

Autohaus digital



Manch typischer Fehler bei Digitalprojekten lässt sich vermeiden

Zugangsdaten zu Diensten

Oft kennt im Unternehmen nur eine Person die Zugangsdaten zu wichtigen Diensten wie Google, Facebook oder mobile.de. Irgendwann wurden für das Unternehmen Profile angelegt – aber keiner weiß mehr von wem. Oder die Profile wurden über einen privaten Account von einem Mitarbeiter (der ggf. das Unternehmen verlassen hat) angelegt. Das führt dazu, dass Profile nicht gepflegt werden und Änderungen nicht problemlos vorgenommen werden können, weil erst die Zugangsdaten geklärt werden müssen.

Zuständigkeiten und personelle Ressourcen

Wenn es darum geht, neue Inhalte auf einer Webseite zu implementieren oder eine Facebook-Seite zu betreiben, ist häufig nicht genau geklärt, welcher Mitarbeiter zuständig ist. Oft fehle Mitarbeitern auch die nötige Zeit und Erfahrung im Texteschreiben. Nicht jedes Autohaus leistet sich einen Marketingverantwortlichen, der das Thema Onlinemarketing professionell betreut.

Externe Dienstleister

Mangels eigener IT-Abteilung arbeiten viele Autohäuser mit externen Dienstleistern zusammen, die die Webseite oder Google-AdWords-Kampagnen betreuen. Oft wissen Mitarbeiter im Autohaus nicht, wofür der Dienstleister konkret bezahlt wird und was er genau macht. Nicht selten werden viele Tausende Euro jährlich ausgegeben, und niemand weiß wofür.

Perfekte Performance

Blue Digital Index | Was macht den Online-Erfolg einer guten Website im Automobilhandel aus? Bis vor Kurzem war es kaum möglich, den Digitalauftritt eines Autohauses zu messen. Ein einzigartiges Tool von TÜV SÜD, das mit über 110.000 Schlagwörtern aus dem Autohandel regelmäßig Milliarden von Suchanfragen stellt und diese Daten dann mit fast 9.000 Autohaus-Domains abgleicht, macht jetzt eine objektive Bewertung möglich.

Der „Blue Digital Index“ (BDI) ist ein spezielles Tool für Autohäuser, das deren digitale Leistung in Deutschland aufzeigt. Die Analyse bietet einen schnellen und einfachen Überblick über die Entwicklung der Online-Performance. Das Tool spiegelt auch die Leistung der Website im Vergleich zum Wettbewerb. Entscheidungen, die auf den angebotenen Handlungsempfehlungen basieren, können damit auf Basis von tatsächlichen Daten getroffen werden. Der Index ist ein Maß für die digitale Relevanz einer Autohaus-Website. Diese kommt zum Beispiel zustande durch einen guten und umfassenden Webauftritt, gutes Content Management und erfolgreiches Online- und Social-Media-Marketing. Der Index zeigt an, wie gut das Autohaus im Internet gefunden wird, aber auch andersherum – wie gut potenzielle Kunden im Netz über Online-Maßnahmen angesprochen werden können.

Berücksichtigt werden bei Index-Ermittlung die Auffindbarkeit bei Google, Klickpfad und -tiefe, der Optimierungsgrad für mobile Geräte, Verweildauer, Ladezeiten und die Qualität des Contents.

Das BDI-Dashboard bietet einen Überblick, wie Wettbewerber auf Google sichtbar sind und wie das Autohaus im nationalen Vergleich mit allen Autohäusern in Deutschland abschneidet. Hier erhalten Autohändler kontinuierlich Empfehlungen, was sie tun können, um besser auf Google gefunden zu werden. Dabei checkt das Dashboard die Technik und gibt Handlungsempfehlungen. So sieht das Autohaus, mit welchen Keywords man ein Ranking auf Seite 1 von Google erreichen kann. Oft ist es eine Vielzahl winziger Korrekturen, die zum erwünschten Erfolg führt. Um kontinuierlich die Google-Rankingfaktoren im Auge zu behalten, scannt der BDI-Algorithmus ständig die Suchmaschinen und gibt einen Hinweis, wenn sich die Performance negativ verändert. Es gibt neben Suchmaschinen-Optimierung (SEO) noch viele andere Stellschrauben, die zum digitalen Erfolg beitragen können – unabhängig davon, ob es sich um ein kleines Autohaus oder eine große Autohausgruppe handelt.

Kostenlose Anmeldung unter:
www.blue-digital-index.de



Im Blue Digital Index wird die Performance einer Autohaus-Website gemessen und bewertet.

Augen auf beim Bike-Tuning

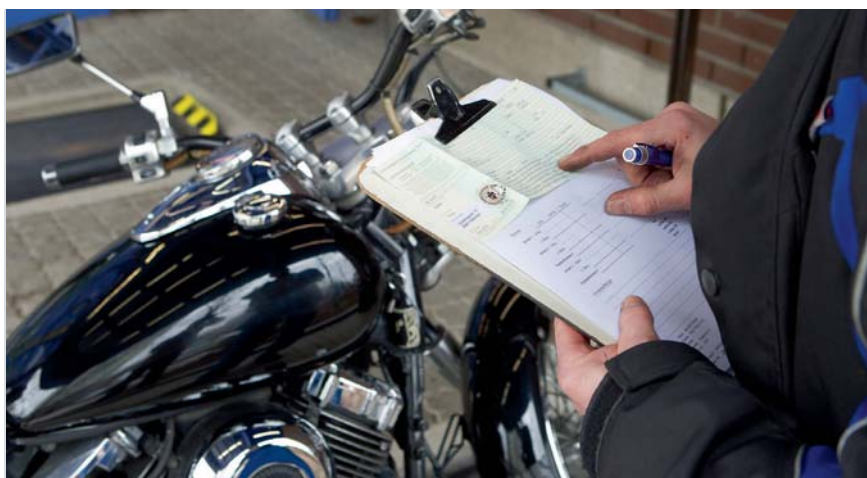


Foto: TÜV SÜD

Die TÜV SÜD-Experten wissen, bei welchen Umbauten ein Gutachten notwendig ist.

Bike-Tuning | Zur Leidenschaft am Fahren kommt bei Motorradfahrern häufig ein weiteres Faible hinzu: das Schrauben. Der Aftermarket steht mit einem Riesangebot bereit. Aber auch die Regularien rund um den Umbau sind vielfältig – selbst dann, wenn Teilegenehmigungen vorliegen. Worauf Motorradfahrer beim Umbau besonders achten sollten, das wissen die amtlich anerkannten Sachverständigen von TÜV SÜD aus jahrzehntelanger Erfahrung.

„Bremsleitungen, Lenker, Bremsen, An- und Abbauten, Fußrasten und, und, und – jede Änderung am Serienmodell erfordert immer eine ganzheitliche Betrachtung“, sagt Lars Krause, Motorradexperte bei TÜV SÜD. So kann beispielsweise alleine die Kombination von Komponenten ein Änderungsgutachten nach Paragraph 19 der Straßenverkehrs- und Zulassungs-Ordnung (StVZO) erforderlich machen – obwohl eigentlich Teilegutachten vorliegen. Auch bei Komponenten wie Lenkern, die meist für viele Modelle zugelassen sind, heißt es, genauer hinzuschauen. Das gilt besonders für Fahrer seltener Marken. Krause: „Teilegutachten werden meist nur für die gängigsten Mo-

delle erstellt. Wenn ich aber einen Exoten fahre, ist es sehr wahrscheinlich, dass ich selbst für ein Bauteil mit Genehmigung ein Änderungsgutachten brauche.“ Stichwort seltene Bikes: Beim Import von Motorrädern aus Drittstaaten muss in der Regel ein Vollgutachten nach Paragraph 21 StVZO angefertigt werden.

Einfach alles abschrauben, und schon ist mein Motorrad ein cooles Naked Bike? Wenn es die Maschine serienmäßig auch ohne Verkleidung gibt, ist der Umbau doch kein Problem – sollte man meinen. Trotzdem lauern hier Tücken: So wurde nach dem Abbau der Verkleidung bei einem Motorrad die Ölleitung durch den Winddruck an den Auspuffkrümmer gedrückt – die Maschine fing Feuer. „Wir empfehlen, vor dem Umbau mit einem amtlich anerkannten Sachverständigen zu sprechen. Wir kennen die Modelle, die Möglichkeiten und die Grenzen“, betont Krause. An über 350 TÜV SÜD Service-Centern stehen die Experten für Änderungsgutachten bereit. Sie kümmern sich nicht nur darum, dass nötige Vorschriften eingehalten werden, sondern stehen bei jedem Umbauvorhaben mit einer Beratung bereit.

Automatisiertes Fahren

Vor drei Jahren hat das Bundeswirtschaftsministerium das Projekt PEGASUS zur Entwicklung von Sicherheitsstandards für hochautomatisierte Fahrzeuge gestartet. Nun stellen die Projektpartner die Ergebnisse vor. TÜV SÜD war von Beginn an als einzige Prüforganisation mit dabei. Hauptaufgaben der TÜV SÜD-Experten: Die Spezifikation und die Entwicklung von Testszenarien, ihre Durchführung auf Prüfgeländen sowie die Mitarbeit im Bereich der funktionalen Sicherheit. Geschaffen wurden einheitliche Methoden und Werkzeuge für die Prüfung und Tests von hochautomatisierten Fahrzeugen – darunter auch Prüfgeländetests bei 130 Kilometern pro Stunde. „Wir freuen uns, einen entscheidenden Beitrag zur Entwicklung hochautomatisierten Fahrens zu leisten. Wir haben erstmals De-facto-Standards, also einheitliche Methoden, zur Bewertung und zur Absicherung von Fahrfunktionen für die Homologation hochautomatisierter Fahrzeuge erarbeitet – ein großer Erfolg der Projektpartner“, unterstreicht Patrick Fruth, Leiter der Division Mobility bei TÜV SÜD. Die Prüforganisation kann Hersteller nun bereits in einem frühen Entwicklungsstadium mit einem breiten Testspektrum im Vorfeld der Typzulassung unterstützen.



Foto: TÜV SÜD

TÜV SÜD Auto Service

Philip Puls
Tel. 0 89/57 91-23 20, Fax -23 81
philip.puls@tuev-sued.de

TÜV SÜD Auto Partner

Thomas Gensicke
Tel. 0 7 11/72 20-84 73, Fax -84 88
thomas.gensicke@tuev-sued.de

Zentraler Vertrieb

Tel. 07 11/7 82 41-2 51
vertrieb-as@tuev-sued.de