Kai Siersleben

Liebe Leser,

anstatt ständig über die Krise zu reden, lassen Sie uns doch mal einen Blick auf die positiven Aspekte werfen:

Die Regierung hatte eine Rettungsidee für die Automobilindustrie: die Abwrackprämie. Die Idee zündete, und so waren Anfang April bereits mehr als eine Million Anträge bei der BAFA eingegangen. Die Verwerter haben derzeit den Hof voll Altmetall und Neu- oder Jahreswagen werden gut verkauft, vor allem im Kleinwagenbereich. Ob diese Maßnahme allerdings die deutsche Wirtschaft ankurbelt? Wir drücken die Daumen! Wie AUTOonline auf die Umweltprämie reagiert, lesen Sie auf Seite 8.

Interessant ist auch, dass „herkömmliche“ Finanzpakete derzeit infrage gestellt werden. Haben Sie sich schon mal Gedanken gemacht, in Autos statt Aktien zu investieren? Finden wir als Autonarren natürlich eine tolle Idee. Mehr zu der Frage „Autos statt Aktien“ lesen Sie ab Seite 16.

AUTOonline hat trotz der momentan schwierigen wirtschaftlichen Umstände wieder einige Erfolge zu verzeichnen. Die Firma expandiert weiter im Ausland. So ist es uns gelungen, gleich „drei Fliegen mit einer Klappe zu schlagen“. Wie? Mit Perjan Pleunis, dem Country Manager für die drei Beneluxländer (Seite 11).

Besonders stolz aber sind alle im Hause AUTOonline über den neuen VALUEpilot. Das Produkt war bereits im vergangenen Jahr in aller Munde. Jetzt ist es uns gelungen, die integrierte WBW-Abfrage noch genauer und marktgerechter zu gestalten. Der VALUEpilot ist bereits schon jetzt – kurz nach der Fertigstellung – bei Kunden im Einsatz. So schnell kann's gehen...

Und Sie wissen ja, dass AUTOonline immer schnell ist. Aus diesem Grund heißt es wohl auch „FLOTT“envermarktung. Lesen Sie, wie sich ein einst kleiner Geschäftsbereich flott vergrößert (Seite 21).

Viel Spaß beim Lesen wünscht

Kai Siersleben

Inhalt

- 04 Sicherheitsgurt**
Geniale Idee rettet Leben.
- 06 VALUEpilot**
Realistische Marktwerte für Fahrzeuge.
- 08 Abwrackprämie**
Aus Schrott mach Geld.
- 10 Flottenvermarktung**
EASYonline macht das Leben leichter.
- 11 Vorstellung Benelux**
Die Expansion geht weiter.
- 12 Interview**
Mit Carrera-Chef Andreas Stadlbauer.
- 15 Automechanika**
Weltleitmesse der Automobilwirtschaft.
- 16 Autos statt Aktien**
Sind Oldtimer die bessere Wertanlage?
- 21 Flottenvermarktung & Homepage Relaunch**
- 22 Neue Mitarbeiter bei AUTOonline & AUTOonline vor Ort**
- 23 AUTOonline worldwide**



Seite 04 Sicherheitsgurt Der Dreipunkt-Sicherheitsgurt feiert runden Geburtstag.



Seite 12 Interview mit Carrera-Chef Andreas Stadlbauer „Wir fahren seit mehr als 40 Jahren umweltfreundlich mit Elektroantrieb!“



Seite 16 Autos statt Aktien Nie waren sie so wertvoll wie heute.



Gurt sei Dank!

Er gehört mittlerweile zum Leben wie Wasser und Seife. Jetzt feiert der Dreipunkt-Sicherheitsgurt runden Geburtstag: Seit 50 Jahren ist dieser lieb gewordene Freund der größte Lebensretter auf den Straßen. Erfunden hat ihn ein Schwede, den heute kaum jemand kennt.

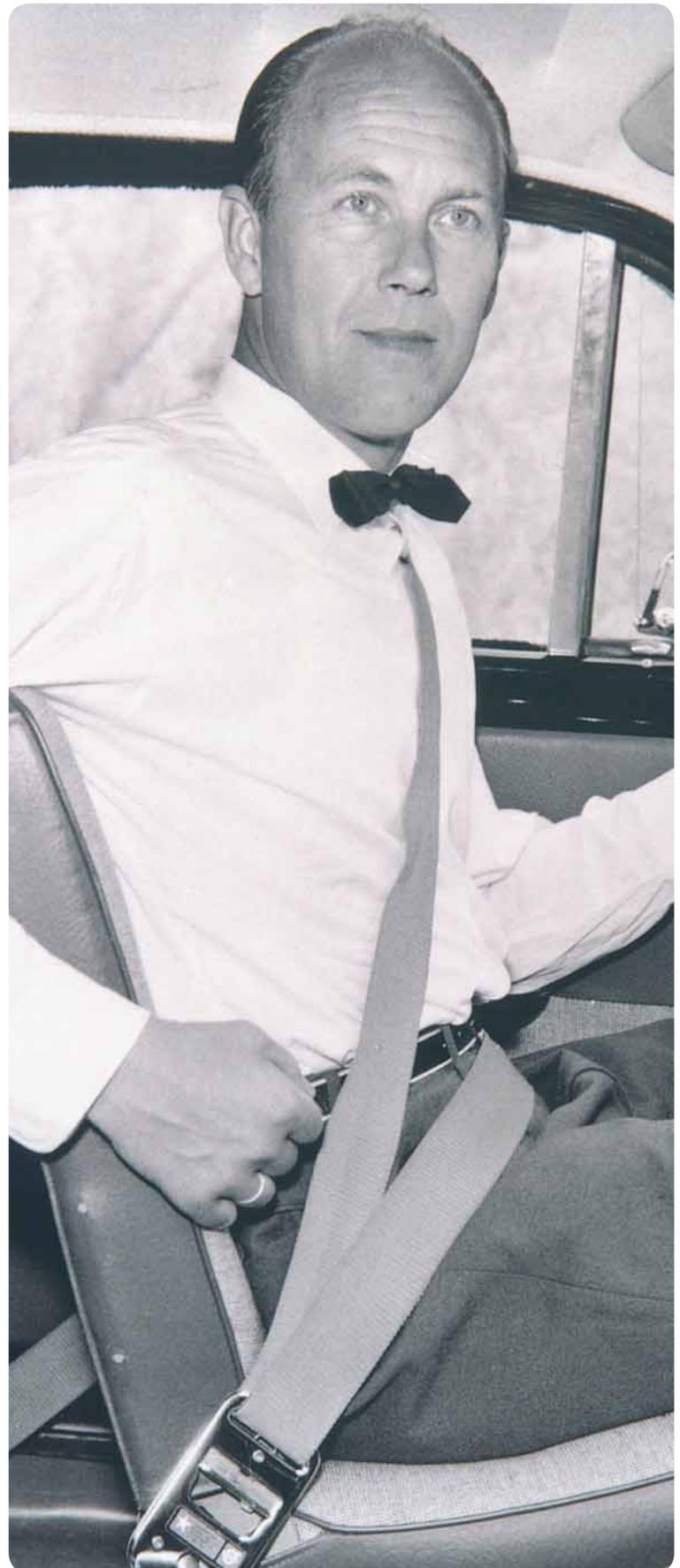
Seine geniale Idee rettet allein in Europa jährlich mehr als 10.000 Menschen das Leben, und doch kennt kaum jemand Nils Bohlin. Nils, wer? Bohlin (1920–2002), Ingenieur der Automarke Volvo, konstruierte den Dreipunkt-Sicherheitsgurt, den der schwedische Hersteller seit nunmehr einem halben Jahrhundert serienmäßig in seine Fahrzeuge einbaut. Wie der Name schon sagt, fixiert der Dreipunktgurt den Körper an drei Stellen, anders als der bis dahin bekannte Zweipunktgurt. Scheinbar eine Kleinigkeit, aber Bohlin revolutionierte damit den Unfallschutz: Bis heute war und ist in der über 120-jährigen Geschichte des Automobils kein anderes Detail wichtiger für die Sicherheit der Insassen, auch nicht der Airbag. Weltweit gibt es keine genauen Statistiken, aber Volvo schätzt, dass Bohlins innovative Erfindung seit den 60er-Jahren das Leben von mehr als einer Million Fahrern und Beifahrern verlängerte und noch viel häufiger die Schwere von Verletzungen reduzierte.

Am 13. August 1959 rollte das erste Modell des PV 544, der sogenannte Buckelvolvo, mit einem Dreipunkt-Sicherheitsgurt aus der Fertigungshalle in Torlanda. Ein kleiner Schritt für den Autobauer, ein großer Schritt für die Menschheit.

Die bahnbrechende neue Erkenntnis von Bohlin beim Gurt: Ober- und Unterkörper der angeschnallten Person müssen jeweils mit einem Brust- und Hüftgurt separat gesichert werden. Dem Ingenieur ging es, wie einem Fußballteam, um drei Punkte. So verläuft der Gurt in V-Form über Becken und Brust, die Verankerung befindet sich in niedriger Position seitlich am Sitz, die Spitze zeigt auch unter Last in Richtung Boden. Ergebnis: Wer angeschnallt ist, erhöht seine Überlebenschance bei Unfällen um 50 Prozent, bei einem Überschlag des Autos sogar um 75 Prozent – auf den Vordersitzen ebenso wie auf der Rückbank.

„Klick – erst gurten, dann starten.“ Was heutzutage im Bewusstsein verankert ist und Fahrern wie Beifahrern wie selbstverständlich von der Hand geht, musste den Deutschen 1976 erst mit diesem Slogan einer aufwendigen Kampagne, Kontrollen und der Einführung der Anschnallpflicht nahegebracht werden. Doch schnallen wollte es trotzdem nicht jeder: Die unverbesserlichen Gurtmuffel argumentierten weiterhin, sie „ließen sich nicht fesseln im Auto“. Die Anschnallquote stieg erst im August 1984 von 60 auf 90 Prozent, mit Einführung eines Bußgelds von 40 Mark für das Fahren ohne Gurt.

Mittlerweile kostet es 30 Euro, nicht angeschnallt im fahrenden Auto erwischt zu werden. Auch deshalb legen heute neun von zehn Fahrern den Sicherheitsgurt an. Dennoch sank 2007 der Anteil der Angeschallten im Vergleich zum Vorjahr um zwei Prozent. Erst im vergangenen November wurden bei Kontrollen in Brandenburg an einem Tag 400 nicht angeschnallte Fahrer erwischt, und in Nordrhein-Westfalen zählte die Polizei binnen zwei Wochen 23.600 gurtlose Pkw-Insassen. Ganz verstummen die Mythen und Vorurteile nie: Der Gurt schränke die Bewegungsfreiheit ein, zerknittere die Kleidung und sei gefährlich, wenn der Fahrer nach einem Unfall im Fahrzeug eingeklemmt ist. Zudem böten Lenkrad und Airbag genug Schutz. Eine Mär, wie Lennart Johansson aus dem Bereich Insassensicherheit bei Volvo sagt: „Der Sicherheitsgurt wird immer überlebenswichtig sein, auch nach 2020. Erst wenn Autos keine Unfälle mehr haben, können wir auf den Gurt verzichten.“



„Nils, wer?“ Der philanthropische Schwede Nils Bohlin, dessen Erfindung mehr als eine Million Menschenleben rettete, ist heute weitgehend unbekannt.



Rechnen + Realität = VALUEpilot

Der neue WBW-Korridor von AUTOonline beinhaltet aktuelle Werte und erlaubt so die realistische Überprüfung von Fahrzeugwerten am Markt.

Am Anfang steht ein großer Krach. Ein Unfall ist passiert, das Fahrzeug ist beschädigt. Danach rollt der Abwicklungskonvoi an: Sachverständige, Versicherungen und Händler treten auf den Plan. Ein Sachverständiger beurteilt den Schaden und muss ein Gutachten erstellen. An diesem Gutachten orientieren sich Versicherungen und Fahrzeugkäufer. Grundlage für dieses Gutachten sowie für die Restwertbestimmung des Fahrzeugs ist stets der aktuelle Wiederbeschaffungswert, der WBW.

Allein die Bestimmung des Wiederbeschaffungswertes ist jedoch eine Wissenschaft für sich. Bisher wurden Fahrzeuge meist schlicht nach ihren Fahrzeugdaten mittels herkömmlicher Fahrzeugbewertungsindizes beurteilt. In letzter Zeit kristallisierte sich jedoch heraus, dass die bisherigen Ermittlungsverfahren nicht mehr zeitgemäß sind und die realistischen Marktwerte nicht adäquat darstellen. Die Problematik in der Automobilindustrie: Fahrzeuge wurden am Markt tendenziell zu hoch bewertet. Bei Finanzierungen führt dies zu großen Problemen, da die Fahrzeuge nicht zu den prognostizierten Preisen wieder veräußert werden können.

Also hat AUTOonline zusammen mit Hochschulen und Versicherungsmathematikern ein Berechnungsverfahren entwickelt, das unter anderem mit Methoden der künstlichen Intelligenz und auf der Basis der AUTOonline-eigenen Historiendatenbank (rund vier Millionen Automobile!) den marktgerechten Zeitwert eines Fahrzeugs erstellt. Doch selbst ausgeklügeltste Berechnungen reichen nicht aus, um einen lebendigen Markt exakt abzubilden.

Also geht AUTOonline einen Schritt weiter. Die theoretischen Berechnungen werden angereichert mit einer Analyse aktueller Angebote auf dem Internetmarkt – „Rechnen + Realität“ sozusagen. Hierzu werden autorisierte Abfragen im aktuellen Angebot der drei führenden Internet-Automärkte autoscout24.de, webmobil24.de und mobile.de durchgeführt. Ausreißer oder Dubletten werden herausgefiltert, um die Durchschnittswerte nicht zu verfälschen. Aus diesen beiden Komponenten – Berechnung und Marktanalyse – wird dann der AUTOonline WBW-Korridor festgelegt, eine Preisspanne, innerhalb derer sich der Wiederbeschaffungswert bewegen wird. Das Besondere daran: AUTOonline ist die bisher einzige Schnittstelle, die diese beiden Komponenten kombiniert. Das macht die Prognosen praxisnah und den WBW-Korridor einzigartig.

Damit dieses komplizierte Verfahren nun ganz einfach anzuwenden ist, hat AUTOonline das Ganze in eine anwenderfreundliche Software verpackt. Hier sind – im Gegensatz zu den aufwändigen Eingaben bisheriger Verfahren – nur Marke, Typ, Laufleistung, Erstzulassung, Motorart, Standort, Hubraum, Anzahl der Türen und Aufbauart einzutragen, und mit einem Klick erscheint wenige Sekunden später der WBW-Korridor mit einer Liste der Vergleichsfahrzeuge. Alles zusammen – Fahrzeugdaten, Vergleichsfahrzeuge und WBW-Korridor – kann dann in einem PDF-Dokument detailliert dargestellt werden. Professioneller Anwender des WBW-Korridors ist seit kurzem Deutschlands größte Sachverständigen-GmbH carexpert. Die Experten in Sachen Autoschäden pflegen mit AUTOonline seit mehr als zehn Jahren eine erfolgreiche Partnerschaft und setzen nun als Vorreiter den neuen WBW-Korridor und andere Neuentwicklungen von AUTOonline ein. Denn der WBW-Korridor ist nur ein Baustein der neuen Produkte von AUTOonline. Zusammen mit der Restwertprognose rundet er das Produkt VALUEpilot ab.

Am Ende zeigt sich also:
Mit dem VALUEpilot verursacht ein großer Krach zumindest ein positives Echo.

Wir haben Sie neugierig gemacht? Dann nix wie ran ans Telefon – unsere Experten beraten Sie gerne:

- Lothar Rabeneik: 0178-282 9581
- Rolf Hammernick: 0160-718 03 01
- Jochen Kohlmann: 0171-304 47 01
- Hans-Dieter Linke: 0163-718 02 72
- Erwin Pfeiffer: 0175-430 72 96



AUTOonline
The Value Experts

AUTOonline WBW-Korridor

Sehr geehrte Damen und Herren,

Abfragedatum: 14.04.2009
 Objekt-Nr.: PKW
 Fahrzeug-Art: PKW
 Hersteller: BMW
 Fahrzeug-Typ: 52SD
 Ausführung: Kombi
 Aufbau: KOMBİ
 Diese Werte wurden unter Berücksichtigung der Erstzulassung, der Laufleistung, der Motorleistung und der Sonderausstattung ermittelt.
 Fahrzeug-Nr.: (die letzten 5 Stellen)
 Erstzulassung: 06.2006
 Laufleistung: 62.256 km
 Motorart: Diesel
 Leistung: 130 kW
 Hubraum in cm³: 5
 Anzahl Türen: 5
 Standort: D 41460
 Aktenzeichen: 741853

Die Basis bilden die AUTOonline-Berechnungsverfahren und die Internetrecherche nach tatsächlich verfügbaren Vergleichsfahrzeugen.

AUTOonline GmbH Informationssysteme
 Kai Benneken (Geschäftsführer)

WBW-Korridor: 25.800 EUR - 28.800 EUR
(inkl. MwSt)

AUTOonline
The Value Experts

PF+Navi+Xenon+PDC+++

25.880,00 EUR (inkl. MwSt)

oder ESSD

25.950,00 Euro (inkl. MwSt)

3 525 d Touring DPF SPORTSITZE LEDER

25.980,00 Euro (inkl. MwSt)

AUTOonline - VALUEpilot.pro 2.0.0.0

AUTOonline
The Value Experts

Fahrzeugdaten:

Fahrzeugart: PKW
 Hersteller: BMW
 Typ / Variante: 52SD
 Motorart: Diesel
 Getriebeart: Alle
 Aufbau: Kombi
 Erstzulassung: 06.2006
 Laufleistung: 62356 km
 Leistung: 130 kW
 Farbe:
 Land / PLZ: D 41460

Ausstattung:

Klimaautomatik
 LederAusstattung
 Navigaton
 Xenon
 Klima (manuell)

Reparaturkosten:

Lohn: 0
 Lackierung: 0
 Ersatzteile: 0

Optionen:

Aktenzeichen: 741853
 PDF-Dateiname:
 XML-Dateiname:
 E-Mail Adresse:
 nur Händlerfahrzeuge
 Daten speichern
 E-Mail versenden

Ergebnis:

Es wurden 24 Fahrzeuge gefunden. 21 / 87,50% MwSt ausweisbar und 3 / 12,50% MwSt nicht ausweisbar.

Ausstattung: Klimaautomatik, LederAusstattung
 Laufleistung: Toleranz 20000 KM(+/-)
 Plz: Suchradius 100 KM
 Erstzulassung: Toleranz 8 Monate(+/-)
 Leistung: Toleranz 10 KW(+/-)

WBW-Korridor: 25.800€ - 28.800€
[Document abrufen](#)

Hersteller	Typ	Leistung (KW)	Motorart	Farbe	Erstzulassung	KM-Stand	Preis	Ausstattung
BMW	525d Touring Automatik+DPF+Navi+Xenon+PDC+++	130	Diesel	Schwarz	01.11.2005 00:00:00	45000	25.880	4-türig, ABS Antiblockiersystem, Alu-Felgen, neu, Klimaautomatik, Metallic, Navigation, P
BMW	525 d Touring Aut. Navi Prof-TV Leder ESSD Alu17 Panor	130	Diesel	Silber	01.02.2006 00:00:00	46875	25.950	Automatik, ABS, Airbag, Beifahrer Airbag, Sc Nebelscheinwerfer, Navigationssystem, We Bordcomputer, elektr. Stabilitätsprog. (ESP)
BMW	525 d Touring DPF SPORTSITZE LEDER	130	Diesel	Grau	01.03.2006 00:00:00	55800	25.980	Schaltgetriebe, ABS, Airbag, Beifahrer Airbag, Navigationssystem, Wegfahrsperre, Klimaa elektr. Stabilitätsprog. (ESP), Rußpartikelfil

Daten erfolgreich übertragen.



Cash trotz Crash!

Die Umwelt- oder Abwrackprämie ist für Besitzer von Unfallfahrzeugen so etwas wie der Stein der Weisen – und AUTOonline hilft dabei, das wertlose Metall schnell zu veredeln.

Am 27. Januar 2009 hat das Bundeskabinett die „Richtlinie zur Förderung des Absatzes von Personenkraftwagen“ beschlossen. Jeder, der seit mindestens einem Jahr Besitzer eines mindestens neun Jahre alten Pkws ist, bekommt 2.500 Euro vom Staat, wenn er sein Altfahrzeug verschrottet und einen umweltfreundlichen Neu- oder Jahreswagen mit Emissionsklasse Euro 4 oder höher kauft.

Für viele Autobesitzer ist das schöne Zauberei. Sie wissen, dass ihr „Altes“ nicht mehr lange fährt oder dürfen ohne Umweltplakette nicht mehr in die Innenstädte. Sie suchen sich ein neues Auto, verwandeln ihre alte Rostlaube in einen Haufen glänzender Münzen und müssen sich nicht einmal um die Verschrottung kümmern. Für Besitzer von Unfallfahrzeugen ist diese Prämie gar ein Geschenk des Himmels. Denn während intakte Altfahrzeuge beim Verkauf noch etwas Geld einbringen können, ist ihr schönes Auto mit einem Knall plötzlich mehr oder weniger wertloser Schrott. Die Abwrackprämie ist da ein kleines Trostpflaster.

Da sich niemand gerne Geldgeschenke entgehen lässt, gab es in den vergangenen Wochen einen riesigen Run auf die Anträge auf Auszahlung der Abwrackprämie – und viel Wirbel um das Thema. Anfang April brach die Internetseite für die elektronische Reservierung unter dem großen Ansturm komplett zusammen, bis zum 2. April war die Zahl der Anträge dennoch auf 1.135.376 gestiegen – viel zu viel für den ursprünglich geplanten Förderrahmen von 1,5 Millionen Euro. Es wurde über eine Reduzierung oder Staffelung der Prämie diskutiert – doch am 6. April einigten sich die Politiker schließlich darauf, den Förderrahmen auf 5 Millionen zu erhöhen und die Höhe der Umweltprämie bei 2.500 Euro zu belassen. Es können also maximal 2 Millionen Fahrzeuge gefördert werden. Das Verfahren ist gleich geblieben: Um den Antrag auf Auszahlung der Umweltprämie beim Bundesamt für Wirtschaft und Ausfuhrkontrolle zu stellen, muss der Kaufvertrag des neuen Fahrzeugs vorgelegt werden. Ausgezahlt wird das Geld, wenn die Zulassung des neuen und Verschrottung des alten Fahrzeugs nachgewiesen

wird. Der Haken an der Sache: Nicht alle Autohändler – und keine privaten Verkäufer – können Schrott in Geld verwandeln. Das heißt: Nur bestimmte Händler sind anerkannte Demontagebetriebe und dürfen den geforderten Verwertungsnachweis für das Fahrzeug erstellen.

Kein Problem für AUTOonline-Kunden. Auf jedem Gebotsblatt für ein Fahrzeug, das älter als neun Jahre ist, wird seit Ende Januar mindestens ein Händler markiert, der einen offiziellen Verwertungsnachweis für die Abwrackprämie erstellen kann. Diese Bieter sind mit einem roten Stempel als „zertifizierter Verwerter“ hervorgehoben. So können auch Sachverständige ihren Kunden einen zusätzlichen Service bieten: Sie können immer mindestens einen Verwerter nennen, der das Fahrzeug direkt vor der Haustür des Besitzers abholt und bar bezahlt.

AUTOonline reicht Fahrzeughaltern also sozusagen den Zauberstab, um Schrott zu Gold zu machen – auch, wenn der echte Stein der Weisen bis heute nicht gefunden wurde.



SV-Büro Mustermann
Kirchplatz 15
D 99999 Musterstadt

AUTOonline
The Value Experts

Verbindliches Kaufangebot

Restwert des Unfallfahrzeuges

Sehr geehrte Damen und Herren,

bei der Ermittlung des Restwertes wurde das Portal AUTOonline genutzt.

Das höchste Kaufangebot beträgt **3.050€** und wurde von der Firma Autohandel Müller abgegeben. Zum Verkauf kontaktieren Sie bitte die Firma unter der unten aufgeführten Telefonnummer.

Ihr Fahrzeug wird **garantiert** kostenfrei vom jetzigen Standort abgeholt und bezahlt. Bitte beachten Sie, dass es für die Garantieleistung auch der Beschreibung im Gutachten entsprechen muss.

Es handelt sich hierbei um ein verbindliches Kaufangebot, welches bis zum **25.07.2009** gültig ist.

AUTOonline GmbH Informationssysteme
Kai Sierleben (Geschäftsführer)



Objekt-Nr.: 1200807033499729
 Hersteller: VW
 Fahrzeug-Typ: GOLF V (1K)
 EZ lt. Fzg.-Schein: 10.1997
 Fahrgestellnummer: 26833
 Standort: D 26441
 Ansprechpartner: Herr Mustermann
 Einstelldatum: 03.07.2008 16h14
 Ablaufdatum: 04.07.2008 15h
 Einstelldauer: 1 Tag
 Anzahl Bilder: 14
 Anzahl der Gebote: 5
 Schaden-/ GA-Nr.: 2708P1402

Das Höchstgebot:

3.050 EUR (incl. MwSt)



Autohandel Mustermann
Tel.: 0211/ 208676;
Fax: 0211/ 208565
Musterstrasse, 56;
D 45232 Düsseldorf;
autohandel@mustermann.de
UStId.: DE231577236
Amtsgericht

Zertifizierter Verwerter = Bei den gekennzeichneten Händlern besteht die Möglichkeit einen Verwertungsnachweis für die Abwrackprämie (2.500 €) zu erhalten.

AUTOonline GmbH Informationssysteme
Hammfelddamm 6 · 41460 Neuss, Tel.: (0 21 31) 71 80-000, Fax: (0 21 31) 71 80-400, E-Mail: info@autoonline.com
Internet: www.autoonline.com · Stadtparkstrasse Neuss, Kto.: Bk 220 616 · BkZ: 305 500 00 · Registergericht: Neuss HRB 8839
Geschäftsführung: Dipl.-Betriebswirt MBA Kai Sierleben

Cash in die Kasse – die Fakten in Kürze

Seit 30. März 2009 kann der Reservierungsantrag für die Umweltprämie nur mit dem Online-Formular „UMP-Neu“ eingereicht werden. Budget: 5 Millionen Euro.
Website: www.ump.bafa.de

Erforderliche Anlage: eine Kopie des Kauf- oder Leasingvertrages oder der verbindlichen Bestellung des Neufahrzeugs im PDF-Format (Dateigröße max. 2 MB). Mit der Absendung des Antrags sichert sich der Antragsteller einen Platz in der Bearbeitungsreihe.

Die Reservierung gilt für sechs Monate. Innerhalb dieses Zeitraumes muss das Altfahrzeug entsorgt und das Neufahrzeug angeschafft sein. Die Prämie wird erst ausgezahlt, wenn die Zulassung des Neufahrzeugs sowie die Verschrottung des Altfahrzeugs erfolgt und nachgewiesen wird.

Weitere Infos: www.bafa.de, Rubrik Wirtschaftsförderung/Umweltprämie

AUTOonline fragt nach:

Immer noch werden vom Bundesgerichtshof Restwertbörsen wie www.autoonline.de als Sondermärkte bezeichnet, da nicht jeder über einen Internetanschluss verfüge. Aber warum kann dann das Bundesamt für Wirtschaft bei Leistungsanspruchnahme der Abwrackprämie ausschließlich das Internet anbieten (s.o.)? **Wir meinen:** Weil das Internet heute eben keinen Sonderbereich mehr darstellt, wie vielleicht noch vor ein paar Jahren.

Täglich wird es von fast jedem von uns genutzt und ist inzwischen ein ganz normaler Bestandteil unseres modernen Lebens.



Flottentransport – ganz EASY

Wie EASYonline das Fuhrparkmanagement leichter macht

Autos sind (im Idealfall) schön oder cool, schnell, schnittig, bequem, sicher, super geräumig oder angenehm klein – wie man es gerade braucht oder mag. Und: Im Grunde sind sie dazu da, um Menschen und Dinge von A nach B zu bringen.

Was, wenn nun das Auto selbst das „Ding“ ist, das transportiert werden muss? Gerade kleine Unternehmen sind hier dankbar für Unterstützung. Kann der Transport von Fahrzeugen über Dritte abgewickelt werden, spart die Firma Zeit und Geld. Kostbare Manpower wird nicht unnötig über Deutschlands Landstraßen geschickt, man bleibt flexibler – und dadurch auch schneller im Alltagsgeschäft. Man muss ja schließlich nicht „alles“ selbst machen und kann sich so auf das Wesentliche konzentrieren.

Das hat sich AUTOonline auch gedacht und macht seinen Kunden nun das Leben noch leichter. Denn: In der EASYonline-Software können deutsche Händler oder Käufer ab sofort den Transport für Fahrzeuge der AUTOonline-Flotte innerhalb Deutschlands gleich dazu buchen.

Und so funktioniert's: Beim Autokauf über die AUTOonline-Software erscheint automatisch ein neuer Button mit dem Link zur „Transportkostenabfrage“. Dort kann ermittelt werden, wie viel der Kunde für einen Transport des Autos bezahlen müsste. Die Berechnung wird angezeigt – und lässt sich in den internen Bemerkungen abspeichern, um sie später erneut aufzurufen.

Hat sich der Käufer dafür entschieden, das Auto ganz unkompliziert antransportieren zu lassen, ohne sich darüber den Kopf zu zerbrechen, wer aus der Firma wann und wie möglichst günstig wohin fahren kann, um das Auto persönlich abzuholen, sind nur noch wenige Klicks nötig – und schon piepst es an verschiedenen Orten in der Mailbox: beim Käufer und Verkäufer, bei AUTOonline und beim AO-Kooperationspartner in Sachen Transporte, der Firma Helf aus Essen.

Termine werden schnell abgestimmt, das Auto wird abgeholt, sicher transportiert – und steht bald vor der Tür des Käufers. Das Leben kann ja so einfach sein...



**Ab Mai steht allen
Flottenkunden dieser
Service zur Verfügung.**

Drei Märkte – eine Herausforderung

AUTOonline's neue Tochter in den Beneluxländern

Die Expansion geht weiter. Nicht nur der Osten ist interessant, auch die Nachbarländer im Westen der Bundesrepublik sind fruchtbarer Boden für Neugeschäfte – auch wenn die jungen Pflänzchen hier und da noch ein bisschen mehr Aufmerksamkeit benötigen.

Nach einer gründlichen Studie des Beneluxmarktes Anfang 2008 beschloss AUTOonline, seine Serviceleistungen in den drei Ländern Belgien, Niederlande und Luxemburg aktiv zu promoten. Im April ging es auch gleich los: Perjan Pleunis eröffnete AUTOonline B.V. mit einem Büro in Maastricht, die am meisten international geprägte Stadt dieser drei Länder. Maastricht liegt außerdem perfekt – mitten im Zentrum der Beneluxländer – und dabei nur eine Autostunde entfernt vom AUTOonline-Hauptsitz in Neuss.

Perjan Pleunis profitiert von seinem Know-how im Neuaufbau von Firmen in den Beneluxländern: Der studierte Betriebswirtschaftler mit Erfahrung im Versicherungswesen erschloss den Beneluxmarkt bereits im Auftrag einer anderen Firma und ist mit Niederländisch, Französisch, Englisch und Deutsch auch sprachlich bestens gerüstet. Unterstützt wird er seit Mai 2008 von Thomas Hermans. Dieser arbeitete bereits viele Jahre im Privat- und Flottenverkauf, kennt sich mit Autos und Service bestens aus und legt sehr viel Wert auf persönliche Kontakte.

Die größte Herausforderung des neuen Offices in Maastricht: In den Beneluxländern hat man es mit drei komplett verschiedenen Märkten zu tun.

Holland ist ein geschlossenes System. Niederländische Versicherer hatten das Agreement getroffen, nur das nationale System zu nutzen und nichts anderes – und AUTOonline passte natürlich nicht in diese Strategie. Dennoch: AUTOonline B.V. tritt in den Niederlanden als offizieller Käufer auf, erkennt als solcher auch deren Regeln an – und findet sich in diesem Markt wunderbar zurecht. Die Versicherer dort können zwar nicht direkt von AUTOonline bedient werden, aber AUTOonline kann seinen eigenen Käufern erstklassige Objekte anbieten. Die Wiederverkäufe werden erfolgreich abgeschlossen, Transport und Erledi-

gung der Papierangelegenheiten stellen keine Probleme dar.

Der Automarkt in Belgien verlangt nach neuen Vertriebskanälen. Da kommt AUTOonline wie gerufen! Besonders die persönliche Beratung wird dort von Händlern wie Versicherern sehr gut angenommen. Sehr zufrieden sind die Kunden mit dem After-Sales Support von AUTOonline – sie müssen nicht mehr mit einer Mailbox kommunizieren, sondern genießen persönlichen Kontakt. Erste Berechnungen zeigen, dass 60 bis 70 Prozent der dort angebotenen Fahrzeuge tatsächlich verkauft werden.

Luxemburg hatte bisher lediglich ein lokales Verkaufssystem. Für Versicherer bietet AUTOonline nun ein sehr viel größeres Bieter Netzwerk – und damit viel bessere Preise. Und: Käufer haben nun die Möglichkeit, auch auf Autos außerhalb von Luxemburg zu bieten. Das Spannende daran: Durch die Öffnung des niederländischen Markts wurde der Zugriff auf Autos möglich, der für Direktkäufer niemals möglich gewesen wäre. Luxemburger Autos sind meist gut ausgestattet und sehr gut in Schuss, die Abwicklung ist einfach, da die meisten Menschen Deutsch sprechen. In Luxemburg hat AUTOonline inzwischen einen Marktanteil von mehr als 50 Prozent erreicht – und exzellente Werte für die Fahrzeuge erzielt.

Fazit: Herausforderung bestanden.





Immer am Drücker

Davon können kleine und große Jungs nur träumen: Andreas Stadlbauer (41) leitet „Carrera“, den bedeutendsten Modellrennbahn-Hersteller im deutschsprachigen Raum. Im Gespräch verrät der Österreicher, warum es nichts Schöneres für ihn geben kann.

AUTOonpage

Unvermeidliche Einstiegsfrage: Wie war das bei Ihnen als Kind? Waren Sie im Besitz einer Carrera-Bahn?

Andreas Stadlbauer

Der Familienbetrieb meines Vaters hatte schon damals mit Spielzeug zu tun. Natürlich führte er auch Carrera im Programm und baute für uns Mitte der 70er-Jahre eine Bahn im Keller auf. Ich erinnere mich noch genau an mein Lieblingsauto: ein BMW Schnitzer in Orange mit Jägermeister-Lackierung. Auch den Martini Porsche fand ich klasse, und der Ferrari von Niki Lauda gehörte natürlich zum Pflichtprogramm eines Österreichers. Es ist interessant, wie prägend die Fahrzeugmodelle und sogar die Werbeaufdrucke von Rennautos aus der Kindheit sind.

Im Februar 1999, als Carrera heruntergewirtschaftet war, haben Sie mit Ihrem Vater die Marke übernommen und zu alter Größe geführt. Was haben Sie verändert?

Die 60er- und 70er-Jahre, teilweise auch noch die 80er-Jahre, waren für Carrera eine sensationelle Zeit: Es gab keine Videospiele, Väter konnten es kaum abwarten, Ihren Söhnen eine Carrera-Bahn zu schenken, um mit ihnen gemeinsam zu spielen. Dann gab es

Managementfehler im Unternehmen und ganz andere Möglichkeiten der Freizeitbeschäftigung für Kinder und Jugendliche. Als wir Carrera übernahmen, beriefen wir erst einmal eine Expertenrunde ein und investierten viel ins Marketing und in die Technik. Die Frage war: Wie können wir die Autos schneller und besser machen?

Das klingt, als wären Sie fast wissenschaftlich an dieses Thema herangegangen?

Ja, so kann man es sagen. Wir sind damals eine Kooperation mit einem Sportautobauer eingegangen. Wir wollten Fahrwerk und Fahrdynamik verbessern, aber auch Trafo und Handregler. Um die Korrosion der Schienen zu testen, gaben wir diese eigens in eine Salznebelanlage. Alles wurde optimiert, sollte aber trotzdem erschwinglich bleiben. Wir stellten schnell fest, dass es viel, viel mehr ist, als einfach nur ein Plastikauto mit Motor herzustellen.

Wie eng arbeiten Sie denn mit den Automobilherstellern und Motorsportteams zusammen?

Unsere Beziehungen zur Branche sind sehr gut und intensiv. Wir stellen bei den Herstellern Anträge auf Lizenzen und bekommen

nach der offiziellen Vorstellung des Autos die Daten und möglichen Farben. Dann folgt ein ständiges Hin und Her zwischen Carrera und der Marke, bis unser Produkt genehmigt ist. Wir zahlen dafür Lizenzgebühren, die unterschiedlich hoch sind – ein Formel-1-Modell ist beispielsweise sehr teuer. Aber wir zahlen die Gebühren gerne, weil wir dann die Gewissheit haben, dass niemand die Modelle kopieren darf. Und die Hersteller freuen sich, dass aus ihren Modellen Carrera-Autos werden.

Bekommen Sie denn auch Einblicke in die Produktion der großen Vorbilder?

Ein besonderes Erlebnis hatten wir vor ein paar Jahren, als wir zeitgleich zur Produktion des Porsche Carrera GT unser Modell produzierten – natürlich unter strengster Geheimhaltung. Bei der offiziellen Vorstellung des Autos bekamen die Pressevertreter eine Carrera-Miniatur des GT als besonderes Gimmick geschenkt.

Oh, das sind bei Carrera-Fans bestimmt gesuchte Sammlerobjekte geworden?

Auf jeden Fall. Bei den Sammlern kommt es immer wieder zu Extremen. Wir haben einmal für den Maserati-Club ein Sondermodell zu einem Jubiläum produziert, eine Designvariante nur für die Clubmitglieder. Ein Carrera-Sammler hat dann später herausgefunden, dass eines der Mitglieder Zahnarzt ist und ließ sich dort einen Termin geben. Als er dann auf dem Behandlungsstuhl saß, der Bohrer bereits surrte, sagte der Sammler, er wäre nur gekommen, um ihm das Maserati-Sondermodell abzukaufen...



Gibt es denn Autos und Marken, die für Carrera nie infrage kommen?

Ich werde immer wieder gefragt, warum Carrera keine Motorräder herstellt. Die Antwort: Es sieht nicht nur dämlich aus, wenn ein Motorrad mit Stützrädern auf der Bahn fährt, es geht auch nicht, weil der Schwerpunkt des Modells zu hoch ist. Das Gewicht wirkt sich sehr stark auf die Fahreigenschaften aus. Deshalb sind bestimmte Autos ungeeignet, wie Geländewagen. Und umge-

kehrt sind Modelle mit einem extrem tiefen Schwerpunkt für die Carrera-Bahn ideal, z. B. der KTM Crossbow oder die Rennautos der Le-Mans-Serie.



Daumen runter für den Erfolg Seit 1963 gibt es Carrera-Bahnen in Deutschland – der Schriftzug ist heute noch identisch, inzwischen feiern die digitalen Rennbahnsysteme große Erfolge.

Sie selbst fahren wahrscheinlich einen Porsche Carrera, oder?

Nein, obwohl ich das vielleicht müsste. Dennoch verstehen wir uns ein bisschen als der kleine Bruder von Porsche – und darauf sind wir stolz. Die heute noch enge Zusammenarbeit mit Porsche entstand vor vielen Jahren bei der Namensgebung des Unternehmens Carrera. Der Legende nach saß der Motorsportchef von Porsche mit dem Erfinder von Carrera zusammen und gab ihm die Erlaubnis, den damals von Porsche benutzten, aber nicht geschützten Begriff für seine Modellrennbahnen zu übernehmen. Deshalb sind auch heute noch die Schriftzüge sehr ähnlich.

Müssen Sie selbst denn ein Autonarr sein, um ein Unternehmen wie Carrera zu leiten?

Die Autoleidenschaft ist mir bereits durch meinen Vater in die Wiege gelegt worden. Ich besitze einen Jaguar E-Type Coupé von 1971, einen Alfa Romeo Spider von 1969 in gewagtem Babyblau, und mein Vater hat einen Morgan Plus Acht. Wenn in diesem Jahr im August in England das 100-jährige Jubiläum von Morgan gefeiert wird, bin ich mit dem Wagen meines Vaters und einem Carrera-Sonderstand dabei. Gelegentlich darf ich meine Vorlieben für bestimmte Autos auch in der Produktion ausleben. So habe ich einen Morgan Aeromax bauen lassen, als absolutes Liebhaberstück. Aber natürlich bin ich nur manchmal Fan, muss das Ganze immer aus betriebswirtschaftlicher Sicht sehen.

Zurzeit sind ja Autos mit umweltfreundlichem Antrieb bzw. sparsame Kleinwagen schwer angesagt. Dieser Trend geht aufgrund der mangelnden Attraktivität der Modelle vermutlich komplett an Carrera vorbei, oder?

In der ganzen Diskussion um den CO₂-Ausstoß und umweltfreundliche Techniken sage ich immer: Ich weiß nicht, was ihr wollt – wir fahren schon seit mehr als 40 Jahren mit Elektroantrieb!

Sie haben vor drei Jahren Ihr Angebot um digitale Rennbahnen erweitert. Wie ist diese Idee angenommen worden?

Sensationell. Wir haben im Jahr 2008 mehr digitale Rennbahnen verkauft als analoge. Der Grund: Die digitale Variante ist durch Spurwechsel, Überholmanöver und taktisches Fahren näher am Motorsport dran. Durch die digitalen Bahnen haben wir unsere Zielgruppen erweitert, ohne unsere Klassiker zu vernachlässigen.

Geht die Krise der Automobilhersteller denn komplett an Carrera vorbei?

Es ist interessant: Wir verzeichneten im Januar und Februar 2009 ein Plus von 20 Prozent zum Vorjahr. Das Auto ist der liebste Freund des Mannes. Deshalb vermute ich, dass die Menschen, wenn sie nicht in große Dinge investieren können, sich die kleinen Freuden des Lebens gönnen wie eine Carrera-Bahn. Zudem zeigt die Erfahrung, dass Eltern bei ihren Kindern nicht sparen – und wahrscheinlich auch nicht beim Kind im Manne...

Wie viele Mitarbeiter braucht es denn, um ein Modell zu entwickeln?

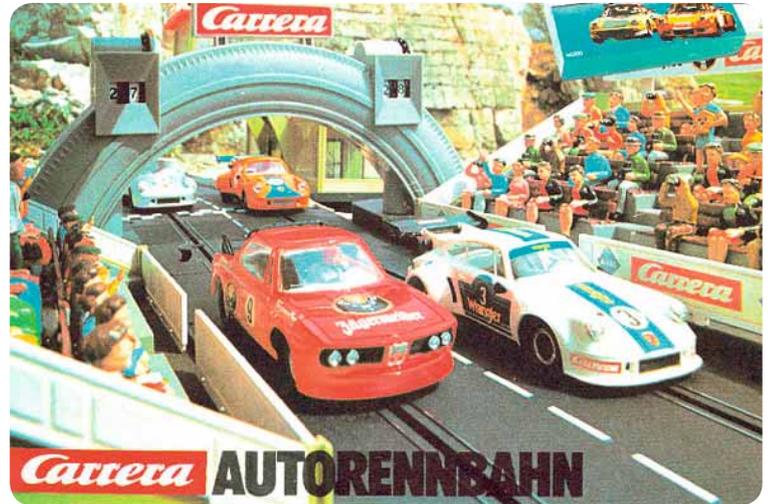
Wir haben ein schlankes, aber schlagkräftiges Team. An der Entwicklung und Vermarktung eines Modells arbeiten 20 bis 25 Personen mit. Und um ein Carrera-Set fertigzustellen, sind 10.000 Handgriffe notwendig. Für die Bedruckung der Fahrzeuge sind fast 1.000 Druckvorgänge notwendig – der größte Aufwand bei der Produktion.

Gibt es denn den Traumjob Testfahrer bei Carrera?

Ja, den gibt es wirklich. Unser Mann kommt aus dem Autozulieferbereich. Er sagt, dass er jeden Tag mit leuchtenden Augen ins Büro kommt und mit leuchtenden Augen wieder nach Hause geht.

Haben Sie denn unterschiedliche Vorlieben oder Fahrweisen zwischen Carrera-Enthusiasten aus Deutschland und Österreich ausgemacht?

Nein, die gibt es nicht. Wenn Österreicher und Deutsche gegeneinanderfahren, sind es leidenschaftliche Duelle. Der einzige Unterschied: Der amtierende Carrera-Weltmeister stammt aus Österreich...



Mythos Carrera – vom Imperium zur Pleite und zurück

Wie ein österreichischer Spielzeughersteller die Traditionsmarke wieder in die Spur setzte

Wer von einem Papiertaschentuch spricht, sagt wie selbstverständlich „Tempo“. Nuss-Nugat-Creme wird landläufig als „Nutella“ bezeichnet und gelbe Brause heißt „Fanta“, auch wenn es sich um andere Marken handelt. Es gibt nicht viele Produkte, die so bekannt und berühmt sind, dass ihre Namen für ein ganzes Genre stehen. Nicht fehlen darf in dieser Aufzählung „Carrera“. Eine Miniatur-Modellrennbahn ist bei uns immer eine „Carrera-Bahn“. Das bestätigen die Zahlen: Im deutschsprachigen Raum liegt der Marktanteil von Carrera bei 94 Prozent.

Firmengründer Hermann Neuhierl kreierte 1963 in Nürnberg die Modellrennbahn mit schlitzegeführten Elektroautos. Den Namen dafür borgte er sich bei Autohersteller Porsche (siehe Interview) – Carrera war geboren. „Experten fahren Carrera“, hieß lange Jahre ein Werbeslogan des Unternehmens. Und tatsächlich hängte Carrera die aufkommende Konkurrenz ab, erreichte in den 70er-Jahren einen Marktanteil von 70 Prozent. Dennoch folgte 1985 der Absturz: Der Branchenriese ging Konkurs. Es folgte ein Schlingerkurs über viele Jahre, Unternehmen und Autos befanden sich in einem desaströsen Zustand.

Bis 1999 die Stadlbauer-Gruppe, eine Spielwarenfirma mit Sitz in Salzburg, die am Boden liegende Traditionsmarke übernahm – und zu neuem Glanz führte. Heute verkaufen Dieter Stadlbauer und sein Sohn Andreas von der in China produzierten Ware zirka eine Million Sets und 2,4 Millionen Fahrzeuge im Jahr. Mittlerweile beherrscht Carrera nicht nur den deutschsprachigen Raum, sondern beliefert 40 Länder weltweit und gründete in den USA eine Tochtergesellschaft. Kein leichtes Unterfangen, denn, hierzulande kaum zu glauben: Im Ausland muss die Marke behutsam eingeführt werden, weil kaum jemand Carrera kennt.

Mit High-Speeeed in die Kurve

AUTOonline auf der
Automechanika 2008 in Frankfurt

Die Automechanika in Frankfurt ist die führende Weltleitmesse der Automobilwirtschaft. In ihrer 20. Ausgabe, vom 16. bis 19. September 2008, hat sie mit 161.000 Besuchern aus insgesamt 146 Nationen und 4.471 Ausstellern aus 80 Ländern neue Spitzenwerte erreicht.

„Speeed“ war dieses Jahr das Motto des Messeauftritts von AUTOonline. Der große Messestand wurde im brandneuen Corporate Design quasi mit Blaulicht fast direkt aus den Produktionsstudios auf die Messe geschafft und bot die perfekte Plattform für viele, viele, interessante Gespräche. Denn: Es war nicht nur ein Messestand, es war eine Rennbahn. Vor einer voll ausgestatteten Werkzeugwand war eine riesige Carrera-Autorennbahn aufgebaut. Und da auch Geschäftsleute schlichtweg große Jungs sind, freuten sich alle Besucher aus dem In- und Ausland, zwischen all den Fachgesprächen einfach mal ein bisschen Spaß zu tanken und die Renner flitzen zu lassen.

Ein kleines Rennen zwischendurch lenkt ab vom Messealltag, räumt den Kopf frei für neue Ideen und macht auch das Kontaktknüpfen viel einfacher und unterhaltsamer – vor allem bei so viel internationalem Publikum. AUTOonline freute sich nämlich besonders darüber, dass sehr viele Kunden aus dem Ausland und internationale Manager den Weg zum Stand gefunden hatten. Man kam schnell ins Gespräch – durch die Präsenz der AUTOonline-Tochtergesellschaften gab es ohnehin ausreichend Stoff für interessante Unterhaltungen – und so war der AUTOonline-Stand die ideale Werkstatt für internationale Netzwerke.

Doch es wurde nicht nur gespielt, sondern auch gearbeitet. Natürlich war Schnelligkeit das Leitmotiv der auf der Messe vorgestellten neuen AUTOonline-Produkte: der VALUEpilot etwa, mit dem in Sekundenschnelle Wiederbeschaffungswerte und Restwertprognosen berechnet werden können. Die neuen Gebotsblätter wurden präsentiert, außerdem konnte man sich über die neuesten Updates von VALUEonline und EASYonline informieren.



Automechanika
16.–19. September 2008
in Frankfurt

161.000 Besucher
4.471 Aussteller
146 Nationen

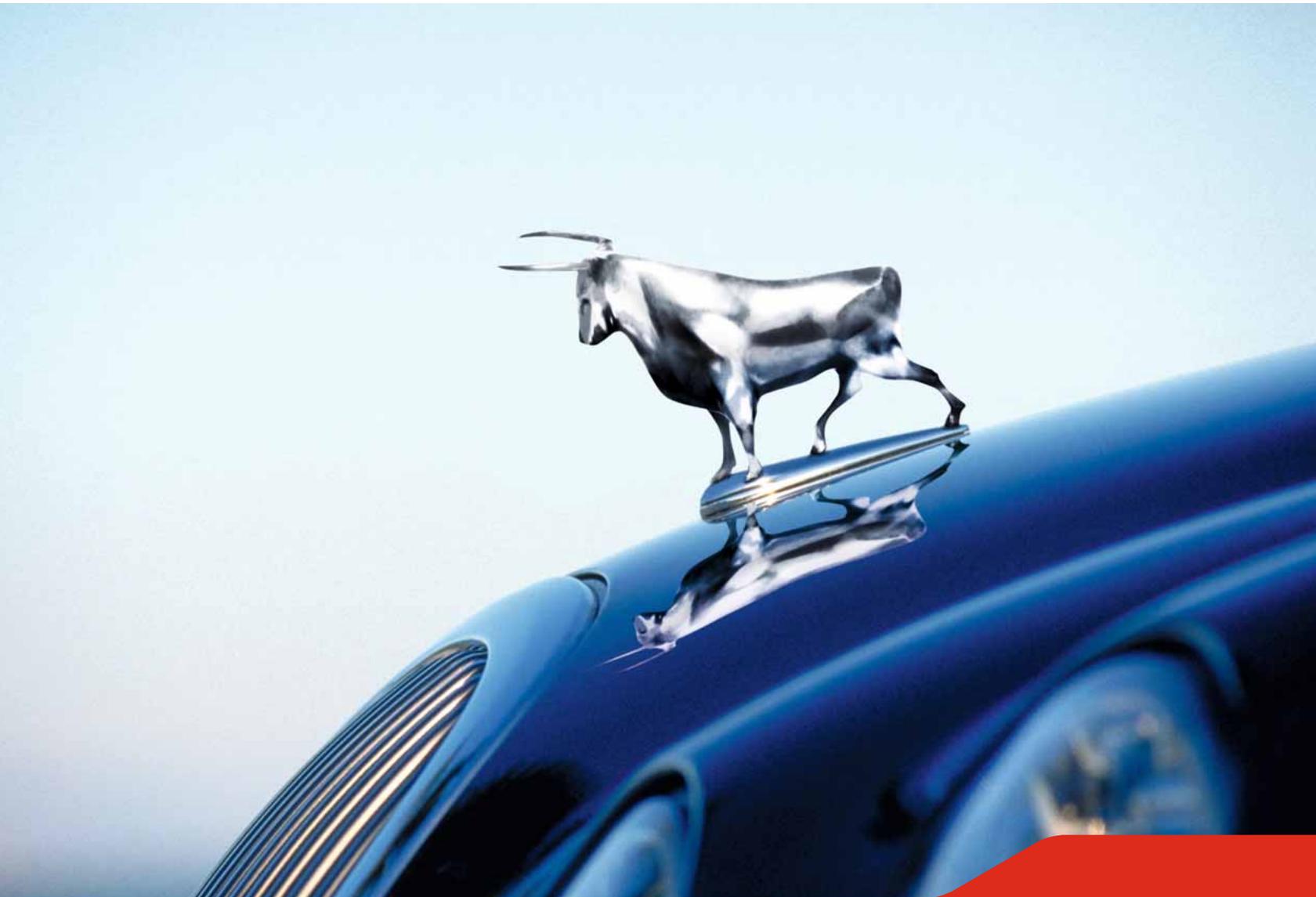
Da man mit entsprechender Geschwindigkeit auch schnell in der Zukunft landet, hat AUTOonline bereits eine momentan noch futuristische Technologie für sich entdeckt: Eyetracking. In einigen Jahren wird es den Usern vielleicht möglich sein, sich lediglich per Augenbewegungen – ohne Maus und Tastatur – alle Autoangebote anzusehen und Fahrzeuge per Spracheingabe einzustellen. Ein Prototyp dieser Anwendung konnte auf der Automechanika bereits ausprobiert werden.

Die Messe war für AUTOonline auf jeden Fall einmal mehr eine gute Gelegenheit, das Erfolgsgeheimnis – Schnelligkeit und Innovation – in allen Dimensionen zu präsentieren.

Es hat wie jedes Mal viel Spaß gemacht.



Spaß und Arbeit auf dem Stand von AUTOonline:
Herr Gerhard Deuter (Allianz), Herr Robert Seyfferth (Allianz),
N. N., Herr Kai Müller (AO), Herr Kai Siersleben (AO) (v. re. n. li.).



Autos statt Aktien

Alte Eisen mit neuen Perspektiven. Faszination Oldtimer: Sie stammen aus einer Zeit, als Automobile noch Charme hatten. Und wer es richtig anstellt, kauft neben jeder Menge Fahrspaß auch noch eine Wertanlage für später. Sind alte Autos in unsicheren Zeiten die besseren Aktien?

Elegantes Design, wegweisende Technik, Sicherheitskarosserie und ein tolles Fahrgefühl – die Modelle 230 SL, 250 SL und 280 SL von Mercedes galten schon als Klassiker, noch bevor sie das Werk verließen. Das lässt sich nicht über viele Autos sagen. Zwischen 1963 und 1971 baute der Stuttgarter Konzern knapp 50.000 Exemplare dieser Baureihe, ein Sportwagen, der aufgrund der ungewöhnlich zur Fahrzeugmitte gewölbten Dachform den Spitznamen „Pagode“ erhielt. Der SL war als zweisitziges Cabriolet mit Faltdach konzipiert, wurde auch mit Hardtop und mit vier Sitzen als Coupé angeboten. Das Auto darf ohne Wenn und Aber als Stilikone bezeichnet werden – John Lennon fuhr eine Pagode, Audrey Hepburn und Priscilla Presley ebenfalls.

Interessenten gab es schon immer für dieses edle Fahrzeug. Aber während so ein Mercedes vor 25 Jahren einfach ein altes Auto war, stiegen Nachfrage und Preise dafür in den vergangenen zehn bis fünfzehn Jahren stetig, zum Teil exorbitant an. Noch 1993 wechselte ein SL-Modell für ca. 30.000 D-Mark den Besitzer, zehn Jahre später verdoppelte sich der Kaufpreis bereits, und heute erzielen Pagoden im guten Zustand 45.000 bis 50.000, im Topzustand sogar durchaus Preise von 70.000 Euro.

Der Markt für Klassiker boomt, aus der einstigen Liebhaberszene ist mittlerweile ein riesiger Wirtschaftszweig geworden. „Menschen, die heute zwischen 45 und 65 Jahre alt sind, erinnern sich bei den schönen, alten Autos an den Wagen ihrer Eltern oder an ihre ersten Fahrstunden“, sagt Manfred Groß, Oldtimer-Experte beim ADAC. Aktuell sind ungefähr 285.000 Fahrzeuge mit historischen Kennzeichen (Mindestalter 30 Jahre) angemeldet, Tendenz steigend. Die Zuwachsraten der Branche liegen bei zehn Prozent pro Jahr, die jährlich in Essen stattfindende Techno-Classica, die weltweit größte Oldtimer-Messe und ein Eldorado für Liebhaber alter Autos, zählte zuletzt mehr als 150.000 Besucher.

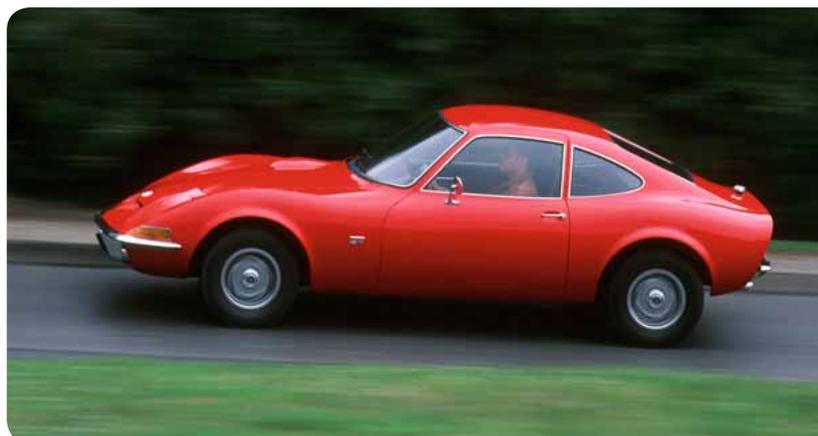
Ob begehrte Sammlerobjekte wie Sportwagenlegende Porsche 956 A (50.000 bis 100.000 Euro), erschwingliche Modelle wie ein BMW der 02-Reihe (ca. 6.000 Euro), das erste Golf Cabriolet aus dem Jahre 1973 oder selbst einstige Prollscheudern wie Ford Capri oder Opel GT – der Anblick alter Blechhéroen im außergewöhnlichen Design erinnert an vermeintlich bessere Zeiten und lässt nicht nur das Herz aufgehen, sondern inzwischen auch das Portemonnaie. „Was einzelne Fahrzeuge vor zehn, fünfzehn Jahren in D-Mark gekostet haben, sind sie inzwischen in Euro wert, mindestens“, sagt Manfred Groß. Natürlich nur dann, wenn man damals den „richtigen Riecher“ hatte. Wie beim Fiat Cinquecento, der zwischen 1957 und 1975 millionenfach als Muttis Einkaufshilfe bzw. Liebling der Studentinnen produzierten Knutschkugel mit Klappschiebedach. Noch vor zehn Jahren war er für 2.000 D-Mark zu haben. Heute muss ein Interessent für so ein rollendes Überraschungsei schon 3.000, eher 5.000 Euro und mehr bezahlen.



BMW 1600er Nein, dieses Modell fuhr nicht für die Post... Mit der 02-Reihe startete BMW 1966 die Erfolgsstory der kompakten sportlichen Limousinen.



VW Käfer 1200 Cabriolet Ein Evergreen – und wenn das Dach endlich zusammengeklappt ist, kann irgendwann auch das Oben-ohne-Vergnügen beginnen.



Opel GT „Nur fliegen ist schöner“, versprach Opel Anfang der 70er-Jahre in der Werbung für den GT. Besonderheit: die Klappscheinwerfer, auch „Schlafaugen“ genannt.

Kein Einzelfall. Wer also seit Jahren seinen Fiat 500 in der Garage stehen hatte, kann ihn jetzt rausholen, im Ist-Zustand verkaufen oder herrichten und selber genießen.

Da wirft sich unweigerlich die Frage auf: Sind Autos von gestern bessere Spekulationsobjekte als Aktien? Sollte man sich heute ein halbes Dutzend Smarts oder drei, vier MX-5 von Mazda kaufen, um sie in zwanzig Jahren mit viel Gewinn wieder zu verkaufen? „Sicher, wer vor fünf Jahren vor der Wahl stand, 100.000 Euro in Aktien oder in Oldtimern zu investieren, traf mit Autos die bessere Wahl. Nur: Das heißt nicht automatisch, dass es immer wieder so sein wird“, sagt Experte Groß und ergänzt: „Oldtimer sind ein schönes Hobby, bei dem jeder mitspielen kann – als Geldanlage oder Altersversorgung sind solche Autos aber doch eher ungeeignet.“ Denn anders als bei dem eingangs erwähnten Musterbeispiel Mercedes Pagode liegt bei den meisten Oldies der Wertzuwachs nur geringfügig über dem Kaufkraftverlust der Währung. Schließlich muss so eine Moblie, auch wenn sie nur ruht, immer wieder auf Vordermann gebracht werden – und das kann kosten.

Grundsätzlich sollte sich der Interessierte vor dem Kauf fragen, ob er den Wagen fahren oder wegstellen will. Als Wertanlage kann ein neuwertiges Auto mit wenigen Kilometern auf dem Tacho funktionieren, das möglichst in kleiner Stückzahl gebaut wurde, z. B. ein Porsche Boxster. Der muss natürlich unter optimalen klimatischen Bedingungen eingelagert, versichert und immer wieder inspiziert werden. Auf einen Wertzuwachs zehn Jahre später kann der Besitzer spekulieren, sofern das Modell dann unter Liebhabern gefragt ist. Wer vorher verkaufen muss, zahlt meist drauf.



BMW Z1 8.000 Exemplare produzierten die Münchner zwischen 1989 und 1991. Innovation: Per Zahnriemen versenkt der Fahrer die Türen des Z1 in den Seitenschwellern.

Eine andere Möglichkeit ist es, sich ein Modell zuzulegen, das bereits ein Klassiker ist. Spaß können Freunde alter Autos mit einem günstigen Opel Rekord aus den 60er-Jahren haben. Soll es gleichzeitig der – spekulativen – Geldanlage dienen, wird man aber in der Preiskategorie deutlich oberhalb von 50.000 Euro einsteigen müssen. Viel entscheidender: Potenzielle Käufer sollten das richtige Gespür haben bei Modellauswahl und die Qualität der angebotenen Exemplare zuverlässig einschätzen können. Vermeintliche „Schnäppchen“ erweisen sich recht häufig als rollende Bastelbude. Wirklich gute Autos zu finden, die nicht übersteuert sind, erfordert profunde Kenntnisse des Marktes.



Mercedes SL „Pagode“ Der Designklassiker ist nicht nur optisch ein Hochgenuss. Der Sportwagen vereint auch Geschwindigkeit, Sicherheit und Fahrspaß.

Hinzu kommt, dass es bei einem emotionalen Thema wie Oldtimern schwierig ist für den Interessenten, einen kühlen Kopf zu bewahren. Was vor bösen Überraschungen schützt, sind eine lückenlose Historie mit Dokumentationen früherer Restaurierungen und eine Begutachtung durch einen Markenspezialisten, der das Modell in- und auswendig kennt.

Die Vermutung liegt nahe, dass in kleiner Auflage produzierte Sport-Cabriolets namhafter Marken in vielen Jahren gesucht sein könnten – aber bis dahin ist viel Geld geflossen an Unterhaltskosten und vor allem für Werkstattbesuche und teilweise schwer auffindbare Einzelteile. Die Wahrscheinlichkeit, ein Modell mit hohem Wertzuwachs zu finden, ist niedriger als die Gewinnchancen beim Roulette. Deshalb, so Manfred Groß, sollten gerade für Einsteiger andere Dinge im Vordergrund stehen, wenn sie mit der Anschaffung eines Oldies liebäugeln: Wichtig sind Fahrspaß, eine überschaubare Technik und vor allem eine funktionierende Ersatzteilversorgung. Hier liegt nicht falsch, wer sich für einen eleganten Mercedes-Klassiker, einen englischen Roadster oder ein VW Käfer Cabriolet entscheidet.

„Es gab aber auch zu jeder Zeit unterschätzte Alltagsautos, die später gesucht wurden“, sagt Manfred Groß, der selbst Autos besitzt wie ein Mercedes 220 SE Coupé aus dem Jahr 1958 und einen Opel Manta A von 1974. Zu den Geheimtipps, die noch ihrer Entdeckung harren, gehören u. a. die Porsche Cabriolets der damals ungeliebten Baureihen 924, 944 und 968, der Design- und Technikmeilenstein NSU Ro 80 oder der Z1, von dem BMW bis Anfang der 90er-Jahre 8.000 Stück baute. Solche Fahrzeuge sind zwar keine Wertobjekte, dafür können Käufer damit kein Geld verbrennen und halbwegs sorgenfrei in die Werkstatt fahren, ohne gleich pleite zu gehen. Diese Autos versprechen ohne Wertzuwachs jede Menge Fahrspaß – das kann man von einer Aktie oder einem Bausparvertrag nicht unbedingt behaupten...



Porsche 356 A Cabriolet In seiner aerodynamischen Linienführung erinnert er an die Berlin-Rom-Wagen von 1939.

Preisentwicklungen* der letzten fünfzehn Jahre:

Mercedes SL „Pagode“, produziert von 1963 bis 1971.

1993: 15.000 €
2003: 24.000 €
2008: 35.000 €

Porsche 356 A als Cabriolet, produziert von 1948 bis 1965.

1993: 28.000 €
2003: 33.000 €
2008: 43.000 €

BMW 1600er, 02-Baureihe, produziert von 1966 bis 1975.

1993: 1.800 €
2003: 2.500 €
2008: 5.000 €

Fiat 500, produziert von 1957 bis 1975.

1993: 1.200 €
2003: 3.000 €
2008: 4.000 €

VW Käfer 1200 Cabriolet, produziert von 1954 bis 1965.

1993: 6.000 €
2003: 10.000 €
2008: 11.500 €

BMW Z1, produziert von 1989 bis 1991.

1993: 35.000 €
2003: 35.000 €
2008: 25.000 €

Opel GT, produziert von 1968 bis 1973.

1993: 6.000 €
2003: 6.000 €
2008: 8.000 €

NSU Ro 80, produziert von 1967 bis 1977.

1993: 3.500 €
2003: 4.000 €
2008: 4.500 €

VW Golf I Cabrio, produziert von 1979 bis 1993.

1993: 5.000 €
2003: 5.000 €
2008: 3.500 €

*Alle Preise stellen Anhaltspunkte dar und beziehen sich auf Autos in gutem Erhaltungszustand, ohne gravierende Mängel und ohne Durchrostung – entsprechend Oldtimer-Klassifikation Erhaltungszustand „3“ (Bandbreite ist 1–5). Angaben in Euro. Quelle: ADAC.



Fiat 500 Knuddelig wie ein Hundebaby und nur ein kleines bisschen größer als ein Spielzeugauto: Muttis Liebling in den 60er-Jahren.



Porsche 356 A Cabriolet Im April 1965 endete die Produktion der Baureihe 356; 76.302 Wagen wurden gebaut.



NSU Ro 80 Limousine der gehobenen Klasse Ende der 60er-Jahre vom deutschen Automobil-Hersteller NeckarSUIm.

So haben Sie Freude am Hobby Oldtimer. 4 Tipps für Einsteiger

Experten sprechen bei einem Mindestalter von 20 Jahren von einem Oldtimer – exakt definiert ist der Begriff aber nicht.

Versicherungen: Oldtimer-Versicherungen gibt es ab einem Fahrzeugalter von 20 Jahren. Ein historisches Kennzeichen mit niedrigerem Steuersatz können Halter erst bekommen, wenn ihr Fahrzeug älter ist als 30 Jahre. Die Basisinformationen für Zulassung und Versicherung haben die ADAC-Experten übersichtlich auf ihrer Internetseite (www.adac.de/oldtimer) zusammengestellt.

Kauf: Wenn der schöne Schein trügt – Klassiker, die auf den ersten Blick hervorragend aussehen, können schon nach einigen Kilometern zusammenbrechen. Beim Kauf eines Oldies sollten Sie unbedingt einen Experten dabei haben.

In seriösen Inseraten sind Erhaltungszustand bzw. Restaurationsgrad angegeben. Die Skala reicht von 1 (Topzustand) bis 5 (stark restaurierungsbedürftig).

Schrauberqualitäten: Der Do-it-yourself-Anteil des Besitzers sollte entwicklungsfähig sein – ansonsten ist ein Oldtimer auf Dauer unbezahlbar, wenn der Halter für jede Kleinigkeit in die Werkstatt muss.

Infos: Um das richtige Modell für sich zu finden, sollten Sie über einen Zeitraum von einem Jahr die monatlichen Fachzeitschriften „Oldtimer-Markt“ und „Motor Klassik“ verfolgen. Darin gibt es auch jede Menge Veranstaltungshinweise, wo Sie Kontakte knüpfen können. Ein Besuch der Oldtimer-Messe „Techno-Classica“ in Essen gehört zu den Pflichtterminen.

Wie Kroymans seine Inzahlungnahmen ganz „flott“ über die AUTOonline-Flotte vermarktet. Am 24. 03. 2009 meldeten die 15 deutschen Autohäuser der Kroymans-Gruppe Insolvenz an. Nach dieser Nachricht musste alles ganz schnell gehen: Der Insolvenzverwalter wurde bestellt, eine Bestandsaufnahme erfolgte. Was aber tun mit all den Inzahlungnahmen? Da hatte der zuständige Insolvenzverwalter Dr. Andres die passende Antwort: „Ab in die Flottenbörse von AUTOonline und schon haben Sie eine Sorge weniger.“ Nun kümmert sich die AUTOonline Flottenvermarktung um den Verkauf aller in Zahlung genommenen Fahrzeuge. Dr. Andres ist überzeugt, auf diese Weise die entsprechenden Fahrzeuge der niederländischen Autohandelsgruppe gewinnbringend, schnell und revisionssicher zu vermarkten.



Und Cut! Nein, AUTOonline dreht keinen Film, sondern hat einen neuen Partner und eine neue

Schnittstelle: Hiepler und Partner. Die Hiepler + Partner Unternehmensberatung ist seit 1996 auf die Optimierung der Organisation betriebswirtschaftlicher Prozesse von Leasinggesellschaften, gewerblichen Fuhrparkbetreibern und Dienstleistern im Flottengeschäft spezialisiert.

Mit den eigens entwickelten und leicht individualisierbaren Softwarelösungen Fleet+ und Lease+ werden sämtliche administrativen Vorgänge transparenter und effizienter gestaltet – und dies mittlerweile bei über 150.000 Fahrzeugen. Die neue, voll integrierte Schnittstelle mit dem Partner AUTOonline wurde gerade erst in Betrieb genommen. Für die Kunden von Hiepler und Partner bedeutet dies eine elegante und automatisierte Fahrzeugvermarktung über die branchenführende Software-Lösung Fleet+.

Ein toller Service also! Für AUTOonline bedeutet diese Partnerschaft viele neue attraktive Fahrzeuge in der Onlinebörse. Wie gesagt – mit AUTOonline gewinnt jeder!

Wir können auch anders! Inkasso, internationaler Handel und Forderungsmanagement. Seit Anfang 2009 hat AUTOonline einen neuen Kunden. Die Hansa Automobil Leasing GmbH. Als Mobilitätsspezialist berät diese umfassend und professionell ihre Kunden rund um das Thema Leasing und Fuhrparkmanagement.

Bei über 100.000 erfassten „Fahrzeug-Lebensläufen“ und fast 40 Jahren praktischer Erfahrung mit gewerblich genutzten Kraftfahrzeugen setzt die Hansa Standards in der Dienstleistungsqualität. Die Zusammenarbeit mit AUTOonline geht jedoch über den reinen Flottenvermarktungsservice hinaus: Hansa Automobil Leasing nimmt auch weitere Flottenservices in Anspruch, wie Inkasso, internationalen Handel und Forderungsmanagement. Ein gutes Beispiel dafür, dass AUTOonline ein „Rundum-sorglos-Paket“ ist.

AUTOonline in neuem Look

AUTOonline geht Ende Mai mit einer neuen Homepage ins Netz. Warum? Weil wir Ihnen das Leben leichter machen möchten. Nicht nur das Design, sondern auch die Inhalte wurden verbessert. Im Mittelpunkt der Überarbeitung standen natürlich Sie als Kunde! Wir sind sicher, durch den neuen Aufbau werden Sie sich besser zurechtfinden und schneller an die gewünschten Informationen kommen.

Und weil wir uns natürlich immer noch ein bisschen mehr Gedanken für Sie machen, können Sie bei uns nicht nur surfen und arbeiten, sondern auch suchen, klicken und puzzeln, was das Zeug hält! Und so geht das Gewinnspiel zum Relaunch der neuen Homepage: Wir haben neun Puzzleteilchen versteckt. Wenn Sie alle finden und anklicken, öffnet sich eine Seite mit allen Puzzleteilchen. Jetzt nur noch zusammensetzen, das Ganze an AUTOonline verschicken und Daumen drücken. Mit ein bisschen Glück sind Sie bald stolzer Inhaber von ...

Viel Glück!



Impressum

Herausgeber:

AUTOonline GmbH
Informationssysteme
Hammfelddamm 6
D-41460 Neuss
Telefon: +49 (0) 2131 7180 101
Fax: +49 (0) 2131 7180 001

info@autoonline.com
www.autoonline.com

V. i. S. d. P.: Kai Siersleben

Redaktion und Gestaltung:

AUFBRUCH Agentur für neue
Kommunikation GmbH
www.aufbruch.de

Bildnachweis:

CARRERA / Porsche / BMW / Mercedes-Benz
Opel / VW / Falko Updarp / Masterfile / gettyimages

Die Neuen am Platz



Sascha Mundt arbeitete sich vom Karosseriebauer und Automobilverkäufer schnell zum Regional Sales Manager hoch. Bei verschiedenen Autofirmen war er für die Neugewinnung und Betreuung von Großkunden zuständig. Auch bei AUTOonline setzt er sein Know-how für die Neugewinnung und Betreuung von Aufkäufern in Autohäusern sowie in der Beratung von Großkunden ein. **„Wie ich so erfolgreich verkaufen kann? Ein Angler verrät doch auch nicht seinen Geheimköder...“**

Sascha Mundt, Händlerbetreuung Flottenvermarktung



Kathrin Jünemann arbeitete nach ihrem Studium der Kommunikationswissenschaft ein Jahr im Produktmarketing-Management bei einer Werbeagentur in Aachen. Jetzt unterstützt sie die Marketingabteilung bei AUTOonline mit guten Ideen, Kreativität und guter Laune. **„Mein Motto: Ein Tag ohne Lachen ist ein verlorener Tag. Außerdem hat man nur mit guter Laune gute Ideen.“**

Kathrin Jünemann, Marketing

Industriekaufmann, BWL-Studium, Angestellter bei zwei Autovermietungen und Management-Trainee bei der dritten, für die er auch eine Filiale eröffnete. Peter Putzki kennt sich aus mit Autos. Bei AUTOonline ist er nun fachkundiger Berater der Händler. **„Bei Immobilien gilt: Kaufen ist besser als mieten. Bei Autos ebenso. Darum bin ich nach acht Jahren Autovermietgeschäft jetzt hier.“**

Peter Putzki, Händlerbetreuung



Einzelhandelskauffrau, Business Accounts in der Mobilfunkbranche, ein Jahr Teamasistentin im Messebau – Emilia Huesca liebt es abwechslungsreich. Bei AUTOonline arbeitet sie nun mit viel Leidenschaft in der Kundenbetreuung. **„Für mich als Spanierin muss das Leben lebendig sein. Hier im Kundenkontakt ist kein Tag wie der andere – und langweilig ist ein Fremdwort.“**

Emilia Huesca, Kundenbetreuung



Nicole Jansen absolvierte eine Ausbildung zur Rechtsanwaltsfachangestellten, arbeitete bei verschiedenen Firmen als Sachbearbeiterin und Bürofachkraft. **„In der Kundenbetreuung bei AUTOonline sind meine Arbeitstage nun viel spannender und lebendiger. Der Kontakt mit all den vielen freundlichen Menschen macht mir sehr viel Spaß.“**

Nicole Jansen, Kundenbetreuung



AUTOonline vor Ort:

Köln	24. 04. 2009	GUUVU FRÜHJAHRSEMINAR
Wiesbaden	07./08. 05. 2009	FLEET DAYS
Berlin	10.–12. 06. 2009	IBIS
Nürburgring	17.–18. 06. 2009	BFP-FUHRPARKFORUM
Potsdam	18.–20. 06. 2009	BVSK

AUTOonline worldwide



Deutschland/Österreich

AUTOonline GmbH Informationssysteme

Kai Siersleben
Hammfelddamm 6
D-41460 Neuss
k.siersleben@autoonline.com
+49 (0) 21 31 7 80 101

Bulgarien

AUTOonline Bulgaria Ltd.

Business Center IZTOK
floor 1, office 7
12, Nikolay Haytov str.
Sofia 1172
b.nikolov@autoonline.bg
+359 (999) 605 649

Tschechien/Slowakei

AUTOonline s.r.o.

Jiri Horak
K Hájum 2/1233
155 00 Praha 5
j.horak@autoonline.cz
+420 (251) 551 781

Griechenland/Zypern

AUTOonline Value Experts Hellas Ltd.

Apostolos Asimakoulas
Syggrou Avenue 137
17121 Athens
a.asimakoulas@autoonline.com.gr
+30 2 10 9 31 18 04

Frankreich

AUTOonline SARL Système d'informations

Gaétan Huillet
Parc de la Micro-Entreprise 6,
rue Lionel Terray
92500 Rueil-Malmaison
g.huillet@autoonline.fr
+33 1 47 49 79 43

Ungarn

AUTOonline Magyarország Kft.

Eva Tujner
Hermína út 17.
1146 Budapest
e.tujner@autoonline.com
+36 1 471 9275

Italien

AUTOonline Italia Srl

Stefano Fortini
Viale Gran Sasso, 11
20131 Milano
s.fortini@autoonline.com
+39 02 202 488 15

Polen

AUTOonline Sp. z o.o.

Wojciech Wisniewski
ul. Ogrodowa 58
00-876 Warszawa
w.wisniewski@autoonline.pl
+48 22 520 27 65

Portugal

AOPT SERVIÇOS E SISTEMAS

Automóvel, Limitada

Ivo Santarossa
Rua Marechal Teixeira Rebelo 2 R/C G
Cacilhas 2780-271 OEIRAS
i.santarossa@autoonline.es
+351 (214) 405-997 (phone of Mr. Costa)

Rumänien

AUTOonline Sisteme Informatice SRL

Nicolae Ionescu
St Mihai Eminescu nr. 105-107
etaj 4 ap. 18 sector 2, Bucuresti
n.ionescu@autoonline.com
+40 742 230 224

Spanien

Iberian AUTOonline S.L.

Ignacio Cava
c/ Fernando VI, 1, 1º A
28004 Madrid
i.cava@autoonline.es
+34 91 702 69 72

Schweiz

AUTOonline Schweiz AG

Mira Attenhofer
Schindellegistrasse 73
8808 Pfäffikon
m.attenhofer@autoonline.ch
+41 55 420 21 01

Türkei

AUTOonline Otomotiv Bilgi Islem Ltd. Sti

Akin Cagri
Burhaniye Mah. Abdullahaga
Cad. No:12, Kat:2
34696 Altunizade-Uskudar Istanbul
c.akin@autoonline.com.tr
+90 2 16 3 21 50 80

Benelux

AUTOonline B.V.

Perjan Pleunis
Europalaan 25
6199 AB Maastricht-Airport
The Netherlands
p.pleunis@autoonline.com
+31 (0) 43 631 26 26

Ukraine

AUTOonline Ukraine Sp.z.o.o.

Mykhailo Bogachevych
st. Pirogovskogo 19, building 8, office 29
03110, Kiyv
m.bogachevych@autoonline.ua
+380 (44) 38306-08

Großbritannien

AUTOonline UK Ltd

Gordon Reid
Buckingham Gate, Gatwick,
West Sussex
RH6 ONT London CA
g.reid@autoonline.com
+44 1293 897 132

Mexiko

AUTOonline Informationssysteme GmbH

Centro Alemán de Industria y Comercio
de México, S. de R.L. de C.V
German Centre 4-2-17
Av. Santa Fe No. 170
Lomas de Santa Fe
Delegación Alvaro Obregón
01210 México D.F.

Flottenvermarktung? Ein Kinderspiel!



Europas größte Online-Plattform für Restwertermittlung wird immer häufiger auch von Flottenvermarktern als optimales Spielfeld entdeckt. Nirgends sonst können Sie so einfach, schnell und bequem Fahrzeuge einstellen. Nirgends sonst tummeln sich so viele Profi-Händler aus ganz Deutschland und bieten auf Ihre Fahrzeuge. Abholgarantie bis 10.000 Euro? Gibt's auch nur bei uns. Wo sonst? Noch Fragen? Rufen Sie uns an!
Telefon: +49 (0) 2131 7180 261 • www.autoonline.com

