

Pressemitteilung

mobile.de führt neues Service-Modell ein und individualisiert Online-Vertrieb des Handels

Berlin/Dreilinden, 19. Oktober 2016 – mobile.de startet die Einführung eines neuen Service-Modells: Händler können ab sofort zwischen drei maßgeschneiderten und bedarfsorientierten Leistungspaketen wählen. Mit dieser Neuausrichtung ermöglicht es mobile.de allen Händlern, die passenden Leistungen für ihr individuelles Geschäft auszuwählen. Laut Branchenbefragung wünschen sich Händler vor allem Ansätze zur Stärkung der Händlermarke und Funktionen, die die Nachfragegenerierung unterstützen.

„Wir verstehen es als unsere zentrale Aufgabe, den Autohandel dabei zu unterstützen, erfolgreich zu sein. Bislang hatten wir jedoch ein einheitliches Produkt für einen sehr heterogenen Markt“, sagt Malte Krüger, Geschäftsführer der mobile.de GmbH. „Aus umfangreichem Research und vielen Gesprächen mit Händlern wissen wir, dass diese sich maßgeschneiderte Leistungspakete für ihr individuelles Geschäft wünschen. Mit unserem neuen Service-Modell reagieren wir auf dieses Bedürfnis der Branche.“

Neue Leistungspakete ab 2017

Ab Oktober können sich Händler für die Pakete „Kompakt“, „Komfort“ oder „Premium“ entscheiden. Je nach Bedarf haben sie hier die Möglichkeit, die Reichweite und innovative Funktionen zur Nachfragesteigerung von mobile.de zu nutzen. Dabei baut das neue Service-Modell mit seinen drei Leistungspaketen stufenweise aufeinander auf. Während das „Kompakt“-Paket primär auf Reichweite auf mobile.de und Sichtbarkeit abzielt, wird dieses Basisangebot im „Komfort“-Paket mit Funktionen zur Steigerung der Nachfrage und Erhöhung der Effizienz im Tagesgeschäft ergänzt. Händler, die auf das „Premium“-Paket setzen, profitieren zusätzlich von der exklusiven Gestaltung ihres Auftritts und der damit verbundenen prominenten Hervorhebung ihrer Marke. Zudem erhalten sie eine Premium-

Kundenberatung. Ab Januar 2017 löst dieses Modell das bisherige Angebot von mobile.de ab.

Händlerumfrage zeigte klare Präferenzen

Mit diesem neuen Ansatz wird der Marktführer dem Wunsch des Handels nach mehr Individualisierung des Online-Vertriebs gerecht. Laut einer repräsentativen Händlerbefragung*, die das Marktforschungsinstitut puls im Auftrag von mobile.de durchgeführt hat, erwartet der Handel von Online-Fahrzeugsbörsen vor allem eine größere Sichtbarkeit für die eigene Händlermarke (81,7 Prozent). 78,9 Prozent der Teilnehmer wünschen sich Werkzeuge, die die Nachfragegenerierung unterstützen, und 70,7 Prozent präferieren Anwendungen zur Bestands- und Nachfrageanalyse. Die individuelle Beratung durch einen persönlichen Ansprechpartner ist 64,6 Prozent der Händler wichtig. Malte Krüger: „Ziel unseres Service-Modells ist es, das Tagesgeschäft der Händler einfacher und effizienter zu machen, ihre eigene Marke zu stärken sowie sie mit individueller Beratung zu unterstützen. Auf diese Weise möchten wir einen noch größeren Beitrag zum Geschäftserfolg des Handels leisten.“

Handel verspricht sich von Individuallösungen schnelleren Abverkauf

Der Handel erhofft sich mithilfe der Individuallösungen besonders in Bezug auf den Abverkauf einen positiven Effekt: 89,9 Prozent der Befragungsteilnehmer geben an, dass maßgeschneiderte Serviceangebote/-lösungen vor allem auf einen Aspekt einzahlen müssen – den schnelleren Fahrzeugabsatz. Weitere Detaillerggebnisse sind [hier](#) verfügbar.

Gemeinsam erreichen mobile.de und MOTOR-TALK rund 13,53 Millionen Unique User. Damit generiert mobile.de mehr Nachfrage als alle anderen Marktteilnehmer.

***Umfragebedingungen**

Händlerbefragung: Alle Daten wurden von der puls Marktforschung bereitgestellt. An der Befragung nahmen 427 deutsche Autohändler teil, die ihre Fahrzeuge auch im Internet anbieten. Die Erhebung fand im August und September 2016 statt. Die Ergebnisse sind repräsentativ für den deutschen Autohandel.

Über mobile.de

mobile.de bietet mit mehr als 1,4 Millionen inserierten Pkw, Nutzfahrzeugen und Motorrädern das größte Angebot für den An- und Verkauf von Fahrzeugen in Deutschland (Quelle: CAR-Institut). Zur mobile.de GmbH gehört neben dem

deutschen Marktführer mobile.de u.a. Europas größte Autocommunity MOTOR-TALK. Zusammen erreichen beide Plattformen rund 13,53 Millionen Unique User (Quelle: AGOF digital facts 2016-01). Das 1996 gegründete Unternehmen beschäftigt 290 Mitarbeiter an zwei Standorten in Deutschland und ist ein Tochterunternehmen der eBay Classifieds Group. Zu den mobile.de Nutzern gehören sowohl Privatkunden als auch mehr als 40.000 registrierte Fahrzeughändler, während MOTOR-TALK über 2,7 Millionen registrierte Nutzer verzeichnet.

Abdruck honorarfrei
Beleg erbeten

Weitere Informationen erhalten Sie:

mobile.de GmbH, Christian Maas, Unternehmenskommunikation,
Marktplatz 1, 14532 Europarc-Dreilinden,
Tel: 030 8109-7226, E-Mail: chmaas@team.mobile.de

mobile.de GmbH, Anna Horneffer, Unternehmenskommunikation,
Marktplatz 1, 14532 Europarc-Dreilinden,
Tel: 030 8109-7822, E-Mail: ahorneffer@team.mobile.de