Herausforderungen für Garagisten und ihren Verband

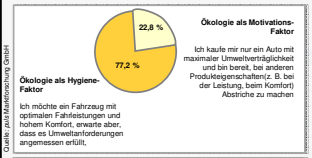
Erfolgreich in schwierigem Umfeld

INSTITUT FÜR AUTOMOBIL AWIRTSCHAFT

Prof. Dr. Willi Diez

Ausführungen anlässlich der Tagung des AGVS, Autogewerbeverband der Schweiz am 23. Januar 2008

Automobil im Spannungsfeld von Kundenwünschen und Medienspektakel!



Quelle: pus Marktforschung GmbH

- Autokunden wollen kein „Verzichts"-Auto, sondern ein „gutes Gewissen"
- Emotionale Basis des Geschäftes ist weiterhin in Takt
  - ⇨ Die Mehrzahl der Menschen schätzen die Mobilität und Unabhängigkeit durch das Auto!
- Umwelt-Aktionen als Medien-Spektakel!
- Wie nachhaltig ist die Wirkung?
- Strategische Fokussierung nicht auf Politik und Medien, sondern auf den Kunden!

Auto und Medien – eine lustvoll-schmerzhafte Beziehung!

Mediale Präsenz teil des Erfolgs der Branche !

Schicksalsgemeinschaft – gegenseitige Abhängigkeit !

Macht der Medien nicht überschätzen – der Kunde ist aufgeklärter als viele glauben!

„Kultur der gegenseitigen Schuldvorwürfe" ist nicht zielführend!

Automobilkritik als Chance für das Automobilgewerbe

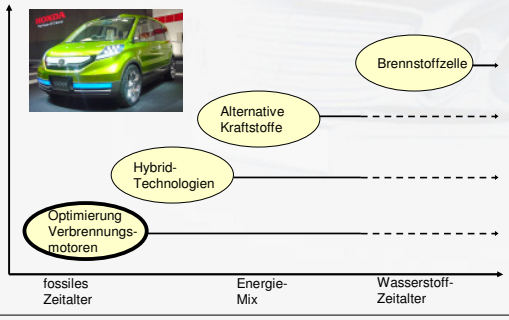
Technologie-Offensive der Hersteller…

…bringt viele neue Modelle!

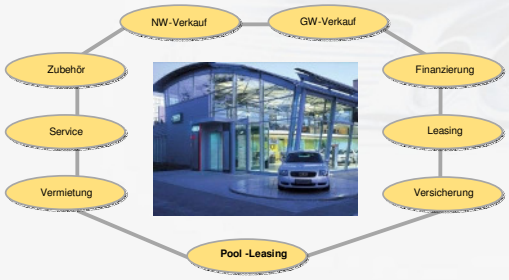
Das Auto der Zukunft sieht anders aus …

Strategien für mehr Energie-Effizienz

Auf dem Weg ins Nach-Öl-Zeitalter



Autohaus als Mobility Provider

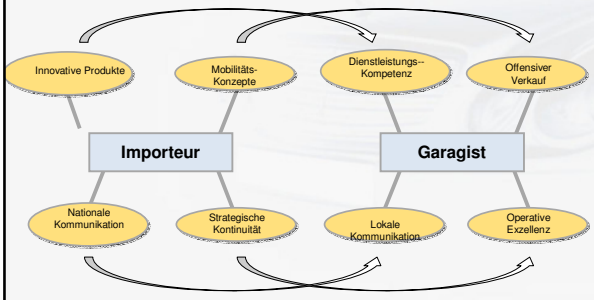


Gehen Sie in die Offensive - starten Sie Ihre Kampagne …

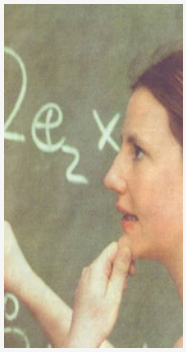
- „Wenn Sie etwas für die Umwelt tun wollen, **kaufen Sie ein neues Auto!“**
- „Wenn Sie etwas gegen Verkehrstote tun wollen, **kaufen Sie ein neues Auto!“**
- „Wenn Sie die Innenstädte entlasten wollen, **kaufen Sie ein neues Auto**!“

Mobilität ist Teil unserer Lebensqualität !

Co-Evolution: Dynamische Partnerschaft in schwierigem Umfeld



Fazit



- Garagist kann Einstellung zum Auto in seinem lokalen Umfeld beeinflussen - Aufgabe der Verbände und Hersteller!
- Wichtigster Erfolgsfaktor für den Garagisten bleibt die Fokussierung auf den Kunden!
- Jammern hilft nicht – „intelligente Konzepte“ sind gefragt (Peter Rothenbühler)
- Starten Sie den nächsten Medien-Hype !!!