

Technische Perfektion allein reicht für den Erfolg von IT-Projekten nicht aus – diese Erfahrung haben auch abcdruck (Heidelberg) und die Werbeagentur MainGate (Frankfurt) bei der Realisierung ihres gemeinsamen Web-to-Print-Projektes „Werbung für mein Autohaus“ gemacht.

Das Projekt Werbung für mein Autohaus

Mehrmarken-Autohändler stehen vor der Herausforderung, die verschiedensten Automarken und Dienstleistungen in einem einheitlichen Erscheinungsbild ihres Autohauses zu bewerben. Die Lösung für diese Anforderung bestand in der Entwicklung einer Online-Plattform für Mehrmarken-Autohändler, um professionelle Werbemittel einfach und schnell selbstständig erstellen und bestellen zu können. Das Projekt sollte passend zur IAA (Internationale Automobilausstellung) im Jahr 2009 an den Start gehen.

Um die Autohändler auf Werbung für mein Autohaus aufmerksam zu machen, hatte die Agentur MainGate im Sommer 2009 eine breit angelegte Kommunikationskampagne gestartet: Zunächst einen Messestand auf der IAA für die direkte Zielgruppenansprache, des Weiteren wurden Direktmailings an potenzielle Kunden per Post und E-Mail versandt. Auch persönliche Kundenbesuche, Presseberichterstattung, Platzierung

der Infos in einschlägigen Newslettern und Telefonakquise standen auf dem Programm.

Zuständig für die technische Realisierung war abcdruck, die das Portal auf Basis der Web-to-Print-Software Pageflex Storefront in Zusammenarbeit mit Konzept-iX entwickelten.

Das Konzept des Online-Portals

Das Konzept der Plattform ist denkbar einfach: Endbenutzer können nach vorheriger Registrierung Werbemittel wie Anzeigen, Flyer, Mailings und Poster online individualisieren und bestellen. Weitere Kommunikationswege werden in dem Portal ebenfalls vorgestellt, beispielsweise Radiowerbung, Imagefilme, lokale Kinowerbung, Internetauftritte, E-Mail- und Telefonmarketing sowie Online-Bannerwerbung oder komplette Promotionaktionen. Durch die komplexeren Parameter werden diese Marketingkanäle einzig über den direkten Kontakt zur Werbeagentur angeboten.

„Die Vorteile des Portals Werbung für mein Autohaus für die registrierten Autohändler liegen klar auf der Hand“, so Bernd Mattick, Geschäftsführer von MainGate. „Zum einen können die Autohändler bei uns markenübergreifende Angebote, zum Beispiel bei Serviceleistungen, in einem Werbemittel vereinen. Normalerweise bekommt ein Mehrmarkenhändler

immer nur Werbevorlagen, die auf eine Marke ausgelegt sind. Es ist für ihn aber nicht realisierbar, bei fünf gleichen Angeboten fünf diverse Anzeigen oder Flyer zu produzieren. Das Portal ermöglicht ihm die Werbemittel mit allen relevanten Markenlogos, die er vertritt, zu bestücken. Eine enorme Ersparnis und Arbeitserleichterung. Auch wenn die Autohersteller und Importeure eine Vermischung der Marken natürlich nicht gerne sehen.“

Die Homepage des Portals www.werbung-autohaus.de

Herzlich willkommen

Neuwagen Gebrauchtwagen After Sales Kundenbindung Gewerbekunden

Sie befinden sich hier: Startseite

Bitte wählen Sie:

Werbemittel

Werbeaktionen

Unsere Partner

Praxisbeispiele

Alle Videos

Angebot des Monats

Service Gutscheine mit individuellen Angeboten zur Kundenbindung

Z.B.: 12-settig ab € 399,-

Newsletter

Jetzt anmelden!

Hier geht's zum Werbemittel-Baukasten

Wir bieten Ihnen Differenzierung zum Wettbewerb, Kostenersparnis und Full-Service aus einer Hand, u.a. in folgenden Bereichen:

- Erstellung und Umsetzung Ihres Marketingplans
- Mehrmarken Werbemittel-Baukasten
- Regelmäßig Aktionsideen für Ihr lokales Marketing

Wir starten durch!

Klicken zum Abspielen!

00:00 00:00

Unsere aktuellen Highlights: Angebote und Aktionen

Nutzen die Sie die Pfeile in der Box unten und klicken Sie sich einfach mal durch!

Ihre virtuelle Visitenkarte: mit neuem Website- und App-Auftritt im Kunden-Blickpunkt

Am Praxisbeispiel von webmobil24.de zeigen wir Ihnen, wie wir die Optik und Technik Ihres Internet-Auftritts optimieren können sowie preisgünstig Ihre eigene Autohaus-App entwickeln.

Mehr dazu hier >

webmobil24.de

Jetzt neu als kostenlose iPhone App!

SIGN-LINE WERBESERVICE

Benutzerfreundlichkeit hat Priorität

Um die Erstellung der Printprodukte dem meist grafisch nicht geschulten Benutzerkreis der Autohändler möglichst einfach zu machen, wurde das Portal benutzerfreundlich gestaltet und mit speziellen Funktionen versehen, so berichtet Jens Müller von abcdruck. Diese zielen auf die Vermeidung von Gestaltungs- und Eingabefehlern ab, sodass es kaum möglich ist, ein Dokument, das von dem vorgesehenen hohen Standard abweicht, in Auftrag zu geben.

Beispielsweise werden bei der Eingabe der Daten durch die Endbenutzer alle Inhalte in einer Vorlage automatisch positioniert. Die Layouts genügen höchsten Ansprüchen und aus bereits vorgefertigten

TZ-Anzeigen im Überblick

Hier finden Sie themenbezogen alle Vorlagen für TZ-Anzeigen.



After Sales / Inspektion

Individualisieren Sie die Inspektionsanzeigen mit Ihren Leistungen und Preisen. Wählen Sie unter den Motiven und Überschriften aus. Oder fügen Sie ein eigenes Bild ein. Ergänzen Sie Ihre Automarken und Ihr Autohaus-Logo. Die Anzeigen stehen Ihnen anschließend als druckfähiges PDF zum Herunterladen zur Verfügung.

Bitte wählen Sie:
[1-spaltig](#) · [2-spaltig](#) · [3-spaltig](#)



After Sales / Karosserie und Lack

Individualisieren Sie die Anzeigen mit Ihren Leistungen und Preisen. Fügen Sie Ihre Automarken und Ihr Autohaus-Logo ein. Die Anzeigen stehen Ihnen anschließend als druckfähiges PDF zum Herunterladen zur Verfügung.

Bitte wählen Sie:
[1-spaltig](#) · [2-spaltig](#) · [3-spaltig](#)



After Sales / Verschleißteile und Zubehör

Fügen Sie Produkte und Leistungen ein. Ergänzen Sie Ihre Automarken und Ihr Autohaus-Logo. Die Anzeigen stehen Ihnen anschließend als druckfähiges PDF zum Herunterladen zur Verfügung.

Bitte wählen Sie (Rubrik Zubehör):
[1-spaltig](#) · [2-spaltig](#)

Bitte wählen Sie (Rubrik Verschleißteile):
[1-spaltig](#) · [2-spaltig](#) · [3-spaltig](#)

Die Abbildungen in den Werbemittel-Vorlagen sind fahrzeugtyp-unabhängig.

aktuellen Werbekampagnen kann gewählt werden. Text und Bildsprache sind bei allen Werbemitteln optimal aufeinander abgestimmt und es stehen fertige Kampagnen für den Neuwagen- und den Gebrauchtwagenverkauf zur Verfügung. Die meisten Kampagnen zielen jedoch auf den Bereich „After Sales“ ab, wie beispielsweise *Reifenservice*, *Profi-Inspektion* oder *Winter-Komplettcheck*.

Zentrale Logoverwaltung

Logos von Automarken unterliegen immer wieder Designanpassungen durch die Autokonzerne. Damit die

Mehrmarken-Autohändler nicht den Überblick über die Logo-Vielfalt verlieren, wurde bei *Werbung für mein Autohaus* eine zentrale Logoverwaltung integriert. Neue Logos werden zentral aktualisiert. Da jedes Dokument mit Daten dieser Datenbank befüllt wird, können keine überholten Logos und veralteten Informationen versehentlich verwendet werden. Andere Motive sind fahrzeugtyp-unabhängig, wie zum Beispiel die Abbildung eines Schneemannes für ein Wintercheck-Angebot. Auf diese Weise wird die Plattform mehrmarkenfähig.

Da es sich um eine reine Web-Anwendung handelt, werden zur Bearbeitung und Voransicht ausschließlich niedrig aufgelöste Bilder genutzt, um eine schnelle Verarbeitungsgeschwindigkeit zu gewährleisten. Für den Druck werden sie automatisch durch hoch aufgelöste Bilder ersetzt. Eine deutliche Auszeichnung mit Wasserzeichen in Voransichtsdokumenten (PDF) zeigt an, dass es sich dabei noch nicht um das Druckdokument handelt. So sollen Datei-Verwechslungen verhindert werden.

Zahlung per Rechnung ist Kundenwunsch

Die integrierte Preiskalkulation sorgt für Transparenz und erleichtert die Entscheidung der Mehrmarken-Autohändler über die Höhe der zu druckenden Auflage. Im Anschluss an die Bestellung kann das jeweilige individualisierte Werbemittel aus der Bestellhistorie bequem wieder nachbestellt werden.

Um Hürden bei der Bestellung zu vermeiden, wird neben der Kreditkartenzahlung und der Sofortüberweisung auch die Zahlung per Rechnung angeboten. Denn, so die Agentur MainGate, eine aufgezwungene Zahlungsmethode hat sich bei der Zielgruppe schnell als Bestellbarriere entpuppt.

Die Zielgruppe hat anders als erwartet reagiert

Das Projekt *Werbung für mein Autohaus*, so beurteilen es abcdruck als Technikdienstleister und MainGate als Portal-Anbieter, war ein voller Erfolg – nur nicht im eigentlichen Sinne der Zielsetzung. Denn: Die Resonanz auf die Ankündigung des Portals war hervorragend, doch ließ die anfängliche Euphorie schnell nach und die erwarteten Bestellungen gingen nicht ein. Technologisch ist an dem Portal nichts zu bemängeln, da sind sich die Verantwortlichen einig, die Zielgruppe nimmt es schlicht nicht an. Der Grund dafür scheint

nun, nach fast zwei Jahren aktiven Betriebs, klar zu sein: Die Mehrmarken-Autohändler haben höchst individuelle Ansprüche an ihre Eigenwerbung und schätzen eine intensive und persönliche Beratung. Die Vorlagen der Werbemittel innerhalb des Web-to-Print-Shops können und sollen diese spezifischen Anforderungen nicht erfüllen. Das Ziel der professionellen, aber standardisierten Werbemittel ist es, kostengünstige, CD-konforme Produkte durch Einsparung von Kreativ- und Druckvorstufenleistung bereitzustellen. Hohe Anforderungen an die Individualität stehen konträr zu diesem Ziel.

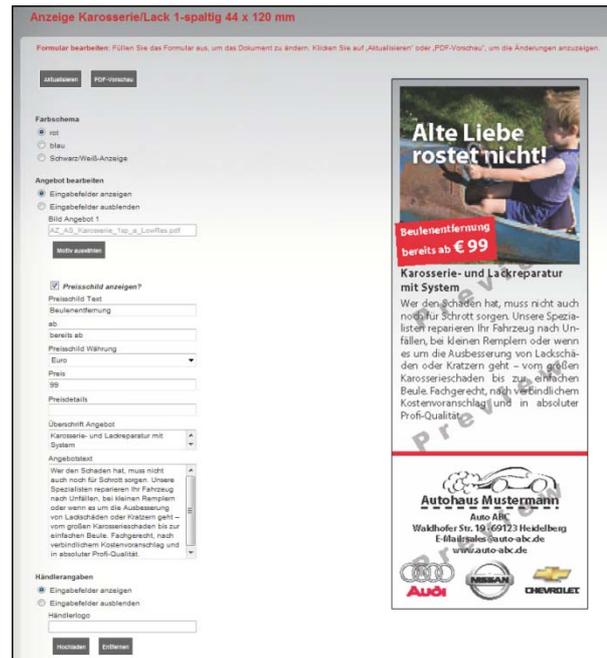
Auch scheint die Zielgruppe keinen starken Bezug zu Computertechnologien zu haben, zumindest noch nicht. Zudem verwenden viele Mehrmarken-Autohändler heute lieber noch allgemeine Werbematerialien der Autohersteller, die meist kostenfrei zur Verfügung gestellt werden, auch wenn diese nie das gesamte Produktportfolio der Mehrmarkenautohändler abdecken können. Viele Autohändler investieren immer noch lieber in Ihre eigene Arbeitszeit, um mit den gestellten Materialien eine halbwegs einheitliche Außendarstellung zu erzielen, anstatt Geld in einem Online-Portal auszugeben.

Das Projekt war ein Erfolg – nur anders als geplant

Das Projekt Werbung für mein Autohaus wird nach wie vor mit viel Stolz von MainGate und abdruck bei potenziellen Kunden präsentiert. Ist es doch eine hervorragende Referenz, dient vielen Kunden als Inspirationsquelle und ist ein Aufhänger für Beratungs- und Akquisegespräche. Bis heute haben sich daraus bereits viele Projekte mit individuellen Dienstleistungen ergeben. Auch abdruck profitiert von den individuellen Druckaufträgen, die von MainGate kommen. „Das Konzept ist keinesfalls gescheitert, es funktioniert nur anders, als wir es uns eigentlich gedacht hatten“, resümiert Bernd Mattick von MainGate.

Die Autoren:

Bernd Mattick, MainGate (Frankfurt am Main)
Ira Melaschuk, Melaschuk Medien (Friedberg)
Jens Müller, abdruck (Heidelberg)
Carina Wübbels, Konzept-iX (Saerbeck)



Die Autohändler geben in den Feldern (links im Bild) Texte ein oder importieren Bilder. Die Vorlagen enthalten Regelfunktionen, die Gestaltungsfehler verhindern. Die Vorschau (rechts im Bild) wird auf Knopfdruck aktualisiert.



Abbildung links: Das rote „Preisschild“ ändert bei der Eingabe von mehr Text die Dimensionen nach rechts und oben. Passt der Angebotstext (unten) nicht mehr in den vorgegebenen Rahmen, wird die Schriftgröße automatisch bis zu einer definierten Untergrenze verkleinert.

Abbildung rechts: Wird eine festgelegte Textmenge überschritten, bekommt der Endbenutzer eine Warnmeldung und muss die Textmenge reduzieren.