

Ausgabe Oktober 2009

EDITORIAL

*Liebe Mitglieder und Freunde
des Instituts für Automobilwirtschaft,*

Die Automobilindustrie nach der Finanzkrise – Zeitenwende oder Business as usual? Hat die Branche das Größte überwunden oder droht im nächsten Jahr doch noch der Absturz? Und: Sind wir wirklich auf dem Weg zur E-Mobility oder ist das Elektroauto nicht mehr als ein Studienobjekt für eine sehr ferne Zukunft? Eine aktuelle Situationsbeschreibung der Automobilbranche ist zwangsläufig mit vielen Fragezeichen verbunden. Vieles spricht dafür, dass die Branche tatsächlich einen Neuanfang wagen wird. Denn die strukturellen Herausforderungen, denen sie sich gegenüber sieht, waren schon vor der Finanzkrise deutlich erkennbar. Die Entspannung auf den internationalen Ölmärkten und die rasche Stabilisierung der Weltwirtschaft könnte aber auch einige dazu verleiten, im alten Muster weiter zu machen: größer, schneller, teurer. Zeitenwende oder Business as usual: Die Wahrheit wird wohl irgendwo in der Mitte liegen. Nur so viel ist sicher: Auch nach der Finanzkrise wollen und werden die Menschen nicht zu Fuß gehen. Individuelle Mobilität ist ein Teil der Lebensqualität, auf die niemand verzichten will, der sie hat, und die jeder anstrebt, der sie nicht hat. Das immerhin scheint sicher.

Herzlichst Ihr

Prof. Dr. W. Diez

INSTITUT FÜR AUTOMOBILWIRTSCHAFT
an der Hochschule für Wirtschaft und Umwelt
Nürtingen-Geislingen

Parkstraße 4 • 73312 Geislingen/Steige
Ruf: +49 (0) 7331 22 440 • Fax: +49 (0) 7331 22 450

E-Mail: mail@ifa-info.de

INHALT

- **Autokonjunktur: Chancen für eine weiche Landung des deutschen Automobilmarktes steigen**
- **New Opel: Prüfsteine zum Rettungsplan des Traditionsunternehmens**
- **Automobilhandel: Margensysteme werden einfacher**
- **Time to Customer: Zeit- und Kostenoptimierung von der Produktion bis zum Kunden**
- **Die TOP-100 Automobilhändlergruppen in Deutschland**
- **DEKRA/IFA-Studie: Optimierung von Händlergruppen**
- **Das Management der Cost-of-Ownership**
- **Weltautomobilmarkt: Premiummarkt bleibt auf Wachstumskurs**
- **IFA/KPMG-Studie: Unternehmens- und Markenkonzentration in der europäischen Automobilindustrie**
- **Mobilitätskonzepte: Nutzen statt Besitzen – eine Marktchance für Finanzdienstleister**
- **Customer Lifetime: Wertschöpfung ein Kundenleben lang**
- **Schmierstoffgeschäft: Ölmarketing als Erfolgsfaktor**
- **Buchveröffentlichung: Handbuch Automobilbanken mit einem Beitrag von Prof. Dr. W. Diez**
- **Dealer Assistance: Automobilhandel in Europa**
- **6. Aftermarket-Jahrestagung: Servicegeschäft unter Druck**
- **Marktforschung: IFA-Panel 2009**
- **Prof. Diez bei der Landtagsfraktion der Grünen**
- **Veranstaltungen: Automobilwirtschaft im Fokus – Vorträge von Prof. Dr. W. Diez**
- **Exkursion: Faszination Porsche**
- **Internationales Unternehmensplanspiel: NUCARS 2009 in Frankreich**
- **Automotive Business & Management: Bachelor- und Master-Programm**
- **ZDK-Preise für Marcus Föhl und Axel Tabor**
- **7. Outdoor-Autoshow in Geislingen: Faszination Auto**
- **Automotive Expertise: Professor Reindl als Gutachter**
- **Praxisbezug im Studium: Exkursionen im Studiengang Automobilwirtschaft**
- **Neue Adresse: Das Institut für Automobilwirtschaft ist umgezogen**

Autokonjunktur:

Chancen für eine weiche Landung des deutschen Automobilmarktes steigen

Die Chancen, dass es nicht zu dem befürchteten Absturz des deutschen Automobilmarktes nach dem Auslaufen der Abwrackprämie kommt, steigen. Im kommenden Jahr könnten sich die gewerblichen Kunden als wichtige Stütze der Automobilmachfrage erweisen. Diese Auffassung vertritt das Institut für Automobilwirtschaft (IFA) an der Hochschule Nürtingen-Geislingen in seiner aktuellen Analyse der Automobilkonjunktur.

Die IFA-Analyse hält es für möglich, dass die Neuzulassungen im kommenden Jahr nur auf knapp unter 3 Mio. Einheiten sinken. Sollten die gewerblichen Kunden auch im nächsten Jahr ausbleiben, würde der Markt auf 2,6 Mio. Einheiten abstürzen.

Die Studie "Automobilkonjunktur am Wendepunkt" (IFA Konjunktur Monitor Herbst 2009) kann für 69,- € zzgl. gesetzlicher MwSt. und Versandkosten beim Institut für Automobilwirtschaft bestellt werden.

Prof. Dr. Willi Diez

New Opel:

Prüfsteine zum Rettungsplan für das Traditionsunternehmen

Opel wird ohne eine Allianz mit einem anderen Automobilhersteller langfristig nicht überlebensfähig sein. Vor allem aufgrund der künftigen Investitionen in die Erweiterung der Modellpalette sowie der größenbedingten Kostennachteile gegenüber wichtigen Wettbewerbern braucht New Opel einen starken Partner in der Automobilindustrie. Zu diesem Ergebnis kommt eine Studie des Instituts für Automobilwirtschaft (IFA) an der Hochschule für Wirtschaft und Umwelt in Geislingen.

Anhand von sieben, für die Wettbewerbsfähigkeit von Automobilunternehmen entscheidenden Faktoren, hat das IFA-Institut die Position von New Opel im Wettbewerbsvergleich geprüft.

Nach Einschätzung des IFA-Institutes verfügt New Opel zwar über eine hohe technische Kompetenz, eine hohe Markenbekanntheit sowie ein flächendeckendes europäisches Vertriebs- und Servicenetz. Diese Stärken würden aber nicht ausreichen, um im immer härter umkämpften Weltautomobilmarkt zu überleben. New Opel brauche entweder eine weiterhin starke Einbindung in den GM-Konzern oder eine Zusammenarbeit mit einem anderen Automobilhersteller.

Die Studie "New Opel - Prüfsteine zum Rettungsplan für das Traditionsunternehmen" (Arbeitspa-

pier Nr. 2/2009) kann für 69,- € zzgl. gesetzlicher MwSt. und Versandkosten beim Institut für Automobilwirtschaft bestellt werden.

Prof. Dr. Willi Diez

Automobilhandel:

Margensysteme werden einfacher

Der Trend zu immer komplexeren Margensystemen im Automobilvertrieb ist gebrochen. Zahlreiche Automobilhersteller und -importeure haben in den letzten Jahren ihre Margensysteme vereinfacht und damit die Handhabung für die Händler verbessert. Zu diesem Ergebnis kommt eine Studie des Instituts für Automobilwirtschaft (IFA) an der Hochschule für Wirtschaft und Umwelt.

In die Analyse konnten insgesamt 21 Fabrikate, die auf dem deutschen Markt tätig sind und rund 80 Prozent des Gesamtmarktes abdecken, einbezogen werden. Gegenüber einer IFA-Erhebung aus dem Jahr 2004 zeigten sich die folgenden Entwicklungen:

- Die Höhe der Grundrabatte ist von durchschnittlich 10,5 Prozent im Jahr 2004 auf 11,0 Prozent im Jahr 2008 angestiegen.
- Der Anteil der Boni an den gesamten Margen ist im gleichen Zeitraum von 8,5 auf 6,0 Prozent gesunken.
- Dementsprechend ist auch die maximal erreichbare Marge im Betrachtungszeitraum im Durchschnitt von 19 Prozent auf 18 Prozent zurückgegangen.

Diese Entwicklung wurde von einem deutlichen Anstieg der Prämien im Rahmen von Verkaufsförderungsprogrammen begleitet. Im Durchschnitt der befragten Fabrikate wurden im Jahr 2008 sechs Incentivierungsprogramme der Hersteller „gefahren“. Der Anteil incentivierter Modelle lag bei der Mehrzahl der befragten Fabrikate bei über 50 Prozent.

Die meisten der befragten Händlerverbände bezeichneten die Incentivierungsprogramme als notwendig, da die normale Händlermarge zu niedrig sei. Interessant dabei ist, dass spezielle Finanzierungs- und Leasingprogramme von den Händlern besser beurteilt werden als reine Zulassungsprämien. Gut schneiden im Urteil der Händler auch Inzahlungnahme-Prämien für Gebrauchtwagen ab.

Die Studie „Margensysteme im Automobilvertrieb – Entwicklungstendenzen und Optimierungspotenziale“ (Arbeitspapier Nr. 5/2008) kann beim Institut für Automobilwirtschaft (IFA) zum Preis von Euro 69,- zzgl. gesetzl. MwSt und Versandkosten bestellt werden.

Prof. Dr. Willi Diez

Time to Customer

Zeit- und Kostenoptimierung von der Produktion bis zum Kunden

Bei Automobilen handelt es sich um extrem hochpreisige Produkte. Deshalb führen beispielsweise Lagerbestände und lange Auslieferungszeiten zu hoher Kapitalbindung mit entsprechenden Folgekosten. Die zügige Bereitstellung des Neufahrzeugs nach dem Kauf stellt darüber hinaus ein zunehmend wichtiges Instrument zur Differenzierung im Wettbewerbsumfeld dar. So besteht zwischen der Liefertermineinhaltung und der Kundenzufriedenheit ein nachweisbarer Zusammenhang.

Ziel des Projekts „Time to Customer“ ist die Identifizierung von Optimierungspotenzialen entlang der gesamten Prozesskette – von der Fahrzeugbestellung bis zur Auslieferung an Privat-, Firmen- und Flottenkunden. Die Projektergebnisse zeigen Möglichkeiten zur Kosten- und Zeitreduktion auf und belegen qualitative Effekte, die nicht zuletzt zu einer höheren Kundenzufriedenheit und -bindung führen. Wesentliche Erkenntnis der Studie ist, dass die frühzeitige Festlegung und Einhaltung eines konkreten Auslieferungstermins zur Kostenoptimierung und Kundenzufriedenheit gleichermaßen beiträgt. Durch ein zentrales und Akteur übergreifendes Daten- und Dokumenten-Management können daneben unnötige Pufferzeiten – insbesondere von der Fahrzeugbereitstellung ab Werk oder Auslieferungslager bis hin zur Fahrzeugauslieferung an den Kunden – vermieden werden. Dadurch lassen sich logistische Prozesse sowie die Werkstattplanung im Autohaus besser koordinieren und frühzeitig planen.

Insgesamt wurden innerhalb der Untersuchung die drei wesentlichen Optimierungsfelder „Prozessablauf“, „Daten- und Dokumentenfluss“ sowie die „EDV-Infrastruktur“ analysiert. Zur Gewinnung fundierter Analysedaten führte das Institut für Automobilwirtschaft eine Vielzahl von Experteninterviews mit Verantwortlichen aus der Fahrzeuglogistik, der Dienstleistungsbranche sowie mit Hersteller- und Importeurvertretern durch. Als weitere Gesprächspartner konnten Vertreter der Autobanken gewonnen werden. Ein Kernstück des Projekts bildete zudem eine online-gestützte Händlerbefragung auf Basis des IFA-Panels.

Die Zusammenfassung der wichtigsten Untersuchungsergebnisse (Summary) liegt bereits während des IFA-Kongresses am 8. Oktober 2009 vor. Der Forschungsbericht folgt im November 2009.

*Prof. Dr. Stefan Reindl
Matthias Freudenthaler*

Automobilhändlergruppen:

Die TOP-100-Automobilhändlergruppen in Deutschland

Das IFA setzt seine Analysen zur Entwicklung von Deutschlands größten Händlergruppen in der nunmehr 5. aktualisierten Auflage fort. Die Studie zeigt einen umfassenden Überblick über die 100 größten Automobilhändlergruppen in Deutschland sowie entsprechende Kurzportraits.

Für die TOP-100-Automobilhändlergruppen wurden folgende Daten erhoben:

- Neu- und Gebrauchtwagenverkäufe, Umsatz,
- Mitarbeiter und Zahl der vertretenen Marken.

Die Studie enthält weiterhin umfangreiches Datenmaterial zur Lage und den Entwicklungstendenzen im deutschen Automobilhandel insgesamt. Außerdem werden der Stand der Hersteller-Händlerbeziehungen beleuchtet und Optimierungsmöglichkeiten aufgezeigt.

Die Studie kann für 149,- € zzgl. gesetzlicher MwSt. und Versandkosten beim Institut für Automobilwirtschaft bestellt werden.

*Prof. Dr. Willi Diez
Matthias Freudenthaler*

DEKRA/IFA-Studie:

Optimierung von Händlergruppen

Die Zahl der in Deutschland tätigen Automobilhandelsgruppen hat in den letzten Jahren deutlich zugenommen. Gleichzeitig sind viele Gruppen überdurchschnittlich stark gewachsen und verfügen heute über eine starke Marktposition in ihrem jeweiligen lokalen oder regionalen Marktbetreuungsgebiet. Andererseits zeigt eine Reihe von spektakulären Unternehmensinsolvenzen, dass Größe eine notwendige, jedoch keine hinreichende Bedingung für dauerhaften wirtschaftlichen Erfolg ist. Automobilhandelsgruppen sind individuell geprägte, hochkomplexe Unternehmen mit einem starken Spezialisierungsgrad. Im Hinblick auf ihre Organisation und Führung kann daher kaum auf allgemeine Management-Modelle zurückgegriffen werden. Dementsprechend vielfältig sind die Strategien und Strukturen in diesem Bereich des Automobilhandels.

Die DEKRA-/IFA-Studie zeigt auf Basis einer Stärken-Schwächen- sowie einer Chancen- und Risiken-Analyse praxisbezogene Optimierungsmöglichkeiten für Händlergruppen auf und identifiziert hierzu geschäftsfeldübergreifende und geschäftsfeldbezogene Handlungsfelder mit hoher strategischer Relevanz. Neben betriebswirtschaftlichen Analysen und Konzepten basieren die Ausführungen dieser Studie auf Experteninterviews mit Bran-

chenpraktikern aus den Bereichen des Automobilhandels, der Automobilhersteller und der Finanzdienstleister. In der Summe zeigen die Ergebnisse, dass Automobilhandelsgruppen zu den Gewinnern des Strukturwandels in der Automobilbranche gehören und weiter gute Chancen im Markt haben, unter der Voraussetzung, dass die zahlreichen Optimierungspotenziale angegangen und ausgeschöpft werden.

Zu beziehen ist die Studie „Optimierung von Händlergruppen“ bei der DEKRA Automobil GmbH unter der Telefonnummer +49 (0) 711 / 7861 0 oder per Fax unter +49 (0) 711 / 7861 2240.

*Prof. Dr. Willi Diez
Markus Kohler*

Cost-of-Ownership:

Das Management der Cost-of-Ownership

Hohe Kraftstoffpreise und sinkende Restwerte haben das Thema Cost-of-Ownership in den letzten Monaten immer mehr ins Zentrum der Kaufentscheidungen von Autofahrern gerückt. Zwar bleibt der Anschaffungspreis ein wichtiges Kaufentscheidungskriterium, viele Kunden fragen aber beim Kauf eines Neu- oder Gebrauchtwagens immer häufiger, mit welchen Folgekosten sie zu rechnen haben, und orientieren sich bei ihrer Kaufentscheidung an den Betriebs- und Unterhaltskosten sowie am zu erwartenden Wiederverkaufswert.

Im Rahmen der vorliegenden DEKRA/IFA-Studie wird nicht nur der Frage nachgegangen, welche Bedeutung die Cost-of-Ownership schon heute für die Käufer haben, sondern auch welche konkreten Ansatzpunkte es in der Fahrzeugentwicklung, im Werkstattgeschäft und im Restwert-Management gibt, die Folgekosten des Automobilkaufs zu reduzieren. Auf der Basis von Experteninterviews sowie einer repräsentativbefragung von Autofahrern werden praxisorientierte Ansätze für ein effizientes Management der Cost-of-Ownership aufgezeigt. Niedrige Unterhalts- und Betriebskosten werden in Zukunft die wichtigsten Wettbewerbsvorteile in der Automobilbranche sein.

Die Studie kann bei der DEKRA Automobil GmbH angefordert werden: www.dekra.de, Tel. +49 (0) 711 / 7861 0, Fax +49 (0) 711 / 7861 2240.

Prof. Dr. Willi Diez

Weltautomobilmarkt:

Premiummarkt bleibt auf Wachstumskurs

Für Premiumhersteller gibt es eine gute und eine schlechte Nachricht. Die Gute: Der Premiummarkt

wird weiter überdurchschnittlich wachsen. Die Schlechte: Das Wachstum wird vor allem im Segment hochwertiger Klein- und Kompaktwagen stattfinden. Zu diesem Ergebnis kommt eine aktuelle Studie des Instituts für Automobilwirtschaft (IFA) über den weltweiten Premiummarkt. Neben dem Trend zum „Downsizing“ beschäftigt sich die Studie auch mit den Herausforderungen für Premiumhersteller durch den wachsenden politischen Druck zur Reduktion der CO₂-Emissionen. Ein weiterer Schwerpunkt ist der chinesische Premiummarkt, vor dem ein stürmisches Wachstum liegt. Dieses Thema wurde in Zusammenarbeit mit der Tongji-Universität in Shanghai bearbeitet.

Die Studie kann für 69,- € zzgl. gesetzlicher MwSt. und Versandkosten beim Institut für Automobilwirtschaft bestellt werden.

Prof. Dr. Willi Diez

IFA/KPMG-Studie:

Unternehmens- und Markenkonzentration in der europäischen Automobilindustrie

Steht die europäische Automobilindustrie vor einer weiteren Konzentrationswelle? Das Institut für Automobilwirtschaft (IFA) hat in Zusammenarbeit mit KPMG Advisory den Konzentrationsprozess analysiert und die wesentlichen Treiber und Einflussfaktoren identifiziert. Auf Basis dieser empirischen Analyse wurde ein Branchenmodell des Konsolidierungsprozesses entwickelt, das auch eine Prognose künftiger Konzentrationsvorgänge erlaubt. Im Rahmen von zwei Szenarien („Green Revolution“ und „Mobility Revolution“) werden strategische Ansätze aufgezeigt, wie Automobilhersteller langfristig im Markt überleben können.

Die Studie wird in Kürze von KPMG Advisory veröffentlicht.

Prof. Dr. Willi Diez

Mobilitätskonzepte:

Nutzen statt Besitzen – eine Marktchance für Finanzdienstleister

Werden wir automobile Mobilität künftig nur noch häppchenweise in Anspruch nehmen, und zwar mit solchen Fahrzeugen, die dem jeweiligen Einsatz zweckangepasst sind? Der Kleinwagen für die Stadt, der Van für den Familienurlaub und das Cabrio für das sonnige Wochenende in den Bergen oder an der Küste. Die Zahl der „autolosen“ Führerscheinbesitzer wächst, vor allem in den Städten. Andererseits gibt es immer wieder Bedarf an individueller Mobilität. Ist das eine Marktchance für Finanzdienstleister?

Um diese Frage geht es in einem aktuellen Projekt, das das IFA-Institut für einen großen Finanzdienstleister bearbeitet. Dabei werden auch Erfahrungen aus anderen Bereichen, wie z. B. der Vermietung von Elektro-Velos, einbezogen. Mit der Untersuchung knüpft das Institut an eine lange Reihe von Projekten zum Thema Mobilitätsdienstleistungen an, die das IFA in den vergangenen Jahren bearbeitet hat. Ziel des Projektes ist es, ein komplettes Geschäftsmodell für innovative Mobility Services zu entwickeln. Die Ergebnisse der Untersuchung stehen ausschließlich dem Auftraggeber zur Verfügung.

Prof. Dr. Willi Diez

Customer Lifetime:

Wertschöpfung ein Kundenleben lang

Das Institut für Automobilwirtschaft (IFA) hat im Auftrag der CG Car-Garantie Versicherungs-AG eine neue Studie mit dem Titel „Customer Lifetime – Wertschöpfung ein Kundenleben lang“ erarbeitet. Die umfangreiche Untersuchung zeigt Optimierungsansätze zur Realisierung der Wertschöpfungspotenziale entlang der Kundenlebensphasen auf. Zusätzlich zur Marktsituation in Deutschland geht die Studie auf die Situation in Österreich und der Schweiz ein. Zudem präsentiert sie praxistaugliche Instrumente für den Autohandelsbetrieb zur Neuausrichtung der Angebotsstruktur.

Der Schwerpunkt der Studie liegt auf der Optimierung des Autohausgeschäftes durch qualitatives Wachstum. Vor diesem Hintergrund setzt die Untersuchung auf dem Customer-Lifetime-Konzept auf, um über Kundengewinnungs- und -bindungsstrategien die Realisierung vorhandener Potenziale zu erreichen. Die Studie geht der Frage nach, wie sich verschiedene Kundengruppen in ihren jeweiligen Lebensphasen nach dem einzelnen Fahrzeugkauf- und Nutzungszyklus an das Autohaus binden lassen, um damit die Wertschöpfung der Autohäuser weiter auszuweiten.

Die Untersuchungsergebnisse basieren auf einer repräsentativen Online-Erhebung von knapp 1.200 Automobilkunden in Deutschland, Österreich und der Schweiz sowie auf Experteninterviews und Online-Interviews von rund 330 Autohausinhabern, Geschäftsführern und Gebrauchtwagenverantwortlichen.

Die Studie ist für 29,- € zzgl. gesetzl. MwSt. und Versandkosten bei der CG Car-Garantie Versicherungs-AG erhältlich. Bestellung unter:

servicecenter@cargarantie.com

*Prof. Dr. Stefan Reindl
Matthias Freudenthaler*

Schmierstoffgeschäft:

Ölmarketing als Erfolgsfaktor

Der Automobilschmierstoffmarkt gilt als ein hart umkämpfter Markt mit hohem Preisdruck. Hinzu kommen die gedämpfte Konsumneigung, die hohe Preissensibilität im Endverbrauchergeschäft sowie die rückläufige Auslastung der Kfz-Werkstätten. Daneben verzeichnete insbesondere der Markt für Motoröle in den vergangenen Jahren – nicht zuletzt aufgrund der verlängerten Wartungsintervalle im Pkw- und Lkw-Bereich – einen starken Rückgang. Auf Basis dieser Rahmenbedingungen agieren die Mineralölkonzerne mit verschiedenen Marken- und Absatzstrategien. Neben eigenen Vermarktungskanälen werden häufig Kooperationen mit den Automobilherstellern im Erstausrüstergeschäft sowie mit den Vertriebsorganisationen im Servicegeschäft genutzt. Zusätzlich haben einige Automobilhersteller eigene Ölmarken etabliert.

Ziel der umfangreichen Untersuchung am Institut für Automobilwirtschaft war es, die wesentlichen Treiber in diesem Teilmarkt der Mineralölbranche zu identifizieren und Optimierungspotenziale in der Vermarktung automobiler Schmierstoffe darzulegen. Die Untersuchungsergebnisse basieren auf einer Vielzahl von Experteninterviews mit Akteuren der Automobilbranche, einer Kundenbefragung sowie einer Online-Befragung von Autohausunternehmen. Auftraggeber war die TECHNO-Einkauf GmbH in Hamburg.

*Prof. Dr. Stefan Reindl
Matthias Freudenthaler*

Buchveröffentlichung:

Handbuch Automobilbanken mit einem Beitrag von Prof. Dr. W. Diez

Im Markt der automobilen Finanzdienstleistungen nehmen die herstellerverbundenen Automobilbanken eine führende Stellung ein. Mit innovativen Finanzierungskonzepten rund um das Auto greifen sie Kundenwünsche auf und stärken die Loyalität der Kunden zu den Fahrzeugmarken ihrer Konzerne. Sie stabilisieren den Fahrzeugverkauf und schaffen zusätzliche Erträge für Hersteller und Autohandel. Dank ihrer Produkt- und Prozesskompetenzen entwickeln sich die Autobanken von reinen Absatzfinanzierern zu Anbietern von integrierten Mobilitätslösungen.

Die Autoren zeigen praxisnah und anschaulich, wie das Geschäft der Autobanken funktioniert: Welche Produkte und Dienstleistungen werden angeboten? Was sind die besonderen Rahmenbedingungen dieses Geschäftes? Warum sind die Autobanken so erfolgreich? Die vielschichtigen Beiträge unterstrei-

chen die Bedeutung der Autobanken für die automobile Wertschöpfungskette – auch in der aktuellen Wirtschaftskrise.

Prof. Dr. Willi Diez



Zu beziehen ist das Buch:

„Handbuch Automobilbanken – Finanzdienstleistungen für Mobilität“, (Stenner, Frank <Hrsg.>, 2010, etwa 230 S., geb.) für 59,95 € unter:

www.springer.com

Dealer Assistance:

Automobilhandel in Europa

Eine Vielzahl komplexer Treiber und Faktoren beeinflusst die Marktbedingungen der Vertragshändler in der EU. Sie resultieren nicht zuletzt aus den unterschiedlichen Rahmenbedingungen in den EU-Mitgliedsländern. Dazu zählen unter anderem unterschiedliche Kundenstrukturen, Preisdifferenzen, die fiskalpolitischen Spezifika sowie die unterschiedlichen Strategieausrichtungen der Importeure und Hersteller in den einzelnen Ländern.

Dem Auftraggeber des Forschungsprojektes „Dealer Assistance“ – er ist das europäische Händlerverbandsorgan eines deutschen Automobilherstellers – muss es vor diesem Hintergrund gelingen, die verschiedenen Interessenlagen seiner Mitglieder auf Basis fundierter Kenntnisse über die Marktmechanismen und -situationen in den EU-Ländern zu vertreten. Ziel des umfassenden Projektes mit einer Vielzahl von Experteninterviews und Befragungsrunden war es, auf Basis einer Analyse der europäischen Marktstrukturen und der spezifischen Strukturen und Herausforderungen gemeinsame Ziele und Strategien abzuleiten.

Prof. Dr. Stefan Reindl

6. Aftermarket-Jahrestagung:

Servicegeschäft unter Druck

Die Kaufzurückhaltung bei Neu- und Gebrauchtwagen kann Chancen für den Kundendienst- und Ersatzteilmarkt bieten. Gleichzeitig steigen die Herausforderungen für die Anbieter im Aftermarket.

Vor allem deshalb, weil – ungeachtet der Effekte durch die Abwrackprämie – Autos und einzelne

Fahrzeugkomponenten standfester als in der Vergangenheit sind, ergibt sich eine sinkende Beschäftigung, bei steigender Wettbewerbsintensität im Servicegeschäft. Zusätzlich erhöhen zunehmende Fahrzeugkomplexitäten und die neuen gesetzlichen Vorschriften die Kosten von Herstellern, Händlern und Werkstätten.

Auf der 6. EUROFORUM Jahrestagung "Der Automobil-Aftermarket", die am 16. und 17. Februar 2009 in Freising stattfand, zeigten Referenten der Autobauer Renault und Ford, Prüfungs- und Versicherungsexperten sowie Fachleute für den Autoteilemarkt die künftigen Wertschöpfungspotenziale auf. Christophe Mittelberger, Vorstand Qualität und Kundendienst von Renault Deutschland, und Jochen Coelsch, Direktor Ford Service Organisation, referierten über Servicekonzepte aus Herstellerperspektive. Michael Wallek, Leiter Autohaus und Werkstattgeschäft von ExxonMobil, und Harald Schmidt, Geschäftsführer des Verbands der Automobilturner, stellten Erfolgsstrategien für den Ersatzteile- und Zubehörmarkt vor. Über Automobilelektronik im Werkstattmarkt sprach Gerald Lackner, Vorsitzender der Geschäftsführung von AVL Ditest. Hans-Jürgen Mäurer, DEKRA, ging darauf ein, wie Prüforganisationen und Fachwerkstätten bei der Reparatur komplexer Autoelektronikssysteme effizienter zusammenarbeiten können. Schadenmanagement und nachhaltiges Wachstum im Aftermarket waren weitere Themen der Tagung, bei der wie in den vergangenen fünf Jahren Prof. Dr. Stefan Reindl den Vorsitz führte.

Markus Kohler

Marktforschung:

IFA-Panel 2009

Das Institut für Automobilwirtschaft unterhält seit einem Jahr ein eigenes Panel. Bei einem Panel handelt es sich um eine bestimmte Anzahl von Personen, die wiederholt an Online-Befragungen zu unterschiedlichen Themen teilnehmen. Das IFA-Panel setzt sich aus Führungskräften der Automobilwirtschaft wie Geschäfts-, Service- und Verkaufsleitern zusammen. Das IFA-Team ist somit in der Lage, in kürzester Zeit Online-Befragungen zu aktuellen Themen rund um die Automobilwirtschaft durchzuführen. Im Rahmen konkreter Forschungsprojekte stellt das Panel den „direkten Draht“ zur Branche unter Beweis.

Die Teilnahme am Panel ist kostenlos und mit keinerlei Verpflichtungen verbunden. Nach Abschluss der Auswertungen werden die Teilnehmer selbstverständlich umgehend mit den gewonnenen Untersuchungsergebnissen versorgt und haben dadurch einen relevanten Informationsvorsprung. Die Teilnehmer des IFA-Panels unterstützen so nicht

nur die Branche, sondern profitieren gleichzeitig von den Erfahrungen ihrer Kollegen. Die Auswertungen erfolgen während des gesamten Forschungsprozesses anonymisiert, sodass der Datenschutz jederzeit gewährleistet ist.

Wenn Sie Interesse an der Teilnahme am IFA-Panel haben, füllen Sie bitte das dafür bereitgestellte Kontaktformular auf der IFA-Webseite aus. Bei weiteren Fragen stehen Ihnen Professor Dr. Willi Diez und Professor Dr. Stefan Reindl gerne als Ansprechpartner zur Verfügung.

Weiterführende Informationen unter: www.ifa-info.de

*Prof. Dr. Stefan Reindl
Markus Kohler*

Politik:

Professor Diez bei der Landtagsfraktion der Grünen

Auf Einladung von Winfried Kretschmann war Professor Diez am 31. März 2009 Gast bei der Landtagsfraktion der Grünen im baden-württembergischen Landtag. Professor Diez erläuterte seine Einschätzungen zur Zukunft der Automobilbranche und insbesondere des Automobilstandortes Baden-Württemberg. Die Parlamentarier waren vor allem an der Entwicklung künftiger Antriebstechnologien und deren Marktchancen interessiert. In einer ausführlichen Diskussion wurden auch die Möglichkeiten einer politischen Steuerung der künftigen Entwicklung der Automobilindustrie erörtert.

Prof. Dr. Willi Diez

Veranstaltungen:

Automobilwirtschaft im Fokus – Vorträge von Prof. Dr. Willi Diez

Debatten-Abend der Stiftung Energie & Klimaschutz:

Vortrag von Prof. Dr. W. Diez:

E-Mobility – Zukunftsperspektive oder Sackgasse?

Am 19. Oktober 2009 um 18.30 Uhr Bosch Haus Heidehof, Stuttgart

Info: www.energieundklimaschutzBW.com

Forum Technik und Gesellschaft der Universität Ulm:

Vortrag von Prof. Dr. W. Diez:

Wirtschaftliche Konsequenzen von elektrischen Fahrzeugen für die Automobilindustrie.

Am 22. Oktober 2009 im Stadthaus Ulm, Münsterplatz

Anmeldung über: ftg@ingenics.de

6. Tag der Finanzen an der Hochschule für Wirtschaft und Umwelt (HfWU) Nürtingen-Geislingen:

Podiumsdiskussion zum Thema „Umwelttechnologie: Wachstumsbranche der Zukunft und nachhaltige Anlageform“ u.a. mit Frau Tanja Gönner, Umweltministerin Baden-Württemberg und Prof. Dr. W. Diez.

Am 02. November 2009 in Nürtingen

Info: www.hfwu.de

Eröffnung der Auto Zürich 2009

Vortrag von Prof. Dr. W. Diez:

Neue Antriebstechnologien im Spannungsfeld von Ökologie und Ökonomie.

Am 04. November 2009, Zürich

Info: www.auto-zuerich.ch

Amerikanische Handelskammer , Stuttgart

Vortrag von Prof. Dr. W. Diez:

Herausforderungen der Automobilindustrie nach der Finanzkrise.

Am 10. November 2009, Stuttgart

Capital Automobil Dialog 2009

Neustart nach der Jahrhundertkrise – welche Lehren zieht die Automobilindustrie?

Chairman: Prof. Dr. W. Diez

Podiumsdiskussion u.a. mit Bernhard Mattes (Ford), Dr. Herbert Diess (BMW), Peter Schwarzenbauer (Audi) und Peter Tyroller (Bosch)

Am 19. November 2009, München

Bundestagung des Kfz-Gewerbes, ZDK

Vortrag von Prof. Dr. W. Diez:

Die Systempartnerschaft zwischen Hersteller und Handel auf dem Prüfstand.

Am 25. November 2009, Berlin

Info: www.kfzgewerbe.de

Exkursion:

Faszination Porsche

Rund 20 Studierende der Hochschule besuchten am 24. Juni 2009 unter der Leitung von Prof. Dr. W. Diez das schwäbische Mekka des Sportwagenbaus: Zuffenhausen. Nach einem Rundgang durch das Museum stand eine kurze Stippvisite im Porsche Zentrum auf dem Programm. Anschließend ging es dann noch in die Motorenfertigung, die Endmontage und – als besonderes Highlight – in die Sattlerei. Auf Einladung der Porsche AG konnten im Restaurant Christophorus auch noch die vorzüglichen Steaks getestet werden.

Prof. Dr. Willi Diez

Internationales Unternehmensplanspiel:

NUCARS 2009 in Frankreich

Bereits zum dreizehnten Mal konnten sich Studierende im Rahmen des internationalen Unternehmensplanspiels NUCARS praxisorientiert auf das spätere Berufsleben vorbereiten. Die englische Sprache, interkulturelle Kommunikation sowie das Agieren im Team standen dabei im Mittelpunkt. Jedes der Teams musste vom 28. Februar bis 9. März 2009 ein Autohaus managen. Nachdem NUCARS im vergangenen Jahr mit großem Erfolg am Aarhus Business College in Dänemark ausgetragen wurde, lud nunmehr turnusmäßig die Ecole Supérieure des Sciences d' Angers (ESSCA) die Studierenden aus verschiedenen Instituten und Hochschulen mit automobilwirtschaftlichen Studiengängen nach Frankreich ein.

Die Studierenden müssen ein verlustreiches Autohaus managen und in die Gewinnzone führen. Die Simulation zwingt die Teilnehmer aus Deutschland, Frankreich, Dänemark und den Vereinigten Staaten, die gegebenen Rahmenbedingungen realistisch einzuschätzen und geeignete Maßnahmen abzuleiten. Die Teams sind dabei den üblichen Einflüssen des Marktes ausgeliefert.

Das Unternehmensplanspiel NUCARS gilt in seiner Form weltweit als das renommierteste seiner Art. Die Studierenden stammen allesamt von Business Schools, Colleges und Hochschulen mit einem Schwerpunkt „Automotive Management“.

Neben dem Trainingsprogramm kamen auch die Freizeit und der Wissenstransfer nicht zu kurz. Bereits die Hinfahrt war mit einem Tag in Paris verbunden, während die Rückfahrt über den Auto-Salon in Genf führte. Dazwischen erfolgten Ausflüge zum „Village de l' Automobile“ in Cholet und zu einer Wissenstour durch einen der ältesten Weinkeller, dem „Langlois Château“. Daneben standen Vorträge zur Zukunft des Automobilvertriebs in Zeiten der

Krise sowie Besuche bei Händlerunternehmen im Mittelpunkt.

Am Ende der Woche gab es auch ein Siegerteam, das den Betrieb innerhalb eines Wirtschaftsjahres am besten auf Vordermann bringen konnte. Teresa Röhm und Dawid Kurzyca aus dem Studiengang „Automobilwirtschaft – Automotive Business“ in Geislingen war maßgeblich am Erfolg dieses Teams beteiligt. Ebenso wie ihre Mitstreiter erhielten sie während des feierlichen NUCARS-Award am Freitagabend jeweils ein Preisgeld von 100 US \$.

Die beteiligten Institute leisten mit dieser Konzeption einen wesentlichen Beitrag, den stets steigenden Anforderungen der Globalisierung gerecht zu werden. Daneben ist die Unterstützung der Studierenden ein wesentlicher Erfolgsfaktor, denn die Teilnahme ist – schon allein wegen der Auslandsreisen – mit hohen Kosten verbunden. Großartig unterstützt wurden die Geislinger Studierenden in diesem Jahr von der SIXT Autovermietung, die für die Fahrt nach Frankreich kostenfrei zwei Vans zur Verfügung gestellt hat. Daneben erhielten die Studierenden Unterstützung von der Euromobil Autovermietung und von CarGarantie. Im nächsten Jahr wird das Unternehmensplanspiel an der Northwood University in Michigan (USA) ausgetragen.

Prof. Dr. Stefan Reindl

Automotive Business & Management:

Bachelor- und Master-Programme

Die Hochschule für Wirtschaft und Umwelt Nürtingen-Geislingen (HfWU) hat ihr automobilwirtschaftliches Studienangebot deutlich ausgebaut. Seit dem 6. Oktober 2008 sind die Erstsemester des neu geschaffenen Bachelor-Programmes „Automobilwirtschaft-Automotive Business“ am Start. Nach sieben Semestern erhalten die Absolventen den Abschluss Bachelor of Arts (B.A.).

Der Bachelor-Studiengang wendet sich als erster berufsqualifizierender Studiengang an Schulabgänger mit Abitur oder Fachhochschulreife. Studiendekan Prof. Dr. Stefan Reindl hat die Schwerpunkte des Studiums auf den Automobilvertrieb und das Automobilmarketing fokussiert. Ein praktisches Studiensemester sorgt für den Praxisbezug.

Darauf aufbauend wird ab dem Wintersemester 2010/11 ein „Master of Automotive Management“ angeboten, der nach drei Semestern mit dem „Master of Arts“ (M. A.) abschließt. Das Master-Programm ist inhaltlich noch breiter als der Bachelor-Studiengang angelegt. Neben dem Vertrieb und Marketing steht das Entwicklungs- und Produktionsmanagement im Mittelpunkt. Spezielle Lehrveranstaltungen behandeln darüber hinaus Themenfelder der Automobilzulieferer und der Nutzfahr-

zeugindustrie. Durch praxisbezogene Fallstudien werden daneben insbesondere internationale Aspekte berücksichtigt.

Die HfWU deckt so künftig alle Themen entlang der automobilwirtschaftlichen Wertschöpfungskette – von der Zulieferindustrie über Automobilhersteller bis zum Automobilhandel – ab. Die HfWU arbeitet zudem eng mit Unternehmen der Branche zusammen: Im Rahmen von Praktika, Studien- oder Abschlussarbeiten. Qualifizierte Referenten aus der automobilwirtschaftlichen Praxis ergänzen mit ausgewählten Themen die Lehrveranstaltungen.

Mit dem Ausbau des automobilwirtschaftlichen Angebots werden auch die personellen Ressourcen aufgestockt. Insgesamt drei Professuren werden zeitnah mit qualifizierten und gleichzeitig praxiserfahrenen Dozenten besetzt. Sobald die Professoren berufen sind, können sowohl das Bachelor-Programm als auch der Master-Studiengang in einer weiteren Ausbauphase zusätzlich als berufsbegleitende Studiengänge angeboten werden. Die Automobilwirtschaft in Geislingen ist so für die künftigen Anforderungen aus Industrie und Handel bestens gewappnet.

*Weiterführende Informationen unter:
www.hfwu.de*

Prof. Dr. Stefan Reindl

Preise für hervorragende Leistungen:

ZDK-Preise für Marcus Föhl und Axel Tabor

Prof. Dr. Werner Ziegler, Rektor der Hochschule für Wirtschaft und Umwelt, übergab zusammen mit dem Studiendekan, Prof. Dr. Stefan Reindl, am 26. September 2009 in Geislingen die Abschlusszeugnisse und Urkunden. Mit der Gesamtnote 1,7 hat Axel Tabor an der Hochschule für Wirtschaft und Umwelt sein Betriebswirtschaftsstudium zum Bachelor of Arts erfolgreich beendet. Daneben wurde Marcus Föhl (Abschlussnote 1,4) bereits im März 2009 als bester Absolvent des automobilwirtschaftlichen Studiengangs im Wintersemester 2008/09 ausgezeichnet.

Beide zählen damit zu den besten Absolventen seit Bestehen des automobilwirtschaftlichen Studienangebots in Geislingen. Sowohl Marcus Föhl als auch Axel Tabor erhalten während des IFA Kongresses – dem 10. Tag der Automobilwirtschaft am 8. Oktober 2009 – in Nürtingen den ZDK-Preis für ihre herausragenden Leistungen im Studium. Überreicht werden die Preise von Ulrich Fromme, dem Vize-

Präsidenten des Zentralverbands Deutsches Kraftfahrzeuggewerbe (ZDK).

Der ZDK stiftet je Abschluss-Semester – also zweimal im Jahr – diesen mit 750 Euro dotierten Geldpreis für besonders gute Leistungen im Studiengang Automobilwirtschaft. Das IFA-Team wünscht den Preisträgern alles Gute für den beruflichen und persönlichen Werdegang.

*Weiterführende Informationen unter:
www.hfwu.de*

Prof. Dr. Stefan Reindl

7. Outdoor-Autoshow in Geislingen:

Faszination Auto

Die siebte Auflage der Autoshow bot am 13. und 14. Juni 2009 wieder ein Familienevent der besonderen Art, denn sie zeigte ein umfassendes Spektrum an Ausstellern – kombiniert mit Shows und Events für Groß und Klein.

Die Idee zu dieser Veranstaltung hatten Studierende der Automobilwirtschaft nach einer USA-Studienreise. Die Aktivitäten am Campus einer Partneruniversität in Florida bildeten das große Vorbild. Jahr für Jahr wurde das Ursprungskonzept verfeinert, so dass sich die Autoshow zwischenzeitlich im Reigen der Outdoor-Messen fest etabliert hat. Sie zählt heute zu den landesweit größten Veranstaltungen dieser Art.

Die Aussteller der Autoshow repräsentierten die Topmarken der Automobilbranche. Auf einer Gesamtfläche von 15.000 m² zeigten Vertragshändler rund 150 Fahrzeuge. Auf die Teilnahme regionaler Autohäuser wurde besonderer Wert gelegt. Daneben zeigten Dienstleister und Service & Parts Partner ihr vielfältiges und ergänzendes Angebot. Viele Besucher nutzten die Möglichkeit, am Probefahrtenpool ein Auto ihrer Wahl für eine Runde auf dem Asphalt zu testen. Eine eigens aufgelegte Messezeitung informierte über die Aussteller und aktuelle Themen der Branche.

In die Fahrzeugausstellung wurde eine Showbühne mit Fahrzeugpräsentationen und Aufführungen integriert. Die Kinderwelt kam ebenso zum Zug wie Showcars. Die Leitung und Koordination der Autoshow oblag wie im letzten Jahr Professor Hannes Brachat. Bleibt nur, dem Projektteam der Hochschule in Geislingen unter der Federführung von Simon Fritz und Sven Hogenmüller für den großartigen Erfolg der Veranstaltung zu gratulieren!

Prof. Dr. Stefan Reindl

Automotive Expertise:

Professor Reindl als Gutachter

Bislang werden weltweit nur wenige grundständige Studiengänge und Aufbauprogramme mit konkreten automobilwirtschaftlichen Inhalten angeboten. Während die HfWU in Geislingen bereits seit Oktober 2008 ein branchenspezifisches Bachelor-Programm „Automobilwirtschaft – Automotive Business“ anbietet und der Start des Master-Programmes „Automotive Management“ bereits für Oktober 2010 feststeht, stecken Programme anderer Hochschulen noch in der Akkreditierungsphase.

Aufgrund der geringen Angebotsdichte sind Akkreditierungsagenturen wie die FIBAA und ZEvA auf die Expertise etablierter Institutionen angewiesen. Vor diesem Hintergrund wurde Professor Dr. Stefan Reindl gleich zweimal in unterschiedliche Akkreditierungskommissionen berufen, um bei der Akkreditierung internationaler Bachelor- und Masterprogramme in China, Österreich und der Slowakei mitzuwirken.

Matthias Freudenthaler

Praxisbezug im Studium:

Exkursionen im Studiengang Automobilwirtschaft

Der Praxisbezug zählt – neben den konkreten Bezügen zu branchenspezifischen Inhalten in den Vorlesungen und Seminaren – zu den wesentlichen Schwerpunkten im Studiengang Automobilwirtschaft an der Hochschule für Wirtschaft und Umwelt in Geislingen. Um die unternehmerische Praxis erlebbar zu machen, werden regelmäßig Kongressbesuche sowie Exkursionen zu Unternehmen in ganz Deutschland unternommen. Gleich dreimal konnten die Studierenden des Bachelor-Programmes in Geislingen im ersten Halbjahr 2009 an Exkursionen teilnehmen:

Bereits im Januar 2009 luden die MAHAG, die BMW Group, der Auto Business Verlag, die Mercedes-Benz Niederlassung sowie die Audi AG die Studierenden des Abschluss-Semesters nach München und Ingolstadt ein. Eine weitere Studienreise führte im Mai 2009 von Berlin über Wolfsburg nach Düsseldorf. In Berlin konnten die Studierenden die Mercedes-Benz-Niederlassung am Salzufer, das Meilenwerk sowie den BMW- und Mini-Händler Riller & Schnauck näher kennenlernen. Dabei standen jeweils – neben Führungen – auch Fachvorträge auf dem Programm. Der Besuch des Reichstages rundete das Berlin-Programm ab. Anschließend führte der Weg zur Autostadt in Wolfsburg, bevor der Besuch der Automeile am Höherweg in Düsseldorf mit einem Fachvortrag bei einem der größten Volkswagen-

Händler, nämlich bei Gottfried Schultz, den Schlusspunkt der viertägigen Reise bildete.

Die dritte Exkursion führte das Pioniersemester des neuen Studienganges „Automobilwirtschaft – Automotive Business“ ein weiteres Mal nach München. Hier standen im Juni 2009 Besuche der BMW-Welt, des BMW-Museums sowie eine Werksführung auf dem Programm. Die Besichtigung des Audi Zentrums und des Lamborghini-Verkaufshauses in der Albrechtstraße sowie ein Besuch der Mercedes-Benz-Niederlassung stießen auf großes Interesse der Studierenden.

Das IFA-Team bedankt sich bei den beteiligten Unternehmen aus Industrie und Handel für ihr Engagement sowie für die großzügige finanzielle Unterstützung der Studierenden.

Prof. Dr. Stefan Reindl

Neue Adresse:

Das Institut für Automobilwirtschaft ist umgezogen!

Das IFA-Institut hat im August 2009 neue Büroräume an der Hochschule für Wirtschaft und Umwelt bezogen. Zu erreichen sind wir nunmehr unter folgender Adresse:

Parkstraße 4

73312 Geislingen/St.

Tel.: +49 (0) 7331 / 22 440

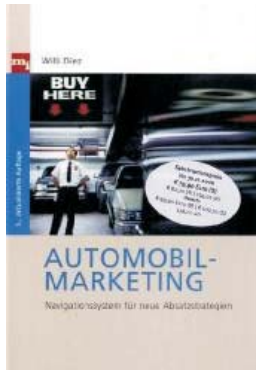
Fax: +49 (0) 7331 / 22 450

mail@ifa-info.de

www.ifa-info.de



IFA-Buchpublikationen



Diez, W.:
**Automobil-Marketing. Navigationssystem
für neue Absatzstrategien**

Verlag: Moderne Industrie
Erscheinungsjahr: 2006
ISBN: 9783636030641



Diez, W., Reindl, S.
und Brachat, H. (Hrsg.):
Grundlagen der Automobilwirtschaft

Verlag: Auto Business Verlag
Erscheinungsjahr: 2005
ISBN: 3890590993



Reindl, S.:
**Die Macht der
Hersteller**

Verlag: Auto Business Verlag
Erscheinungsjahr: 2005
ISBN: 3890591337



Reichwald, R.; Kromer, H.; Reindl, S. (Hrsg.):
**Mobile Dienste im Auto der Zukunft -
Konzeption, Entwicklung, Pilotierung**

Verlag: EUL
Erscheinungsjahr: 2007
ISBN: 9783899365887



Diez, W., Tauch, P (Hrsg.):
**Tradition und Marke: Erfolgsfaktoren
in der Automobilindustrie**

Verlag: Delius Klasing Verlag
Erscheinungsjahr: 2008
ISBN: 978-3768824545



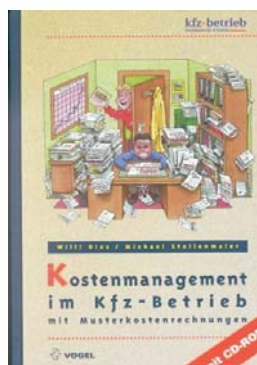
Diez, W. und Reindl, S.(Hrsg.):
**Mehrmarkenhandel –
Chance oder Risiko?**

Verlag: Auto Business Verlag
Erscheinungsjahr: 2004
ISBN: 3890591280



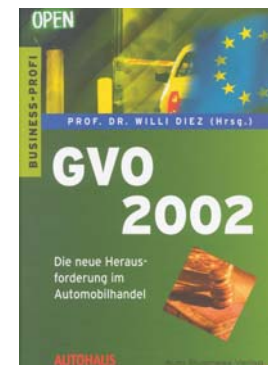
Diez, W.:
**Prozessoptimierung im
Automobilvertrieb**

Verlag: Dr. Th. Gabler Verlag
Erscheinungsjahr: 2002
ISBN: 3409188649



Diez, W. und Stollenmaier, M.:
**Kostenmanagement im Kfz-Betrieb mit
Musterkostenrechnungen**

Verlag: Vogel Verlag
Erscheinungsjahr: 2001
ISBN: 3802318633



Diez, W. (Hrsg.):
**GVO 2002 - Die neue
Herausforderung**

Verlag: Auto Business Verlag
Erscheinungsjahr: 2002
ISBN: 3890591132

per Telefax: +49 (0) 7331 22 450

Name, Vorname	Firma
Abteilung/Funktion	erreichbar unter: Tel./E-Mail
Straße	Plz/Ort

Anzahl	Titel	Jahr	Preise in €*
<input type="checkbox"/>	Diez Zukunft der Automobil-Premiumhersteller in Zeiten der Finanzkrise (Arbeitspapier Nr. 3/2009)	2009	69,-
<input type="checkbox"/>	Diez Automobilkonjunktur am Wendepunkt (IFA Konjunktur Monitor Herbst 2009)	2008	69,-
<input type="checkbox"/>	Diez New Opel – Prüfsteine zum Rettungsplan für das Traditionsunternehmen (Arbeitspapier Nr. 2/2009)	2009	69,-
<input type="checkbox"/>	Diez/Freudenthaler TOP 100 Händlergruppen, 5., aktualisierte Auflage (Arbeitspapier Nr. 1/2009)	2009	149,-
<input type="checkbox"/>	Diez Weltautomobilmärkte: Nach der Krise der Boom? (IFA Konjunktur Monitor Herbst/Winter 2008)	2008	69,-
<input type="checkbox"/>	Diez/Hallamoda/Struever Margensysteme im Automobilvertrieb – Entwicklungstendenzen und Optimierungspotenziale (Arbeitspapier Nr. 5/2008)	2008	69,-
<input type="checkbox"/>	Diez Ökologie als Markenwert – Ökologieorientiertes Marketing in der Automobilindustrie (Arbeitspapier Nr. 3/2008)	2008	49,-
<input type="checkbox"/>	Diez Auf dem Weg zur Welt-Kooperations-Industrie (Arbeitspapier Nr. 3/2007)	2007	89,-
<input type="checkbox"/>	Diez Billigautos – Chance für den Automobilstandort Deutschland? (Arbeitspapier Nr. 2/2007)	2007	129,-
<input type="checkbox"/>	Diez/Jakob Möglichkeiten und Grenzen der internationalen Werbepstandardisierung in der Automobilindustrie (Forschungsbericht Nr. 1/2007)	2007	89,-
<input type="checkbox"/>	Diez Herausforderungen und Perspektiven im Markt für Super Sportwagen (Arbeitspapier Nr. 1/2007)	2007	89,-
<input type="checkbox"/>	Reindl/Merten Automobile Versicherungsdienstleistungen (Arbeitspapier Nr. 4/2006)	2006	29,-
<input type="checkbox"/>	Diez/Bühler Erfolgsfaktoren bei der Unternehmensnachfolge im Kfz-Gewerbe (Forschungsbericht Nr. 4/2006)	2006	49,-
<input type="checkbox"/>	Diez/Merten Der Zusammenhang zwischen Preisnachlässen und Kundenzufriedenheit (Arbeitspapier Nr. 1/2006)	2006	89,-
<input type="checkbox"/>	Diez/Merten Premiumautomobile und die Zukunft des Automobilstandorts Deutschland (Arbeitspapier Nr. 5/2005)	2005	89,-
<input type="checkbox"/>	Reindl/Merten EDV-Kostenmanagement im Autohaus - MuKo EDV (Forschungsbericht Nr. 3/2005)	2005	69,-
<input type="checkbox"/>	Diez/Brabandt Die Zukunft automobilwirtschaftlicher Finanzdienstleistungen (Forschungsbericht Nr. 2/2005)	2005	69,-
<input type="checkbox"/>	Diez Brauchen Zulieferer eine Marke (Arbeitspapier Nr. 6/2003)	2003	39,-
<input type="checkbox"/>	Diez Tradition und Marke - Ergebnisse einer explorativen Befragung (Forschungsbericht Nr. 25/2003)	2003	69,-
<input type="checkbox"/>	Diez Crossover Fahrzeuge - Wachstumsstrategie oder Sackgasse? (Arbeitspapier Nr. 01/2003)	2003	35,-
<input type="checkbox"/>	Diez Herausforderungen und Perspektiven im Premiummarkt für Automobile	2001	76,-

* *Nettopreise zzgl. gesetzl. MwSt. und Versandkosten*