

Website leicht gemacht

HÄNDLER-WEBSITES E Jeder Händler muss ins Internet – wie viel Zeit und Geld der Einzelne dafür aufwenden kann, ist jedoch sehr unterschiedlich. Kappe Autovertriebssysteme bietet ein einfaches und preiswertes Website-Tool an.

VON RALPH M. MEUNZEL

Die GW-Plattformen sind heute die Türöffner für das Gebrauchtwagengeschäft. Beim eigenen Auftritt im Internet hält sich der Handel aber oft noch sehr zurück. Hier gibt es also viel Handlungsbedarf. Oliver Kappe hat sich auf die Gestaltung von Händlerseiten spezialisiert. Das Produkt „PageFeed CMS“ ist ein eigenentwickeltes, webbasiertes Online-System, um preiswert Webseiten für den Autohandel zu konzipieren. Bisher wird das Produkt von 150 Händlern genutzt. Einer davon ist Peter Fetscher, Geschäftsführer der Gerstenmaier Gruppe. Sein Fazit: „Aufbau und verwendetes Webseitentool (CMS) erlauben selbst unerfahrenen Mitarbeitern eine schnelle Aktualisierung der Inhalte. Auch das Preis-Leistungs-Verhältnis des Angebots von Herrn Kappe, der die Autobranche sehr gut kennt, und sein Support haben uns überzeugt.“

AUTOHAUS sprach mit Oliver Kappe über das Dienstleistungsangebot:

AH: Herr Kappe, welche Kriterien waren Ihnen bei der Systementwicklung wichtig?

O. Kappe: Wir wollten ein benutzerfreundliches System, das der Händler bei Bedarf selbst pflegen kann. Wir erstellen das Design auf Wunsch auch nach Hersteller-CI, z. B. für Volkswagen und Audi. Hier kann der Händler aus 50 Vorschlägen wählen. Dann werden die Inhalte eingepflegt. Die Aktualisierung kann dann im Autohaus von einem Mitarbeiter vorgenommen werden.

Klare Struktur ist wichtig

AH: Auf was kommt es bei der Händler-Website an?

O. Kappe: Der Besucher muss sie v. a. einfach bedienen können. Man sollte mit wenigen Klicks zu den Inhalten kommen. Wichtig ist aber auch die Aktualität auf der Startseite, zum Beispiel in Form von Angeboten von Fahrzeugen, Serviceleistungen und Zubehör. Wir empfehlen hier vor allem eine klare Struktur. Lieber weniger anbieten, dafür aber übersichtlich.

AH: Werden die Internetseiten von den Kunden überhaupt besucht?

O. Kappe: Dafür gibt es Statistiken von Google. Wenn die Seite optimiert ist, haben wir bei einem durchschnittlichen Händler Zugriffsraten von über 1.000 Besucher pro Woche, die 10.000 unterschiedliche Seiten aufrufen. Vor allem die Gebrauchten werden gesucht.

Diese Inhalte müssen sein

AH: Was muss unbedingt auf die Website?

O. Kappe: Das sollten beispielsweise die Ansprechpartner im Autohaus mit Bild sowie das komplette Produkt- und Dienstleistungsangebot sein. Wichtig sind auch Außen- und Innenaufnahmen des Betriebs. Hier sollte man Profis engagieren.

AH: Wie häufig sollte die Seite modifiziert werden?

O. Kappe: Wir empfehlen mindestens zwei Mal im Monat. Leider werden Internetauftritte oft nur einmal erstellt und dann nicht mehr aktualisiert. Das liegt aber auch an der oft schweren Bedienung. Agenturen kosten Geld, das man sparen will. Genau hier setzt „PageFeed CMS“ mit der Möglichkeit der einfachen Aktualisierung an. Aktuelle Websites werden beispielsweise von Google wesentlich höher gelistet.

Umbauen auf Knopfdruck

AH: Wie sieht Ihre Lösung aus?

O. Kappe: Wir haben eine klare Struktur und einfache Bedienbarkeit. Wir bauen bei Bedarf auch Herstellerangebote ein. Wichtig ist vor allem, dass der Händler Texte und Bilder schnell

Oliver Kappe,
Geschäftsführer von
Kappe Autovertriebssysteme: » Wir empfehlen mindestens zwei Aktualisierungen im Monat. «





Kappe-Referenzbetrieb Gerstenmaier im Internet: im eigenen Design, in VW-CI und in Audi-CI.

und einfach modifizieren kann. Wenn der Händler ein anderes Layout möchte, kann er sich ein neues aussuchen, das wir auf Knopfdruck umschalten. Die Inhalte bleiben gleich.

AH: Sollte ich als Händler die vorgegebene Marken-CI wählen oder eine eigene Seite kreieren?

O. Kappe: Ich empfehle händlerindividuelle Seiten, um sich von den Markenkollegen abzusetzen. Es geht um die Präsentation der Autohaus-Marke. Gleichzeitig ist es wichtig, sich zusätzlich in der Marken-CI zu präsentieren, um die Verlinkung

zum Hersteller zu erhalten. Wir können mit unserem System auch die neue Audi CI umsetzen.

AH: Sind interaktive Features für den Kunden interessant?

O. Kappe: Das hängt vom Budget ab und ist oft teuer. Durchschnittliche Händler haben damit ein Finanzierungsproblem. Der Aufwand steht oft nicht im Verhältnis zum Nutzen.

AH: Sollen die Gebrauchten als Ticker dargestellt werden?

O. Kappe: Hier gibt es verschiedene

Möglichkeiten, z. B. per Liste oder per Suchmaske. Die Fahrzeuge sollten auf alle Fälle Suchmaschinen-optimiert dargestellt werden. Wir übernehmen die Daten aus den Börsen und spielen sie auf die Händler-Website.

Kosten

AH: Was kostet Ihre Dienstleistung?

O. Kappe: Unser System bekommt man ab 20 Euro im Monat. Man kann monatlich kündigen.

AH: Herr Kappe, herzlichen Dank für das Gespräch.