

Ausgabe Oktober 2011

## EDITORIAL

*Liebe Mitglieder und Freunde  
des Instituts für Automobilwirtschaft,*

wie kaum in den letzten Jahren ist die Differenz zwischen der Wahrnehmung der aktuellen Situation und den Erwartungen an die nähere Zukunft so groß wie heute. Hohe Auftragsbestände und Vollausslastung kennzeichnen die Lage in der Automobilindustrie wie auch im Automobilhandel.



Dieser aktuellen Situation stehen aber Prognosen gegenüber, die schon jetzt für das kommende Jahr eine Rezession sehen. Niemand kann die Gefahrensignale für die Weltwirtschaft im Allgemeinen und das Automobilgeschäft im Besonderen übersehen. Allerdings – so lehrt die Vergangenheit – kann man Krisen auch herbeireden. Dem muss sich jeder bewusst sein, der sich heute zur weiteren Marktentwicklung äußert. Sicher ist, dass sich das Automobilgeschäft im kommenden Jahr abschwächen wird. Wie stark dieser Abschwung sein wird, hängt nicht zuletzt von der Politik und deren Fähigkeit ab, überzeugende Lösungen für die globale Schuldenkrise zu präsentieren. Unternehmerisch kann man in einer solchen Situation nur so reagieren, dass man sich auf die möglichen, unterschiedlichen Szenarien vorbereitet. Das Jahr 2012 hat durchaus noch die Chance, sich zu einem guten Automobiljahr zu entwickeln. Entscheidend ist, dass sich Verbraucher und Unternehmen nicht vom Pessimismus der Negativprognosen anstecken lassen. Die vielen neuen Modelle, die im Jahr 2012 in den Markt kommen werden, sind eine gesunde Basis für ein nachhaltiges Wachstum der Branche.

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

mail@ifa-info.de • www.ifa-info.de

## INHALT

- **DEKRA/IFA-Studie: Kundenzufriedenheit und Profitabilität im Handel**
- **KPMG/IFA-Studie: Die internationale Nutzfahrzeugindustrie im Umbruch**
- **TOP 100 Händlergruppen:**
- **Schwacke MarkenMonitor 2011**
- **IHK Stuttgart Studie: Otto-, Diesel- oder Elektromotor – wer macht das Rennen?**
- **Zukunftssicherung der Zulieferindustrie**
- **Autohandel in Deutschland**
- **IFA HandelsMonitor: Aufwärtstrend**
- **CarGarantie-Studie: Customer Challenge**
- **Marktforschung: IFA-Panel 2011**
- **Volkswagen und Audi Händlerverband: Erfolgsfaktoren im Handelsgeschäft**
- **125 Jahre Automobil**
- **Die Händler müssen raus aus den Autohäusern**
- **Zukunft des Autos: Experten diskutieren über den Antrieb des Autos der Zukunft**
- **Shanghai Motor Show 2011**
- **Professor Diez in Neu Delhi**
- **Kelsterbach Talk: Wer kauft morgen noch Autos?**
- **Aftermarket-Jahrestagung: Ertragspotenziale im Werkstatt- und Teilegeschäft**
- **Fahrzeugrestwerte: 1. Langenburger Kreis**
- **Hochschultage 2011: Automobilsommer**
- **autoshow Geislingen: Faszination erleben**
- **Automotive Expertise: Professor Reindl als Gutachter**
- **Unternehmensplanspiel NUCARS 2011**
- **Zweiter Kurs im Masterstudium**
- **Rekordverdächtiger Semesteranlauf: Bewerberzahlen zwingen zum Ausbau der Studiengänge**
- **Automobilwirtschaftliche Kompetenz: Spitzenposition in Europa**
- **CHE-Ranking: Spitzen-Rankings zu Bachelor- und Masterprogrammen**
- **Neue Strukturen und Internationalisierung**
- **ZDK-Preise für Jennifer Frey und Paul Krull**

## **Vierte DEKRA/IFA-Studie: Führt Kundenzufriedenheit zu einer höheren Profitabilität im Automob- bilhandel?**

Wohl kaum ein Thema ist zwischen Automobilherstellern und Automobilhändlern so umstritten wie das Thema Kundenzufriedenheit. Das mag überraschen, denn letztlich muss doch Beiden – Herstellern wie Händlern – eine hohe Kundenzufriedenheit am Herzen liegen.

Der Streit um die Kundenzufriedenheit betrifft denn auch weniger das Ziel, eine hohe Kundenzufriedenheit zu erzielen, denn niemand wird die Relevanz zufriedener Kunden für ein erfolgreiches Geschäft bestreiten. Es ist eher das *Wie* und das *Wieviel*, um das die Auseinandersetzung geht.

Obwohl es nun wahrlich keinen Mangel an Studien über Kundenzufriedenheit gibt, mag es daher berechtigt und notwendig sein, das Thema Kundenzufriedenheit einmal speziell unter dem Gesichtspunkt unter die Lupe zu nehmen, ob hohe Kundenzufriedenheit sich letztlich auch in einer hohen Profitabilität des Handels niederschlägt.

Die vorliegende Studie versucht eine ideologiefreie, will sagen: faktenbasierte Beantwortung dieser Frage. Dabei ist klar, dass der Zusammenhang zwischen Kundenzufriedenheit und Profitabilität so komplex ist, dass hier keine einfache Antwort existiert. Immerhin erlauben es die ermittelten Ergebnisse, Aussagen darüber zu treffen, welche zufriedenheitsrelevanten Maßnahmen einen positiven Einfluss auf die Ertragskraft von Händlerbetrieben haben und welche nicht. Eine solche ertragsorientierte Steigerung der Kundenzufriedenheit um- und durchzusetzen, ist letztlich die gemeinsame Aufgabe von Herstellern und Händlern.

*Prof. Dr. Willi Diez*

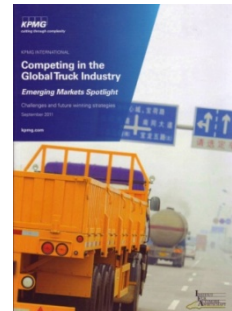


*Die Studie "Führt Kundenzufriedenheit zu einer höheren Profitabilität im Automobilhandel?" kann bei der DEKRA Automobil GmbH angefordert werden: [www.dekra.de](http://www.dekra.de)*

*Tel. 0711 7861 0  
Fax 0711 7861 2240*

## **KPMG/IFA-Studie: Die internationale Nutzfahrzeugin- dustrie im Umbruch**

In Zusammenarbeit mit der Unternehmensberatung KPMG hat das Institut für Automobilwirtschaft (IFA) eine Studie zu den Entwicklungstendenzen im weltweiten Nutzfahrzeugmarkt erstellt. Einige der wesentlichen Erkenntnisse der Studie sind:



- die regionalen Wachstumsschwerpunkte werden sich weiter in Richtung der Emerging Markets verlagern,
- das Thema „Green Fleet“ wird weiter an Bedeutung gewinnen,
- das Nutzfahrzeuggeschäft wird auch in Zukunft ein extrem zyklisches Geschäft bleiben,
- die Realisierung von Scale-Effekten bei gleichzeitig unterschiedlich Märkten und Produktkonzepten ist eine der großen Herausforderungen für die Branche.

Die Studie beinhaltet einen Überblick über die Marktentwicklung und Wettbewerbssituation in China und Indien. Sie zeigt, dass in diesen Märkten ein Einstieg nur mit technisch und preislich angepassten Fahrzeugen möglich ist. Für die Zukunft wird erwartet, dass es in diesen Märkten drei wesentliche Marktsegmente geben wird:

- das Low-Cost-Segment mit technisch anspruchslosen und billigen LKW,
- das Modern-Domestic-Segment mit weiterentwickelten, robusten und nach wie vor sehr preiswerten LKW sowie
- das Premium-Segment mit technisch und qualitativ hochwertigen LKW, das heute noch klein ist und nur langsam wachsen wird.

Ein erfolgreicher Markteintritt, so eine der Erkenntnisse der Studie, ist nur über das Low-Cost-Segment möglich.

Die Ergebnisse der Studie basieren auf zahlreichen Interviews mit Executive Managern aus der Branche. So standen u.a. Andreas Renschler, Mitglied des Vorstands der Daimler AG und dort für das Truck-Geschäft verantwortlich, sowie der Vorstandsvorsitzende von Mahle, Professor Heinz Junker, für Interviews zur Verfügung.

*Prof. Dr. Willi Diez*

*Die Studie kann bei der KPMG angefordert werden: [www.kpmg.de](http://www.kpmg.de)*

## Händlergruppen-Studie: **TOP 100 Händlergruppen: Konsolidierung setzt sich fort**

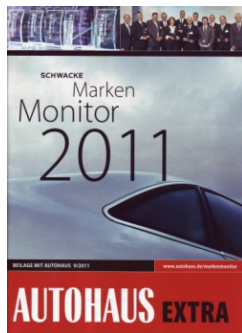
Mit der nunmehr 7., aktualisierten Auflage setzt das IFA-Institut seine Analysen zur Entwicklung der größten Händlergruppen in Deutschland fort. Wiederrum enthält die diesjährige Studie eine Liste der 100 größten Händlergruppen in Deutschland sowie entsprechende Kurzporträts. Die Studie liefert darüber hinaus aktuelle Daten zur Lage und zu den Entwicklungstendenzen im deutschen Automobilhandel insgesamt. Außerdem wird der Stand der Hersteller-/Händlerbeziehungen beleuchtet und deren Optimierungsmöglichkeiten aufgezeigt.

*Christian Grimberg (B.A.)*

Die Studie kann beim Institut für Automobilwirtschaft bestellt werden: [www.ifa-info.de](http://www.ifa-info.de)

## Händlerzufriedenheit: **Zufriedenheit minimal gesunken – Ergebnisse des Schwacke Marken- Monitor 2011**

Die Zufriedenheit der deutschen Fabrikatshändler mit ihren Herstellern und Importeuren ist in diesem Jahr leicht gesunken. Nachdem in den vergangenen drei Jahren ein Zufriedenheitszuwachs festgestellt werden konnte, war die durchschnittliche Händlerzufriedenheit nach der diesjährigen Erhebung rückläufig. Sie sank auf die Note 2,78 gegenüber 2,77 im Vorjahr (Schulnotensystem: 1 = sehr zufrieden; 6 = unzufrieden).



Nach Ablauf der Abwrackprämie ging auch die Renditezufriedenheit leicht zurück. Bewerteten die Vertragshändler in der Erhebung im Frühjahr des Jahres 2010 ihre Gesamtumsatzrendite noch mit der Note 2,81, so lag die Bewertung in diesem Jahr bei 2,88. Sie hat sich damit innerhalb eines Jahres um 0,07 Notenpunkte verschlechtert.

Die Fachzeitschrift "AUTOHAUS" hat in einem Sonderheft wichtige Ergebnisse des Schwacke

MarkenMonitor 2011 zur Zufriedenheit der deutschen Automobilhändler mit ihren Herstellern veröffentlicht.

*Prof. Dr. Willi Diez*

Das Sonderheft steht unter [www.autohaus.de](http://www.autohaus.de) als Download zur Verfügung.

## Studie der IHK Stuttgart: **Otto-, Diesel- oder Elektromotor – wer macht das Rennen?**

Der aktuelle Hype um das Elektroauto und die Fokussierung der politischen Aktivitäten auf die Förderung des Elektroantriebs könnte sich schon in wenigen Jahren als ein fataler Irrweg erweisen. Angesichts der großen technischen und wirtschaftlichen Herausforderungen wird



das rein batteriebetriebene Elektroauto auf absehbare Zeit hin eine zwar wichtige Rolle spielen, aber doch letztlich Nische bleiben. Entscheidend für die Zukunft des Automobilstandorts Baden-Württemberg ist die Weiterentwicklung des Verbrennungsmotors und seiner Hybridisierungsvarianten. Daher sollte die gegenwärtig schon fast inflationär ansteigende Zahl von Aktivitäten auf dem Gebiet des Elektroantriebs auf ihre Zukunftsrelevanz hin bewertet und gebündelt werden. Gleichzeitig sollte die öffentliche Diskussion um das Elektroauto nicht zuletzt durch die politischen Entscheidungsträger versachlicht und ein Beitrag zur Imageaufwertung von Benzin- und Dieselfahrzeugen geleistet werden.

Im Rahmen der vorliegenden Studie wurden zur Abschätzung der künftigen Bedeutung der verschiedenen Antriebstechnologien drei Szenarien entwickelt:

Szenario I „Evolution“: Dieses Szenario basiert auf einer Fortschreibung der in den letzten Jahren erkennbaren politischen, gesellschaftlichen, wirtschaftlichen und technischen Trends.

Szenario II „Zeitenwende“: Dieses Szenario geht davon aus, dass ein sich beschleunigender Klimawandel die Politik zu einer deutlichen Verschärfung gesetzlicher Vorgaben hinsichtlich der CO<sub>2</sub>-Emissi-

onen zwingt und sich Rohöl auf einen Preis von über 200 Dollar/Barrel bis zum Jahr 2020 verteuert.

Szenario III „Strukturbruch“: In diesem Szenario wird nicht nur ein verstärkter Druck auf die politischen Entscheidungsträger und die Automobilunternehmen erwartet, sondern auch das Auftreten von neuen Akteuren, die mit ungewöhnlichen Geschäftsmodellen für eine schnelle Akzeptanz neuer Antriebstechnologien sorgen.

Die Ergebnisse dieser Szenarien zeigen, dass Fahrzeuge mit alternativen Antriebskonzepten durchaus über ein erhebliches Marktpotenzial verfügen. So könnte der Anteil von Hybrid-Fahrzeugen (Voll-Hybride und Plug-in-Hybride) an den Gesamtverkäufen von Automobilen bis zum Jahr 2030 weltweit im Szenario I auf 30 – und im Szenario II sogar auf bis zu 68 Prozent – steigen. Andererseits sind aber die Wachstumspotenziale für batteriebetriebene Elektrofahrzeuge (BEV) und Brennstoffzellenfahrzeuge (FCV) aufgrund der genannten Kosten und Nutzungsnachteile beschränkt. Im Szenario I wird deren Anteil an den Gesamtverkäufen bis zum Jahr 2030 auf weltweit fünf, im Szenario III auf 12 Prozent geschätzt.

Insgesamt ist festzustellen, dass der Verbrennungsmotor noch lange die Basis des motorisierten Individualverkehrs bleiben wird. Nach den dargestellten Szenarien werden auch im Jahr 2030 noch rund 90 Prozent aller weltweit verkauften Automobile über einen Verbrennungsmotor verfügen, wenn man berücksichtigt, dass auch elektrifizierte Antriebskonzepte wie der Voll-Hybrid und der Plug-in-Hybrid weiterhin einen Benzin- oder Dieselmotor benötigen.

Der Trend zur „Elektrifizierung des Antriebsstranges“ ist daher auf mittlere Sicht keine Bedrohung des Automobilstandorts Baden-Württemberg und der Automobilregion Stuttgart, sondern eine Chance. Sollte sich insbesondere die Brennstoffzelle durchsetzen, würde dies den Automobilstandort Baden-Württemberg sogar stärken, da nach einer jahrzehntelangen Forschungs- und Entwicklungsarbeit in diesem Technologiebereich ein großes Know-how in der Region vorhanden ist.

*Prof. Dr. Willi Diez*

*Die Studie "Otto-, Diesel- oder Elektromotor – wer macht das Rennen? (Oktober 2010)" ist über die IHK Stuttgart zu beziehen: [www.stuttgart.ihk.de](http://www.stuttgart.ihk.de)*

## **Zukunftsprojekt Zulieferindustrie: Handlungsansätze zur Zukunftssicherung der deutschen Zulieferindustrie**

Zulieferunternehmen, die nicht austauschbar sind und auf schwer zu imitierende Wettbewerbsvorteile setzen, werden nicht nur die Krise überstehen, sie werden als Gewinner aus der aktuellen Situation hervorgehen. Zu diesem Schluss kommt die Studie „Zukunftsprojekt Zulieferindustrie“ von Professor Dr. Stefan Reindl.

Die Zukunftsfähigkeit der Zulieferer hängt entscheidend davon ab, wie sie ihren strukturellen und systemimmanenten Schwächen begegnen. Aus den analysierten Rahmenbedingungen und Veränderungstreibern ergibt sich eine Vielzahl an Herausforderungen, aber auch eine Reihe von Erfolgsfaktoren für die Zukunftssicherung. Sie betreffen die Schaffung einer soliden Unternehmensfinanzierung, die Steigerung der Flexibilität im operativen Geschäft und die Erhöhung der Führungs- und Steuerungskompetenz genauso wie die Neudefinition der Unternehmensstrategie.

Neben den identifizierten Erfolgsfaktoren zählen nach wie vor traditionelle Kompetenzen wie die Kundenorientierung, Zuverlässigkeit und hohes Qualitätsniveau zu den essentiellen Faktoren der Zukunftssicherung. Deutsche Zulieferunternehmen haben so die Chance, der aktuellen Situation zu trotzen, um gestärkt aus der Krise hervorzugehen und um ein neues Kapitel des Wachstums aufzuschlagen.

*Prof. Dr. Stefan Reindl*

*Die Studie ist beim Institut für Automobilwirtschaft erhältlich. Bestellung unter: [www.ifa-info.de](http://www.ifa-info.de)*

## **Autohandel in Deutschland: In den Fängen von Facebook**

Kaum haben sich Newsletter und E-Mail im Katalog der Kundenkontaklinstrumente des Handels etabliert, da verändern Facebook & Co. schon wieder die Kommunikation mit dem Kunden. Denn in den Social Media kommuniziert der Autohändler nicht einfach mit seinen



potenziellen Kunden, sondern die Kunden kommunizieren auch – vor allem untereinander.

Das Sonderheft der Automobilwoche „Autohandel in Deutschland 2011“ enthält neben einem Gastkommentar von Professor Diez noch zahlreiche weitere Beiträge aus der Forschungsarbeit des IFA-Institutes. So zum Beispiel zu den TOP 100 Händlergruppen, zum Restwertmanagement und Gebrauchtwagengeschäft sowie zum After Sales.

*Prof. Dr. Stefan Reindl*

### **IFA HandelsMonitor: Aufwärtstrend im Handel**

Bereits in den Jahren 2007 und 2010 konnten erste Daten zur betriebswirtschaftlichen Leistungsfähigkeit der Autohausbetriebe in Deutschland auf Basis des IFA OnlinePanels erhoben werden. Sie dienen als Referenzwerte zur vorliegenden Untersuchung. Im Zeitraum von 27. Januar bis 3. März 2011 ließen sich über den IFA OnlinePanel ein weiteres Mal relevante Daten und Kennzahlen von Autohäusern aus dem abgelaufenen Geschäftsjahr 2010 zusammentragen und analysieren. Darüber hinaus gibt der Sonderteil „Basel III“ wertvolle Tipps, das Rating in Autohausunternehmen nachhaltig positiv zu beeinflussen.

Der IFA HandelsMonitor kommt in diesem Jahr insgesamt zu dem Ergebnis, dass sich die Situation der befragten Autohausunternehmen innerhalb des Jahres 2010 im Vergleich zu den Vorjahren entspannt hat. Dies belegen nicht zuletzt die Daten des Statistischen Bundesamtes, denn die Zahl der Insolvenzen im Kraftfahrzeuggewerbe ist im vergangenen Jahr um 10,8 Prozent gesunken. Im Bundesdurchschnitt sowie über alle Branchen hinweg haben sich dagegen die Insolvenzfälle lediglich um 2,1 Prozent verringert. Damit hat sich die Lage der Autohäuser und Werkstätten deutlich besser entwickelt als die Gesamtsituation deutscher Unternehmen.

Die wesentlichen Kennzahlen nach Geschäftsfeldern innerhalb der Studie geben zu den gravierenden Stärken und Schwächen der Betriebe im Kfz-Gewerbe Aufschluss. Das höchste Gefährdungspotenzial aus gesamtbetrieblicher Sicht boten im Jahr 2006 vor allem die niedrigen Eigenkapitalquoten. Die betriebswirtschaftliche Tragfähigkeit war 2006 zudem aufgrund der geringen Profitabilität im Handelsgeschäft stark eingeschränkt. Im Jahr 2009 dürfte vor allem der Abbau von Lager- und Vor-

fürwagenbeständen sowie der zusätzliche Absatz aufgrund der „Abwrackprämie“ für Entspannung bei der Eigenkapitalquote und der Umsatzrentabilität gesorgt haben. Dieser Trend hat sich auch im vergangenen Jahr 2010 – zumindest im ersten Halbjahr – fortgesetzt. Allerdings haben sich auch die durchschnittlichen Kostenquoten in den Jahren 2009 und 2010 spürbar erhöht.

*Prof. Dr. Stefan Reindl*

*Die Studie ist beim Institut für Automobilwirtschaft erhältlich. Bestellung unter: [www.ifa-info.de](http://www.ifa-info.de)*

### **IFA-/CarGarantie-Studie: Customer Challenge**

Bereits anlässlich der Automechanika in Frankfurt hat das Institut für Automobilwirtschaft (IFA) im Auftrag der CG Car-Garantie Versicherungs-AG die neue Gebrauchtwagenstudie „Customer Challenge – Was macht die Erfolgreichen so erfolgreich?“ erstellt. Die Studie zeigt Maßnahmen und Instrumente auf, die auf praxistaugliche Handlungsansätze abzielen, um damit die betriebswirtschaftliche Performance im Gebrauchtwagengeschäft direkt zu beeinflussen. Die Studie „Customer Challenge“ knüpft an die vorangegangenen Untersuchungen „Customer Value“ und „Customer Lifetime“ an und zeigt zusätzlich zur Marktsituation in Deutschland die Situation in Österreich und der Schweiz auf.

Der Schwerpunkt der Studie liegt auf der Identifizierung von Aktionsfeldern im Autohaus, die geeignet sind, die Erfolgsgrößen im Gebrauchtwagengeschäft nachhaltig positiv zu beeinflussen. Diese wurden durch Maßnahmen und Instrumente konkretisiert und zu Erfolgsfaktoren verdichtet. Insgesamt werden vier strategische und vier operative Aktionsfelder anhand detaillierter Handlungsempfehlungen und Fallbeispielen aus der Unternehmenspraxis behandelt.

Die Untersuchungsergebnisse werden durch eine repräsentative Online- und Telefon-Erhebung von über 250 Autohausunternehmen und zahlreichen Expertengesprächen in Deutschland gestützt.

*Prof. Dr. Stefan Reindl*

*Die Studie ist für 29,- € zzgl. gesetzl. MwSt. und Versandkosten bei der CG Car-Garantie Versicherungs-AG erhältlich. Bestellung unter: [servicecenter@cargarantie.com](mailto:servicecenter@cargarantie.com)*

## **Marktforschung: IFA-Panel 2011**

Das Institut für Automobilwirtschaft (IFA) unterhält seit mehr als drei Jahren ein eigenes Forschungspanel. 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 im 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.

*Prof. Dr. Stefan Reindl*

*Weiterführende Informationen unter:  
[www.ifa-info.de](http://www.ifa-info.de)*

## **Volkswagen und Audi Händlerverband: Erfolgsfaktoren im Handelsgeschäft**

Anfang Mai 2011 lud der Volkswagen und Audi Händlerverband zu regionalen Mitgliederversammlungen ein. Traditionell standen aktuelle Themen aus Konzern und den Marken auf dem Programm. Ebenso informierten die Verbandsrepräsentanten über die jeweils in den Markenbeiräten und im Vorstand behandelten Themen.

Als Gastreferent konnte Professor Dr. Stefan Reindl vom Institut für Automobilwirtschaft (IFA)

gewonnen werden. Er referierte über die Neuausrichtung der Strategien im Handelsgeschäft sowie über Erfolgsfaktoren, die zu nachhaltigem betriebswirtschaftlichen Erfolg in den Autohäusern beitragen. Darüber hinaus war Professor Reindl an den Nachmittagen Referent in einem der drei angebotenen Foren. Sein Schwerpunkt war auf das Ersatzwagen- und Vermietgeschäft im Autohaus gerichtet, denn bislang existieren nur bedingt wissenschaftlich gestützte Untersuchungen zu den komplexen betriebswirtschaftlichen Zusammenhängen bezüglich dieses Geschäftsbereichs im Autohaus. Über die Vermieterlöse hinaus müssen beispielsweise die Impulse für den Neuwagenbereich, die Weitervermarktung der Ersatzfahrzeuge als Gebrauchtwagen sowie die Steuerung der Gebrauchtwagenstandzeiten durch die Nutzung als Ersatz- und Mietfahrzeuge analysiert werden – um nur einige Faktoren zu nennen.

Nicht nur der betriebswirtschaftliche Erfolg des Ersatz- und Mietwagengeschäfts im Autohaus konnte inzwischen am Institut für Automobilwirtschaft (IFA) nachgewiesen werden. Die Untersuchungen zeigen darüber hinaus, dass sich einerseits die Profitabilität dieses Geschäftsbereichs entscheidend durch gezielte Maßnahmen steigern lässt. Andererseits beschreibt die Studie die wesentlichen Stellhebel für ein professionelles Management des Ersatz- und Mietwagengeschäfts im Autohaus.

*Die Studie ist bei der Euromobil GmbH in Isernhagen erhältlich. Bestellung unter: [www.euromobil.de](http://www.euromobil.de)*

## **125 Jahre Automobil: Niedergang oder Neuerfindung**

Ein Ende des Automobilzeitalters ist angesichts neuer weltweiter Absatz- und Produktionsrekorde nicht in Sicht. Und doch: das Automobil und die Automobilindustrie feiern das Jubiläum zu einem Zeitpunkt, an dem die Branche vor ihrer größten Herausforderung steht, nämlich der Bewältigung des eigenen Erfolgs.

Der Prozess der Massenmotorisierung ist in eine neue Phase eingetreten: Waren es bislang die reichen Industrieländer, auf die der überwiegende Teil des weltweiten Automobilabsatzes entfiel, so werden es in Zukunft vor allem die bevölkerungsreichen Länder in Asien und Lateinamerika sein, die den Motorisierungsprozess tragen. Die ökologi-

schen und energiepolitischen Herausforderungen werden sich damit potenzieren.

In einem Essay für die „Stuttgarter Zeitung“ (19. Februar 2011) beleuchtet Professor Diez die Geschichte und Zukunft der vielleicht wichtigsten industriellen Erfindung des 19. Jahrhunderts.

### **Automobilhandel: Die Händler müssen raus aus den Autohäusern**

Wie sollte ein vorausschauender Händler heute investieren? Auf keinen Fall mehr ausschließlich in „Bau, Steine, Erden“: Mit einem noch schickeren Showroom oder einer noch größeren Verkaufsfläche allein können Händler den Herausforderungen der Zukunft nicht angemessen begegnen. Vielmehr kommt es darauf an, intelligent in bestehende und künftige Kundenbeziehungen zu investieren.

Das Lead-Management wird zur entscheidenden Größe: Die millionenfachen Kontakte mit den globalen Konsumenten, die heute jede Marke tagein, tagaus erreicht, müssen auch die Händler nutzen. Hier eröffnen Internet, Web 2.0 oder intelligente Apps als neue Kommunikations- und Vertriebskanäle dem Handel ganz neue Möglichkeiten. Die Händler können auf diese Weise den Kundenkreis zu ausgesprochen geringen Kosten erweitern und vor allem die immer stärker divergierenden Kundengruppen ganz persönlich ansprechen.

In einem Interview für die Zeitschrift „Automotive Now“ (Frühjahr 2011) zeigt Professor Diez künftige Entwicklungstendenzen im Automobilhandel auf.

### **Zukunft des Autos: Experten diskutieren über den Antrieb des Autos der Zukunft**

Esslingen – Scharfe CO<sub>2</sub>-Vorgaben, teures Öl, eine sich verändernde Kundennachfrage – die Automobilindustrie reagiert darauf mit neuen Motortechnologien. Die Branche befindet sich im Wandel, sparsamer und sauberer sollen die Fahrzeuge sein. Manche sprechen von einer Schicksalsfrage, besonders für das Autoland Baden-Württemberg und die Region Stuttgart. Die mittlerweile 18. Veranstaltung der Reihe „Im Gespräch“, veranstaltet von

der Kreissparkasse Esslingen-Nürtingen und der Esslinger Zeitung, ging eben dieser Frage nach: Wie wird das Auto der Zukunft angetrieben? Im Angebot sind: Elektromotoren, Brennstoffzellentechnik, Hybridantriebe und optimierte Verbrennungsmotoren. 500 Gäste interessierten sich für das Thema und kamen am Dienstagabend in die Zentrale der Kreissparkasse Esslingen-Nürtingen.

Es diskutierten mit Professor Diez: Professor Dr. Herbert Kohler von der Daimler AG und Dr. Günter Baumann, Vorsitzender des Firmenbeirates von Eberspächer.

### **Shanghai Motor Show 2011: Automobile Supermacht China**

China ist mit mehr als 17 Mio. verkauften Autos nicht nur der größte Automobilmarkt der Welt, sondern wird auch immer mehr zu einem technologischen Entwicklungszentrum für alternative Antriebskonzepte. Vor allem Elektroautomobile könnten in Zukunft verstärkt aus China kommen. Dieses Fazit zieht Professor Diez nach dem Besuch einer der größten Automobilmessen der Welt, der Shanghai Motor Show. Der Geislinger Auto-Professor hatte dabei Gelegenheit mit namhaften chinesischen Experten und Managern über die Zukunft des Automobilmarktes zu sprechen.

Das rasante Wachstum des chinesischen Automobilmarktes, der in den letzten Jahren um mehr als 50 Prozent gewachsen ist, stellt China vor große energiepolitische Herausforderungen. Denn das Land selbst ist arm an Ölvorkommen, so dass in den nächsten Jahren mit stark steigenden Kraftstoffpreisen gerechnet wird. Um die Abhängigkeit vom Öl zu reduzieren, fördert die chinesische Regierung nicht nur die Forschung und Entwicklung von Elektroautomobilen, sondern auch deren Anschaffung mit einem Betrag von rund 6.000 Euro. Noch sind zwar auch in China Elektroautos eine rare Ausnahme auf den Straßen. Auf der Shanghai Motor Show zeigten jedoch alle großen chinesischen Automobilhersteller selbst entwickelte Elektroautos, die in den nächsten Jahren auf den Markt kommen werden.

Da die Tongjii-Universität auch ein Partner des IFA-Institutes in Geislingen ist, hofft Diez, dass es zu einem Transfer von Know-How zwischen den Hochschulen kommen wird. So galt einer seiner Termine in Shanghai auch einem Gespräch mit sei-

nem Kollegen Professor Ma Jun von der Tongji-Universität. Es ist geplant, den Austausch von Studierenden zu verstärken, nachdem im vergangenen Jahr ein Student der Tongji-Universität ein Praktikum in Geislingen absolviert hat.

Professor Diez, der in den vergangenen Jahren bereits mehrmals in China war, zeigte sich von den Fortschritten, die die chinesischen Automobilhersteller machen, beeindruckt: „Galt es noch vor wenigen Jahren in China als chic, Plagiate westlicher und vor allem deutscher Autos zu produzieren, so ist es jetzt das Ziel der Chinesen, selbst technisch fortschrittliche Automobile zu bauen. Wir müssen zwar in Deutschland keine Angst haben, aber die automobilen Welt bewegt sich immer stärker in Richtung Asien. Schon in wenigen Jahren wird Asien Nordamerika und Europa als wichtigste Absatzregion für Automobile überholen.“

### **Vortrag von Professor Diez in Neu Delhi: Indien auf dem Weg zur Nr. 3 im Weltautomobilmarkt**

Der internationale Bekanntheitsgrad und Ruf des Geislinger Automobil-Institutes nimmt weiter zu: Auf Einladung des indischen Automobilherstellerverbandes SIAM war Professor Diez der einzige deutsche Gastredner bei der 51. Jahrestagung des indischen Automobilherstellerverbandes am 7. September 2011 in Neu Delhi. Die Veranstaltung, die in diesem Jahr unter dem Motto „Reinventing Mobility: Vision 2020“ stand, wurde von mehr als 1.000 Teilnehmern besucht und ist der mit Abstand wichtigste Automobilkongress in Indien. Professor Diez referierte über alternative Antriebstechnologien und deren Marktchancen.

Im Rahmen seines Vortrages ging er vor allem auf die Möglichkeiten zur Reduktion des Kraftstoffverbrauches und die Senkung der klimarelevanten Kohlendioxidemissionen ein – ein Thema das in Indien aufgrund des schnell wachsenden Automobilmarktes von zunehmender Bedeutung ist. Mit mehr als einer Milliarde Menschen ist Indien – nach China – das bevölkerungsreichste Land der Erde und hat in den letzten Jahren einen Wirtschaftsboom mit zweistelligen Wachstumsraten erlebt. In Indien werden dieses Jahr rund 2 Mio. Pkw verkauft. Bis zum Jahr 2020 wird Indien mit 9 Mio. verkauften Fahrzeugen weltweit die Nr. 3 avancieren.

Zwar wird das Straßenbild noch immer stark von den traditionellen, mittlerweile auch motorisierten Rikschas bestimmt, doch immer mehr Inder wollen sich den Traum vom eigenen Auto erfüllen. Die indische Regierung geht davon aus, dass das Land bis zum Jahr 2020 mit 9 Mio. Neuwagen – hinter China und den USA, aber deutlich vor Japan und Deutschland – der drittgrößte Automobilmarkt der Welt sein wird. Dementsprechend bauen auch die deutschen Automobilhersteller ihr Engagement in Indien aus.

Professor Diez gab den anwesenden Auto-Managern den Rat, zunächst an der weiteren Optimierung der Benzin- und Dieselmotoren zu arbeiten, da es hier noch ein erhebliches Potenzial zur Senkung des Verbrauchs und der Schadstoffemissionen gebe. Verbesserungen könnten hier schnell umgesetzt werden und würden damit auch sofort wirksam. Für die Ballungszentren empfahl Professor Diez einen verstärkten Einsatz von Elektrofahrzeugen, für die allerdings erst noch eine Infrastruktur geschaffen werden müsse.

Die Ausführungen von Professor Diez stießen auf so großes Interesse, dass er bereits für Januar eine erneute Einladung nach Indien erhalten hat. Dann findet in Neu Delhi die größte Automobilmesse Asiens statt.



*Sein Vortrag (in englischer Sprache) steht auf der Website des IFA-Institutes zum Download zur Verfügung: [www.ifa-info.de](http://www.ifa-info.de)*

### **Kelsterbach Talk: Wer kauft morgen noch Autos?**

Wertewandel, hohe Anschaffungs- und Unterhaltskosten sowie der politisch gewollte Trend zum alternativen Antrieb verändern die Einstellung vor allem jüngerer Käuferschichten zum Auto drastisch. Die ungelösten Fragen um das Antriebskonzept der Zukunft haben die Kunden verunsichert. Und immer öfter wird der Kauf eines neuen Autos generell in Frage gestellt – Smartphones, Kleidung oder Reisen genießen nicht zuletzt unter jüngeren Konsumenten einen hohen Stellenwert. Beide Aspekte führen dazu, dass die Industrie viel stärker auf Nut-

zungskonzepte für Mobilität hinarbeiten muss. Wie diese aussehen können und welche Herausforderungen diese Entwicklung birgt, war Gegenstand der Diskussion im Kelsterbach Talk am 11. September 2011 im Vorfeld der IAA in Frankfurt.

Professor Reindl ging in seinen Statements auf die herausragende Rolle des Automobils für die individuelle Mobilität ein. Darüber hinaus bewertete er Mobilitätskonzepte auf Basis des Car-Sharing-Gedankens. Er kam zu dem Schluss, dass Konzepte, die auf unterschiedlichen IT-Konzepten und Zugangsvoraussetzungen beruhen, der verkehrsträgerübergreifende Vernetzung – und damit der schnelle Ausbreitung solcher Angebote – entgegenstünden. Auch die schnelle Ausbreitung von Elektroautos werde durch den Einsatz verschiedener Batterie- und Ladekonzepte behindert.

Moderator der Veranstaltung war Stefan Wolff. Er berichtet seit 1998 als freier Finanz- und Wirtschaftsjournalist unter anderem für die ARD, die Deutsche Welle und den Deutschlandfunk vom Parkett der Frankfurter Börse und vom Wirtschaftsplatz Frankfurt.

#### **Aftermarket-Jahrestagung:**

### **Ertragspotenziale im Werkstatt- und Teilegeschäft**

Der Preisdruck und die Konsumzurückhaltung bei Neu- und Gebrauchtwagen bieten Chancen für den Kundendienst- und Ersatzteilmarkt. Gleichzeitig steigen aber auch 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 zunehmender Wettbewerbsintensität im Servicegeschäft. Zusätzlich erhöhen die zunehmende Fahrzeugkomplexität und neue gesetzliche Vorschriften die Kosten von Herstellern, Händlern und Werkstätten.

Auf der 7. EUROFORUM Jahrestagung "Der Automobil-Aftermarket", die am 21. und 22. März 2011 in Stuttgart stattfand, zeigten vor diesem Hintergrund Referenten der Autobauer Ford, Toyota und Volkswagen, Prüfungs- und Versicherungsexperten sowie Fachreferenten aus der Teile- und Zulieferebene die künftigen Wertschöpfungs- und Ertragspotenziale auf. Reinhard Zillessen, Direktor, Ford Service Organisation, und Bernhard Cziesla,

Vertriebsleiter von TOYOTA Deutschland, referierten über die Zusammenarbeit und Geschäftsmodelle zwischen der Hersteller- und Handelsebene im Teilegeschäft. Arno Kalmbach zeigte dagegen Perspektiven der Zusammenarbeit mit freien Werkstattbetrieben auf. Mit Rudolf Wohlfarth, Vorsitzender der Geschäftsleitung der Emil Frey Gruppe Deutschland, war ebenfalls ein Unternehmen der Handelsebene vertreten, um die Rolle des Servicegeschäfts für den unternehmerischen Erfolg darzulegen.

Daneben referierten Axel Berger, Vorstandsvorsitzender der Car-Garantie Versicherungs-AG, und Dirk Martens, HMC Heidelberg Management Consulting, über Kundenbindungsstrategien und die Rolle der Kundenzufriedenheit für den Geschäftserfolg. Uwe Brossette und Marcus Sacré, beide Partner von Osborne Clarke, waren innerhalb der Veranstaltung für wettbewerbsrechtliche Fragestellungen die richtigen Ansprechpartner. Sacha Hold, eBay Motors, und Klaus Jürgensen, Leiter Vertrieb & Marketing beim TÜV NORD, konzentrierten sich bei Ihren Fachreferaten und der anschließenden Diskussion auf die Rolle der neuen Medien im Aftermarket. Hans-Jürgen Mäurer, DEKRA, ging außerdem darauf ein, wie Prüforganisationen und Fachwerkstätten beim Einsatz komplexer Fahrzeugsysteme effizienter zusammenarbeiten können. Besonders die Möglichkeiten zum nachhaltigen Wachstum standen dann beim abschließenden Referat von Hartmut P. Röhl, Präsident des GVA e.V., im Mittelpunkt. Bei der Tagung führte – wie schon in den vergangenen sieben Jahren – Professor Dr. Stefan Reindl den Vorsitz. Die nächste Euroforum Jahrestagung findet am 28. und 29. Februar 2012 in Wiesbaden statt.

*Weiter Informationen unter:*

*[www.euroforum.de/aftermarket](http://www.euroforum.de/aftermarket)*

#### **Fahrzeugrestwerte:**

### **1. Langenburger Kreis**

Nach dem Tiefstand der Fahrzeugrestwerte im Januar 2010 haben sich die Gebrauchtwagenpreise inzwischen wieder nach oben entwickelt. Die Situation in den letzten zwei Jahren macht aber auch deutlich, dass viele Vertriebsorganisationen mit dieser Situation überfordert waren. Vor diesem Hintergrund erarbeitete das Institut für Automobilwirtschaft (IFA) im vergangenen Jahr die umfas-

sende Studie „Residual Value Management“, die im Juni 2010 auf Schloss Langenburg ausgewählten Führungskräften des Gebrauchtwagen- und Restwertmanagements von Herstellern, Importeuren und Finanzdienstleistern vorgestellt wurde.

Mit dem „Langenburger Kreis“ am 5. Mai 2011 haben die Initiatoren, die iic-group und das Institut für Automobilwirtschaft (IFA) den Wunsch der Teilnehmer nach einem jährlichen Treffen zum gegenseitigen Erfahrungsaustausch aufgegriffen, um regelmäßig praxistaugliche Lösungsansätze der Restwert-Thematik aufzugreifen. Den Auftakt für die aktuelle Diskussionsrunde legten unter anderem Impulsvorträge von Professor Diez und Herrn Dirk John (Adam Opel AG).

Weitere „Round Tables“ auf Schloss Langenburg bei Heilbronn im automobilträchtigen Jagsttal sind geplant, um die Risiken aus nicht marktgerecht kalkulierten Restwerten zu mindern.

*Prof. Dr. Stefan Reindl*

Weitere Informationen unter [www.iic-group.de](http://www.iic-group.de) sowie unter [www.ifa-info.de](http://www.ifa-info.de)

### **Hochschultage 2011:**

## **Automobilsummer Geislingen**

Mit den 12. Geislinger Hochschultagen brachte die Hochschule für Wirtschaft und Umwelt Nürtingen-Geislingen (HfWU) erstmals den „Automobilsummer“ nach Geislingen. Vom 14. bis zum 29. Mai 2011 zeigten Aussteller und Referenten sowie Vertreter aus Wissenschaft, Forschung und Politik eindrücklich, welche weitreichende Bedeutung die Automobilbranche für diese Region hat.

In Zusammenarbeit mit der Kreissparkasse Göppingen, der Stadt Geislingen und dem Hochschulbund Nürtingen-Geislingen boten die 12. Geislinger Hochschultage – neben einem breiten Spektrum an Ausstellern – Shows und Events für Groß und Klein. Die Bedeutung des Automobils für die Region wurde im Automobilsummer Geislingen durch die Ausstellung der Kreissparkasse Göppingen in der Geislinger Sternplatz-Filiale dargestellt. Einen spannenden Einblick in die Berufswelt rund um das Automobil konnten die Besucher der Automotive TopCareer erfahren. Die Kontaktmesse mit mehr als 40 Automobilherstellern, Zulieferern, Autohausunternehmen und Dienstleistern der Branche wurde durch den Porsche-Deutschland-Chef Klaus Zellmer eröffnet. Professor Diez nahm sich am 19.

Mai 2011 in der Jahnhalle dem Thema „Grüne Mobilität – eine Vision?“ an und blickte in einer daran anschließenden Podiumsdiskussion in die automobile Zukunft. Die Exkursionen ins Mercedes-Benz Werk nach Sindelfingen und ins Auto & Technik Museum Sinsheim ergänzten das Programm mit produktionstechnischen Einblicken.

Den Abschluss des Automobilsommers Geislingen bildete schließlich am 28. und 29. Mai 2011 ein weiteres Highlight: Die autoshow Geislingen. Sie zählt mittlerweile zu den größten Auto-Outdoormessen Süddeutschlands. Die neue autoshow ist noch professioneller und interessanter als in der Vergangenheit. Dies belegt nicht zuletzt die Anerkennung als offizieller Premium-Plus Event Partner des Landes Baden-Württemberg. Der Projektvorschlag der Geislinger Studierenden unter dem Motto „AUTO UND MENSCH – FIT UND GESUND“ wurde im vergangenen Jahr durch die Verantwortlichen des Ideenwettbewerbs „Automobilsummer 2011“ ausgezeichnet. Nach der positiven Resonanz und den überzeugenden Teilnehmer- und Besucherzahlen wird es 2012 eine erneute Auflage des Automobilsummers Geislingen geben.

*Mark Klümper*



Weitere Informationen:

[www.automobilsummer-geislingen.de](http://www.automobilsummer-geislingen.de)

### **Neunte autoshow Geislingen:**

## **Faszination erleben**

"Faszination erleben", hieß das Motto der nunmehr neunten Geislinger autoshow. Im Mittelpunkt standen Fachinformationen, aber vor allem Emotionen rund um das Automobil – des Deutschen liebstes Kind. Vor 125 Jahren baute Carl Benz mit seinem Motorwagen das erste Automobil mit Verbrennungsmotor. Im Jubiläumsjahr feierte die autoshow als Premium-Plus Event Partner des Landes Baden-Württembergs am 28. und 29. Mai die Geburtsstunde des Automobils in Geislingen und sorgte für ein unterhaltsames und interessantes Programm für Groß und Klein.

Nicht nur Liebhaber PS-starker Sportwagen und edler Nobelkarossen waren am Samstag und Sonntag auf dem WMF-Parkplatz im Geislinger Notzentral an der richtigen Adresse. Die Projektverantwortlichen Mark Klümper und Björn Maier hatten sich mit einem Projektteam aus 30 Studenten der Hoch-

schule für Wirtschaft und Umwelt ins Zeug gelegt und neben attraktiven Shows und Events sowie musikalischer Begleitung der Band "4 at the club" vor allem die blitzenden Produkte regionaler Autohändler auf den zwei Hektar großen Platz geholt. Mehr als 40 Unternehmen boten Attraktionen rund um das Automobil, gastronomische Leckerbissen und zeigten über 23 Marken von BMW über Mercedes-Benz bis hin zu Ford und Kia die neuesten Modelle. Aber auch automobiler Exoten wie Maybach, Porsche oder Mercedes-Benz SLR McLaren waren Publikumsmagnete. Ob mit feinstem Leder, verschiedenen Assistenzsystemen oder mit 500 PS und mehr ausgestattet – die Faszination Auto zog alle in ihren Bann.

Eine besondere Attraktion für die erwachsenen Besucher der Autoshow war das Kart-Rennen – der Sparkassen-Cup – an beiden Tagen. Die Teilnehmer rasten mit roten Flitzern auf einer Strecke mitten durch das beschauliche Geislingen. Für die künftigen Autofans zwischen acht und zwölf Jahren ging Professor Reindl im Rahmen der Kinderhochschule der Frage nach: "Wer baut die schönsten Autos?" Darüber hinaus wurde den Besuchern mit Angeboten zur Überprüfung der Reflexe bis hin zur Simulation realer Gefahrensituationen die aktive Teilnahme an der Autoshow ermöglicht. Als neue Schwerpunktthemen wurden Mobilitätsdienstleistungen aus dem Car-Sharing-Bereich sowie innovative Antriebsalternativen in das Gesamtkonzept integriert. Und so war es kein Wunder, dass sich auch die diesjährige Autoshow über einen nicht abbreißenden Besucherandrang erfreuen konnte.

*Mark Klümper*

Weitere Informationen:

[www.autoshow-geislingen.de](http://www.autoshow-geislingen.de)



### **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 das Master-Programm „Automotive Management“ bereits im Oktober 2010 gestartet hat, 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 – nach Einsätzen in China, Österreich und der Slowakei in den Jahren 2009 und 2010 – gleich zwei weitere Male in unterschiedliche Kommissionen berufen, um bei der Akkreditierung internationaler Bachelor- und Masterprogramme an der European Business School (EBS) in Oestrich-Winkel und an der Business and Information Technology School (BiTS) in Iserlohn mitzuwirken.

*Mark Klümper*

### **Unternehmensplanspiel NUCARS 2011:**

## **Nationen im automobilen**

### **Wettbewerb**

Bereits zum 15. 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 des Planspiels. Dennoch mussten sich die international zusammengesetzten Teams anhand eines Autohausunternehmens den Marktmechanismen stellen. Nachdem NUCARS im vergangenen Jahr mit großem Erfolg an der Northwood University in Midland, Michigan (USA), ausgetragen wurde, lud nunmehr turnusmäßig die Bundesfachschule für Betriebswirtschaft im Kraftfahrzeuggewerbe (BFC) e.V. die Studierenden aus verschiedenen Instituten und Hochschulen mit automobilwirtschaftlichen Studiengängen nach Northeim ein.

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“. Im Rahmen des Unternehmensplanspiels mussten die Studierenden ein verlustreiches Autohaus managen und in die Gewinnzone führen. Die Simulation zwingt die Teilnehmer aus Deutschland, Frankreich, Dänemark, China und den Vereinigten Staaten die gegebenen Rahmenbedingungen realistisch einzuschätzen und geeignete Maßnahmen abzuleiten.

Ergänzt wurde das Planspiel durch eine praxisorientierte IFA-Fallstudie zum Thema „Strategic Realignment in the Automotive Industry“, welche durch Professor Reindl und seine Mitarbeiter Mark Klümper und Dawid Kurzyca am Institut für Au-

tomobilwirtschaft (IFA) erarbeitet wurde. Bei der Lösung der Case Study wurden die Teilnehmer vor die Herausforderung gestellt, global agierende Automobilkonzerne – unter Berücksichtigung der sich wandelnden internen und externen Einflussfaktoren auf die Branche – zu analysieren und strategische Handlungsempfehlung für die Bewältigung der unternehmerischen Zukunft zu entwickeln.

Am Ende der Woche gab es auch ein Siegerteam, das den Betrieb innerhalb eines Wirtschaftsjahres am besten auf Vordermann bringen konnte. Björn Maier und Florian Schmid aus dem Studiengang „Automobilwirtschaft – Automotive Business“ in Geislingen waren maßgeblich am Erfolg dieses Teams beteiligt. Ebenso wie ihre Mitstreiter erhielten sie während der feierlichen NUCARS-Award Gala am Freitagabend im Burghotel Hardenberg ein Preisgeld von 100 US \$.

Die beteiligten Institute leisten mit dieser interkulturell ausgerichteten 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 mit hohen Kosten verbunden. Großartig unterstützt wurden die Geislinger Studierenden in diesem Jahr von der Schwabengarage AG (Emil Frey Gruppe), die für die Fahrt nach Northeim kostenfrei einen Van zur Verfügung gestellt hat. Im nächsten Jahr wird das Unternehmensplanspiel an der Northwood University in Florida (USA) ausgetragen.

*Dawid Kurzyca*

## **Zweiter Kurs im Masterstudium: Automobilwirtschaft – Automotive Management**

Bereits im Oktober 2010 startete erfolgreich der neue Masterstudiengang „Automobilwirtschaft – Automotive Management“. Dem bislang jährlichen Start des Programms folgend konnten nunmehr am 4. Oktober 2011 weitere 17 Studierende an der Hochschule für Wirtschaft und Umwelt in Geislingen ihr Masterstudium aufnehmen. Aufgrund der hohen Bewerberzahlen startet der Masterkurs ab dem Sommersemester 2012 zweimal jährlich, nämlich im März und im Oktober.

Mit diesem dreisemestrigen Studienprogramm zum Master of Arts hat die Hochschule für Wirtschaft und Umwelt (HfWU) ihr automobilwirtschaftliches Studienangebot nicht nur deutlich ausgebaut, es ist

darüber hinaus als weiterer Baustein der automobilwirtschaftlichen Kompetenz am Standort Geislingen zu betrachten. Neben dem Vertrieb und Marketing steht das Entwicklungs- und Produktionsmanagement im Mittelpunkt. Spezielle Lehrveranstaltungen behandeln Themenfelder der Automobilzulieferer und der Nutzfahrzeugindustrie. Durch praxisbezogene Fallstudien werden daneben insbesondere internationale Aspekte berücksichtigt. Der Studienaufbau orientiert sich so an den Praxisanforderungen der Branche. Darüber hinaus werden im Lehrgebiet „General Management“ allgemeine Managementqualifikationen vermittelt. Im Rahmen der Fallstudien, von Seminaren sowie der Master-Thesis wird den Studierenden die Möglichkeit zur eigenständigen Bearbeitung von Themen, vorzugsweise in Zusammenarbeit mit einem Unternehmen der Branche, angeboten. Interaktive Lernformen, wie beispielsweise Gruppenarbeiten, sind wesentliche Elemente der Kompetenz- und Persönlichkeitsentwicklung. Vorrangige Einsatzfelder für Absolventen dieses Studiengangs werden die Bereiche Unternehmensplanung, Controlling, Entwicklungs- und Produktmanagement sowie Vertrieb und Marketing – sowohl bei Automobilherstellern als auch Automobilzulieferern – sein. Darüber hinaus qualifiziert der Abschluss auch zur Übernahme von Top-Management-Aufgaben im Automobilhandel.

Das Studienprogramm wird durch eine Reihe von Aktivitäten der Hochschule und des Instituts für Automobilwirtschaft – wie dem jährlichen IFA-Kongress, Gastreferate, mehrtägige Exkursionen, branchenspezifische Unternehmensplanspiele und Austauschprogramme – flankiert.

*Prof. Dr. Stefan Reindl*

*Weitere Informationen:*

*[www.hfwu.de/aum](http://www.hfwu.de/aum)*

*E-Mail: [auto-master@hfwu.de](mailto:auto-master@hfwu.de)*

## **Rekordverdächtiger Semesteranlauf : Bewerberzahlen zwingen zum Aus- bau der Studiengänge**

Nach rund 550 Bewerbungen im Wintersemester 2010/11 gingen für das laufende Semester 2011/12 mehr als 640 Bewerbungen für die automobilwirtschaftlichen Bachelor- und Masterstudiengänge ein. Davon entfielen etwa 80 Bewerbungen auf die 17 Studienplätze im Masterprogramm. Mittlerweile

sind auch die ersten Absolventen der Bundesfachschule für Betriebswirtschaft im Kfz-Gewerbe (BfC) am Start, die auf Basis Ihres BfC-Abschlusses ein verkürztes Bachelor-Studium in Geislingen absolvieren. Wegen der äußerst erfreulichen Bewerbersituation wurde das Bachelor-Programm bereits um jährlich 10 Studienplätze ausgebaut. Zudem konkretisieren sich bereits die Planungen für berufsbegleitende Bachelor- und Masterstudiengänge.

*Prof. Dr. Stefan Reindl*

*Weitere Informationen:*

[www.hfwu.de/auw](http://www.hfwu.de/auw)

[www.hfwu.de/aum](http://www.hfwu.de/aum)

### **Automobilwirtschaftliche Kompetenz: Spitzenposition in Europa**

Die Geislinger Hochschule nimmt mit dem kompetenzzeitigen Ausbau eine europäische Spitzenposition ein, denn mittlerweile unterrichten acht Professorinnen und Professoren aus verschiedenen Funktions- und Aufgabenbereichen der Automobilwirtschaft in Geislingen.

Um die „Stamm-Mannschaft“ mit Professor Dr. Willi Diez, Professor Dr. Stefan Reindl und Professor Dipl.-Kfm. Hannes Brachat ist Professor Dr. Gunda Neubauer für die Personalwirtschaft in Geislingen zuständig. Sie war viele Jahre im Personalmanagement eines Automobilherstellers tätig. Zudem konnten Professor Dr. Valentin Schackmann, der nicht zuletzt viele Jahre die Geschicke eines Automobilzulieferers leitete, Professor Dr. Wolfram Sopa und Professor Dr. Reinhold Bopp für die automobilwirtschaftlichen Studiengänge in Geislingen gewonnen werden. Dr. Wolfram Sopa verantwortete bis zu seiner Berufung als International Business Development Manager bei GM Europe den Export für verschiedene Märkte in Asien und den mittleren Osten. Er ist innerhalb der Studiengänge im Schwerpunkt für internationale Vertriebskompetenzen und das Flottengeschäft verantwortlich. Dr. Reinhold Bopp war zuletzt Assistant General Manager und Manager Folientechnologie, bei MAGNA International. Er wird hauptsächlich für das Produktions- und Entwicklungsmanagement verantwortlich sein und die Beziehungen zwischen Zulieferern und Automobilherstellern im Studiengang vertreten. Das „Strategische Management“ – die Vorlesungen für dieses Fach werden ausschließlich in englischer Sprache gehalten – verantwortet Professor Dr. John J. War-

gin. Der US-Amerikaner bekleidete verschiedene Führungspositionen in Zuliefer- und Dienstleistungsunternehmen der Automobilwirtschaft und ist auf strategische Entscheidungen entlang der automobilwirtschaftlichen Wertschöpfung spezialisiert.

Zusätzlich agiert RA Uwe Brossette, Branchenanwalt bei Osborne Clarke, als Lehrbeauftragter für wettbewerbsrechtliche Studieninhalte in der Automobilwirtschaft. Mit RA Joachim Otting – er ist Rechtsanwalt mit Spezialisierung auf Schadenersatzrecht, Kasko-recht und Autokaufrecht – zählt ebenfalls ein weiterer Praktiker zum Dozententeam in Geislingen. Weitere Stützen in den automobilwirtschaftlichen Studiengängen sind Dr. Frank Zimmermann von der Daimler-Nutzfahrzeugsparte und Dr. Frank Stenner – er war bis vor einigen Jahren Vorsitzender der Geschäftsführung der BMW Bank und ist heute als Berater und Autor für die Automobilwirtschaft tätig.

*Prof. Dr. Stefan Reindl*

*Weitere Informationen:*

[www.hfwu.de/auw](http://www.hfwu.de/auw)

[www.hfwu.de/aum](http://www.hfwu.de/aum)

### **CHE-Ranking: Spitzen-Ranking zu Bachelor- und Masterprogrammen**

Der neue Bewerberrekord in Geislingen wird flankiert durch die überaus positiven Bewertungen im Rahmen des CHE-Rankings. Die beiden automobilwirtschaftlichen Studiengänge, also das Bachelor-Programm „Automotive Business“ und das Masterstudium „Automotive Management“, belegen im Hochschulvergleich hauptsächlich bei den Kriterien zur Studiensituation, zum Lehrangebot sowie zum Berufs- und Praxisbezug Spitzenplätze.

Das Hochschulranking des Centrums für Hochschulentwicklung (CHE) stellt das umfassendste und detaillierteste Ranking deutscher Universitäten und Fachhochschulen dar. Neben Fakten zu Studium, Lehre, Ausstattung und Forschung umfasst das Ranking Urteile von über 250.000 Studierenden über die Studienbedingungen an ihrer Hochschule sowie die Reputation der Fachbereiche unter den Professoren der einzelnen Fächer.

Die Neustrukturierung und -ausrichtung des Studienangebots – in Verbindung mit der personellen Aufstockung der Professorenstellen – wird den Befragungsergebnissen zufolge von den Studierenden honoriert. Von den 13 Professorinnen und Profes-

soren des Studienganges stammen acht aus der automobilwirtschaftlichen Praxis. Darüber hinaus profitieren die Studierenden von einer Vielzahl an Lehrbeauftragten, die aus der Automobilindustrie und des -handels stammen.

Die Verantwortlichen in den beiden Studienprogrammen sind bestrebt, diese „Erfolgsstory“ im Sinne der Automobilbranche fortzusetzen.

*Paul Krull (B.A.)*

Weitere Informationen unter:  
[www.hfwu.de](http://www.hfwu.de)

### **Neue Strukturen und Internationalisierung: Intensivierung des Studiums**

Inzwischen wurden die Arbeiten zur Neukonzeption der Bachelor- und Masterprogramme abgeschlossen. Im Mittelpunkt dabei standen die beiden Vertiefungsrichtungen im Hauptstudium des Bachelor-Programmes. Die Studierenden haben nunmehr im sechsten und siebten Studiensemester die Wahl zwischen industrie- und handelsfokussierten Studieninhalten. Darüber hinaus liegt das Hauptaugenmerk derzeit auf der Intensivierung studienbegleitender Initiativen und der Internationalisierung. Zu den Aktivitäten zählen hierzu mehrtägige Exkursionen zu Automobilherstellern, Vertragshändlern und automobilen Dienstleistern in ganz Deutschland. Hinzu kommt jährlich das Unternehmensplanspiel NUCARS, das mit internationaler Besetzung im März 2011 an der BFC in Northeim ausgetragen wurde. Ein weiterer Schwerpunkt im Studiengang gilt der Intensivierung von Auslandskontakten. Ziel dieser Aktivitäten ist es, den Geislinger Studierenden ein integriertes Auslandsstudium von bis zu zwei Semestern zu ermöglichen, ohne eine Verlängerung des Gesamtstudiums in Kauf zu nehmen.

Bereits seit dem 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.). Mit dem inzwischen überarbeiteten Bachelorprogramm, das stärker auf praxisrelevante Inhalte ausgerichtet und modularisiert wurde, wendet sich die Hochschule an Schulabgänger mit Abitur oder Fachhochschulreife. Die Schwerpunkte des Studiums liegen auf dem Automobilvertrieb und -marketing. Ein praktisches Studiensemester sorgt für den notwendigen Praxisbezug.

Die HfWU in Geislingen deckt mit den beiden Studienprogrammen alle Themen entlang der automobilwirtschaftlichen Wertschöpfungskette – von der Zulieferindustrie über Automobilhersteller bis zum Automobilhandel – ab. Die HfWU arbeitet zudem im Rahmen von Praktika, Studienarbeiten- oder Abschlussarbeiten sowie innerhalb der Projekte am Institut für Automobilwirtschaft (IFA) eng mit Unternehmen der Branche zusammen. Qualifizierte Referenten aus der automobilwirtschaftlichen Praxis ergänzen regelmäßig mit ausgewählten Themen die Lehrveranstaltungen.

*Prof. Dr. Stefan Reindl*

Weitere Informationen unter:  
[www.hfwu.de/auw](http://www.hfwu.de/auw)  
[www.hfwu.de/aum](http://www.hfwu.de/aum)

### **Preise für hervorragende Leistungen: ZDK-Preise für Jennifer Frey und Paul Krull**

Professor Dr. Hansjörg Bach, Prorektor der Hochschule für Wirtschaft und Umwelt, übergab zusammen mit dem Studiendekan Professor Dr. Stefan Reindl am 30. September 2011 in Geislingen die Abschlusszeugnisse und Urkunden. Mit der Gesamtnote 1,4 hat Paul Krull an der Hochschule für Wirtschaft und Umwelt sein Betriebswirtschaftsstudium zum Bachelor of Arts erfolgreich beendet. Es ist eines der besten Ergebnisse seit der Einführung des Bachelor-Studiums im Geislinger Studiengang. Daneben wurde Jennifer Frey (Abschlussnote 1,8) bereits im März 2011 als beste Absolventin des automobilwirtschaftlichen Studienzweigs im Wintersemester 2010/11 ausgezeichnet. Die beiden Absolventen werden während des IFA Kongresses – im Rahmen des „IFA business talk“ am 18. Oktober 2011 in Nürtingen – ihre Preisdurch den Vizepräsidenten des Zentralverbands Deutsches Kraftfahrzeuggewerbe (ZDK), Herrn Ulrich Fromme, ausgezeichnet. Der ZDK stiftet je Abschluss-Semester – also zweimal im Jahr – diesen mit 770 Euro dotierten Geldpreis für besonders gute Leistungen im Studienzweig Automobilwirtschaft. Das IFA-Team wünscht den Preisträgern alles Gute für den beruflichen und persönlichen Werdegang.

*Prof. Dr. Stefan Reindl*

Weiterführende Informationen unter:  
[www.hfwu.de](http://www.hfwu.de)

# IFA - Bücher und Studien

 <p>Diez, W.: <b>Automobil-Marketing - Navigationssystem für neue Absatzstrategien</b></p> <p>Verlag: Moderne Industrie Erscheinungsjahr: 2006 ISBN: 9783636030641</p>	 <p>Diez, W., Reindl, S. und Brachath, H. (Hrsg.): <b>Grundlagen der Automobilwirtschaft</b></p> <p>Verlag: Auto Business Verlag Erscheinungsjahr: 2005 ISBN: 3890590993</p>	 <p>Reindl, S.: <b>Die Macht der Hersteller</b></p> <p>Verlag: Auto Business Verlag Erscheinungsjahr: 2005 ISBN: 3890591337</p>	 <p>Diez, W., Tauch, P (Hsrg.): <b>Tradition und Marke: Erfolgsfaktoren in der Automobilindustrie</b></p> <p>Verlag: Delius Klasing Verlag Erscheinungsjahr: 2008 ISBN: 978-3768824545</p>	 <p>Diez, W. und Reindl, S.(Hrsg.): <b>Mehrmarkenhandel – Chance oder Risiko?</b></p> <p>Verlag: Auto Business Verlag Erscheinungsjahr: 2004 ISBN: 3890591280</p>
 <p><b>Führt Kundenzufriedenheit zu einer höheren Profitabilität im Automobilhandel?</b></p> <p>DEKRA Automobil GmbH Erscheinungsjahr: 2011 <a href="http://www.dekra.de">www.dekra.de</a></p>	 <p><b>Competing in the Global Truck Industry</b> Emerging Markets Spotlight</p> <p>KPMG AG Erscheinungsjahr: 2011 <a href="http://www.kpmg.de">www.kpmg.de</a></p>	 <p><b>Effizienzsteigerung beim Räderwechsel</b> Nutzen und Chancen für Autohäuser rund um Räder und Reifen</p> <p>4WHEELS Service + Logistik GmbH Erscheinungsjahr: 2011 <a href="http://www.4wheels.de">www.4wheels.de</a></p>	 <p><b>IFA HandelsMonitor 2011</b> Betriebswirtschaftliche Situation im deutschen Automobilhandel</p> <p>Institut für Automobilwirtschaft (IFA) Erscheinungsjahr: 2011 <a href="http://www.ifa-info.de">www.ifa-info.de</a></p>	 <p><b>Otto-, Diesel- oder Elektromotor - wer macht das Rennen?</b></p> <p>IHK Region Stuttgart Erscheinungsjahr: 2010 <a href="http://www.stuttgart.ihk.de">www.stuttgart.ihk.de</a></p>
 <p><b>Unternehmens- und Markenkonzentration in der europäischen Automobilindustrie - Mögliche Szenarien im Jahr 2025</b></p> <p>KPMG AG Erscheinungsjahr: 2010 <a href="http://www.kpmg.de">www.kpmg.de</a></p>	 <p><b>Residual Value Management</b> Optimierung des Restwert- Managements im Automobilvertrieb</p> <p>iic group GmbH Erscheinungsjahr: 2010 <a href="http://www.iic-group.com">www.iic-group.com</a></p>	 <p><b>Customer Challenge</b> Was macht die Erfolgreichen so erfolgreich?</p> <p>Car-Garantie Versicherungs-AG Erscheinungsjahr: 2010 <a href="http://www.cargarantie.com">www.cargarantie.com</a></p>	 <p><b>DEALER CAR RENTAL</b> Erfolgsfaktoren des Ersatzwagen- und Vermietgeschäfts im Autohaus</p> <p>Euromobil Autovermietung GmbH Erscheinungsjahr: 2010 <a href="http://www.euromobil.de">www.euromobil.de</a></p>	 <p><b>Zukunftsprojekt Zulieferindustrie</b> Situation der deutschen Zuliefer- industrie und Handlungs- ansätze zur Zukunftssicherung</p> <p>Institut für Automobilwirtschaft (IFA) Erscheinungsjahr: 2010 <a href="http://www.ifa-info.de">www.ifa-info.de</a></p>

# Bestellung

per Telefax: +49 7331 22450

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

Stk.	Titel	Jahr	Preise in €* 49,-
<input type="checkbox"/>	Diez <b>Automobilkonjunktur im Zeichen der Schuldenkrise – Wohin geht die Entwicklung im Jahr 2012?</b> (IFA KonjunkturMonitor Herbst 2011)	2011	49,-
<input type="checkbox"/>	Reindl <b>IFA HandelsMonitor 2011 – Betriebswirtschaftliche Situation im deutschen Automobilhandel</b> Sonderthema: Rating & Basel III (Arbeitspapier Nr. 4/2011)	2011	69,-
<input type="checkbox"/>	Diez/Grimberg <b>TOP 100 Händlergruppen, 7., aktualisierte Auflage</b> (Arbeitspapier Nr. 1/2011)	2011	149,-
<input type="checkbox"/>	Diez <b>US Automobilmarkt – Ist nach der Krise vor der Krise?</b> (Arbeitspapier Nr. 9/2010)	2010	49,-
<input type="checkbox"/>	Diez/Reindl <b>IFA HandelsMonitor 2010 – Betriebswirtschaftliche Situation im deutschen Automobilhandel</b> mit Sonderthema: Mehrmarkenhandel (Arbeitspapier Nr. 8/2010)	2010	69,-
<input type="checkbox"/>	Reindl <b>Zukunftsprojekt Zulieferindustrie – Situation der deutschen Zulieferindustrie und Handlungsansätze zur Zukunftssicherung</b> (Arbeitspapier Nr. 7/2010)	2010	59,-
<input type="checkbox"/>	Diez <b>Elektroauto – Wann platzt die Blase?</b> (Arbeitspapier Nr. 6/2010)	2010	49,-
<input type="checkbox"/>	Diez <b>Wechselkennzeichen – ein ökonomischer und ökologischer Impuls für den deutschen Automarkt</b> (Arbeitspapier Nr. 5/2010)	2010	49,-
<input type="checkbox"/>	Diez <b>Elektromobilität braucht Anschubfinanzierung</b> (Arbeitspapier Nr. 4/2010)	2010	49,-
<input type="checkbox"/>	Diez <b>Chinas Weg zum automobilen Premiummarkt Nummer 1</b> (Arbeitspapier Nr. 3/2010)	2010	49,-
<input type="checkbox"/>	Reindl/Freudenthaler <b>Time to Customer</b> (Forschungsbericht Nr. 1/2010)	2010	89,-
<input type="checkbox"/>	Diez <b>E-Mobility – Zukunftsperspektive oder Sackgasse?</b> (Arbeitspapier Nr. 4/2009)	2009	69,-
<input type="checkbox"/>	Diez <b>Zukunft der Automobil-Premiumhersteller in Zeiten der Finanzkrise</b> (Arbeitspapier Nr. 3/2009)	2009	69,-
<input type="checkbox"/>	Diez/Hallamoda/Struever <b>Margensysteme im Automobilvertrieb – Entwicklungstendenzen und Optimierungspotenziale</b> (Arbeitspapier Nr. 5/2008)	2008	69,-
<input type="checkbox"/>	Diez <b>Ökologie als Markenwert – Ökologieorientiertes Marketing in der Automobilindustrie</b> (Arbeitspapier Nr. 3/2008)	2008	49,-
<input type="checkbox"/>	Diez/Tauch <b>Tradition und Marke - Erfolgsfaktoren in der Automobilindustrie</b> (2008)	2008	16,70
<input type="checkbox"/>	Diez <b>Auf dem Weg zur Welt-Kooperations-Industrie</b> (Arbeitspapier Nr. 3/2007)	2007	89,-
<input type="checkbox"/>	Diez <b>Billigautos – Chance für den Automobilstandort Deutschland?</b> (Arbeitspapier Nr. 2/2007)	2007	129,-
<input type="checkbox"/>	Diez <b>Herausforderungen und Perspektiven im Markt für Super Sportwagen</b> (Arbeitspapier Nr. 1/2007)	2007	89,-
<input type="checkbox"/>	Diez/Bühler <b>Erfolgsfaktoren bei der Unternehmensnachfolge im Kfz-Gewerbe</b> (Forschungsbericht Nr. 4/2006)	2006	49,-
<input type="checkbox"/>	Diez/Merten <b>Der Zusammenhang zwischen Preisnachlässen und Kundenzufriedenheit</b> (Arbeitspapier Nr. 1/2006)	2006	89,-
<input type="checkbox"/>	Diez/Merten <b>Premiumautomobile und die Zukunft des Automobilstandorts Deutschland</b> (Arbeitspapier Nr. 5/2005)	2005	89,-
<input type="checkbox"/>	Reindl/Merten <b>EDV-Kostenmanagement im Autohaus - MuKo EDV</b> (Forschungsbericht Nr. 3/2005)	2005	69,-
<input type="checkbox"/>	Diez <b>Herausforderungen und Perspektiven im Premiummarkt für Automobile</b>	2001	76,-

\* Nettopreise zzgl. gesetzl. MwSt. und Versandkosten