

Mehr Transparenz. Mehr Qualität. Mehr Sicherheit.

Die HWGruppe setzt neue Maßstäbe im digitalen Fahrzeugvertrieb.

Die Gesellschaft von heute tut es - und Sie tun es sicherlich auch. Doch warum? Ist online nur bequem und chic? Was macht den gravierenden Unterschied zum stationären Handel konkret aus? Das heutige Waren- und Dienstleistungsangebot wird dominiert von der Digitalisierung. Täglich entstehen neue Onlineportale für x-beliebige Angebote und Leistungen, die das Shopping per Mausklick leichter machen. Generationsübergreifend gewinnt die bequeme und einfache Art des Suchens, Vergleichens, Bestellens mehr und mehr an Bedeutung. Statistiken belegen die große Beliebtheit und verzeichnen jährlich ein deutliches Wachstum in Milliardenhöhe. So wurden laut Statista.de im Jahre 2010 rund 20,2 Mrd. EUR Umsatz im deutschen Onlinehandel umgesetzt. 2019 waren es bereits 57,8 Mrd. EUR Umsatz i. Zahlen, die für sich sprechen und den Wandel bestimmen!

Willkommen in der Digitalisierung!

Eines steht fest! Online ist King und bestimmt den Alltag unserer Gesellschaft. Ob für die Dinge des täglichen Lebens, Vergleichsportale für Energie, Versicherungen, oder Mobilfunktarife, der nächste Sommerurlaub oder gar der Online-Fahrzeugkauf. Mittlerweile recherchiert und kauft jeder von uns online oder war bereits einmal virtuell mit seinem Einkaufswagen unterwegs. Nichts ist einfacher und bequemer als von zu Hause von der Couch zu shoppen und außerhalb regulärer Öffnungszeiten oder der langwierigen Parkplatzsuche seinen nächsten Traum zu erfüllen.

Was vor noch gar nicht allzu langer Zeit kaum vorstellbar war, wandert heute mittlerweile per one-click-buy im Einkaufskorb und ist morgen schon im Briefkasten. Im virtuellen Warenschub nach seinem Wunschartikel zu stöbern, Details und Tests studieren, mit ähnlichen Artikeln vergleichen und im Handumdrehen per Mausklick zu bestellen, entpuppt sich nun zu einem Kinderspiel.

Mit nur einem Klick zum neuen Traumwagen!

Ein Bericht zum digitalen Fahrzeugvertrieb in der HWGruppe und der Investition in innovative Technologien. Ende Februar nimmt die Geschäftsführung der HWGruppe den 360-Grad-Fahrzeugscanner von Twinner in Betrieb und verspricht fortan Fahrzeugaufnahmen aus neuen Blickwinkeln und in brillanter Fotoqualität. Eine Innovation mit zahlreichen Funktionen, die den Online-Fahrzeugverkauf für den Kunden noch interessanter und transparenter macht.

Ein Blick hinter die digitalen Kulissen der HWGruppe.

Was im Lieblingsgeschäft oder dem stationären Handel das persönliche Beratungsgespräch und Lächeln des Verkäufers ist, das ist im Onlinehandel die professionelle und transparente Angebotspräsentation mit vielen Facetten. Hierbei gibt es zwar kein persönliches Lächeln oder den humorvollen Berater, der bei Fragen und Anliegen schnell zur Seite steht, doch gibt es auch hier viele Mechanismen und Instrumente, die Emotionen beim Kunden wecken. Die Königsdisziplin ist hierbei in der verständlichen, authentischen und transparenten Präsentation des Angebots und der Dienstleistung, die für das emotionale Aha-Erlebnis

sorgt. Für die HWGruppe in Ingolstadt zählt das virtuelle Fahrzeugangebot schon lange zum Alltag. Digitalisierung und Onlinehandel sind keine Fremdwörter mehr, doch verändern sich diese fortwährend. Neue Trends und Innovationen sind kaum mehr aufzuhalten und jeder will heute der Erste sein, so Andreas Reiser, Geschäftsführer der Autohaus Hofmann & Wittmann GmbH, Volkswagen Zentrum Ingolstadt.

Onlinepräsenz und Onlinehandel ganz klar im Fokus.

Dieses Standbein ist aus heutiger Sicht für alle in der Branche zu einem unverzichtbaren Vertriebskanal geworden und bildet eine essentielle Stütze im Onlinehandel, so Walter Hofmann (Mitinhaber und Geschäftsführer der Autohäuser der HWGruppe). Egal welche Marke wir aus unserer Gruppe als Beispiel nehmen. Es vergeht kaum ein Tag, an dem die Verkaufsmannschaft morgens ins Büro kommt und vor leeren E-Mailpostfächern steht. Unzählige Fahrzeuganfragen oder Probefahrtinteressenten überhäufen uns. Saisonschwankungen haben wir so gut wie keine, ganz im Gegenteil! Wenn der tagesrhythmus-gesteuerte Handel abends langsam in den Standby-Modus fährt, dann wachen die meisten Interessenten auf und durchforsten in den Abend- und Nachtstunden die Angebotsvielfalt im Internet. Sie recherchieren, vergleichen und stellen Ihre Anfragen zur späten Stunde, die wir dann am Folgetag auf reich gedecktem Tisch vorfinden und bearbeiten, berichtet Frank Denter, Spartenleiter Gebrauchtwagen BMW/MINI.

Die Quote der Online-Verkäufe hat bei uns in den vergangenen Jahren auch stark zugenommen und daran knüpfen wir an. Wir wollen an der Spitze mit dabei sein. Unser Erfolg liegt in der Qualität und Professionalität der virtuellen Angebotsdarstellung. Das ist unser Rezept und der Aperitif für den ersten stillenden Appetit Die exklusive Präsentation unserer Fahrzeugangebote ist das A und O, stationär wie auch digital! Was für Außenstehende mittlerweile gelernte Praxis ist, birgt jedoch im Hintergrund viel Engagement, Know-how und insbesondere Innovationsgeist, erklärt Reiner Wittmann, Geschäftsführer der H.u.W. Sportwagen GmbH, Porsche Zentrum Ingolstadt.

Unser Ziel ist es, das Angebot für Interessenten schmackhaft zu machen und auf dem Silbertablett zu servieren, ohne das es einer ersten persönlichen Beratung bedarf. Im Vergleich zur Laufkundschaft in unseren Häusern, hat der Onlinekunde sehr viel Zeit! Zeit für Suchen und Recherchen, Vergleiche und Zeit zum darüber schlafen. Wenn das Onlineangebot nicht gleich beim ersten Mal die Bedürfnisse und Interessen weckt, haben wir bereits 50% verspielt. Der Kunde „verlässt“ quasi das Geschäft (Online-Marktplatz), da er sich nicht bedient fühlte. Das macht den großen Unterschied zur stationären Beratungssituation, denn hier leisten Faktoren wie Sympathie, Kompetenz und Vertrauen des Gesprächspartners einen wesentlichen Beitrag im Erstkontakt, der in der virtuellen Welt kaum zum Tragen kommt. Umso wichtiger liegt hierbei letztlich die Konzentration auf einen glaubwürdigen und seriösen Auftritt und selbstverständlich eine gute Reputation. Das Internet ist nicht lokal! Von daher ist es die Königsdisziplin auch Regionen außerhalb unseres Wirkungskreises glaubhaft und seriös vom Angebot zu überzeugen! Unsere Visitenkarte ist die Präsentation und die authentische Angebotsdarstellung auf die wir setzen, berichtet Detlef Hertwig, Geschäftsführer der Autohaus Hofmann GmbH.

Der erste Eindruck zählt und es muss Klick machen. Vergleichbar wie bei einem „blind date“. Damit daraus schon bald das erste Zusammentreffen wird, investieren wir ständig in innovative und technologische Fortschritte, die uns dabei helfen, das Onlineangebot fortlaufend attraktiver zu gestalten. Die mehrdimensionale, visuelle Angebotsdarstellung ist nur der Beginn. Entspricht beispielsweise das Fahrzeugbild

des Onlineangebots nicht exakt den Vorstellungen des Betrachters, weil beispielsweise zu wenig Details, die falsche Perspektive oder zu wenig Belichtung vorhanden sind, so verliert er schnell das Interesse. Selbst die zusätzliche Sonderausstattung spielt dann kaum noch eine Rolle, erklärt Hagen Neumann, Verkaufsleiter im Volkswagen Zentrum Ingolstadt.

Wir zeigen dem Kunden MEHR!

Mit einer neuen Innovation, dem 360-Grad-Panorama Scan von Twinner, setzen für unsere Marken (Volkswagen, BMW, MINI, Porsche) am Ingolstädter Standort einen weiteren Meilenstein in der visuellen Online-Präsentation von Gebrauchtwagen und zählen somit zu den Pionieren dieser neuartigen Fahrzeugpräsentation, deren Funktion und Bedienung eines Neuwagen-Konfigurators ähnelt. Eine professionelle Außenaufnahme ist dabei nur der Anfang. Denn mit dem vollumfänglichen 360-Grad-Scan erreichen wir nahtlos exzellente Aufnahmen jedes unserer Fahrzeuge.

Hiermit erzeugen wir einen virtuellen Fahrzeugzwilling, der anschließend mit den zugehörigen Fahrzeugdaten/Kalkulationen auf unserer Website sowie in relevanten Onlinebörsen präsentiert wird. Das Ergebnis ist eine authentische, einheitliche Bildwelt des Online-Fahrzeugbestands, die in einem professionellen und optisch ansprechenden Gesamtangebot das Gebrauchtwagenportfolio präsentiert.

Im unserem virtuellen Showroom auf unserer Website bedient der Interessent mittels Maus oder dem Finger an seinem Bildschirm das Fahrzeug in jede beliebige Richtung und kann es genauer unter die Lupe nehmen. Per Zoom sind selbst kleinste Details nahezu mit 10facher Vergrößerung sichtbar, wie beispielsweise das Reifenprofil wie auch deren Zustand. Wem das noch nicht ausreicht, der öffnet über die Funktionssymbole die Fahrertüren, die Motorhaube und den Kofferraum und wirft auch hier gerne seinen neugierigen Blick hinein. Was unter der Haube steckt, weckt meist das größte Interesse. Ein einfacher Blick in das Herzstück, präsentiert den Zustand des Motors und sämtlicher Komponenten. Sämtliche Zweifel werden somit im Vorfeld ausgeschlossen?

Ach ja! Nichts ist doch schöner als das erste virtuelle Probesitzen und Bestaunen des Interieurs, die Qualität und der Zustand des Innenraums - Rundumblick inklusive! Wir laden jeden Besucher zum virtuellen Einsteigen ein! Denn die Maus ist Ihr Schlüssel zu Ihrem neuen Traumwagen!

Kein Detail bleibt außen vor. Wer kennt das nicht, der unangenehme Anblick von unten? Im virtuellen Showroom entfallen selbst das mühevollen Bücken und Hinknien wie auch das Verrenken. Gestochen scharfe Aufnahmen des Unterbodens lassen auch hier kein Detail unbemerkt. Begutachten Sie im 360° view und in aller Ruhe den Zustand und die Beschaffenheit des Unterbodens, der Abgasanlage und prüfen Sie den Motorraum etc. – wir haben hier nichts zu verstecken!

Transparenz schafft Vertrauen!

Alle unsere Gebrauchtwagen, vom Volkswagen angefangen, über den MINI oder BMW bis hin zum Porsche, werden nach dem fachmännischen Service-Check in der Werkstatt und der professionellen Aufbereitung dem optischen 360-Grad-Screening unterzogen. Im Twinner scannen hochauflösende Sensoren und Kameras das Fahrzeug bis ins kleinste Detail. Das Ergebnis ist ein 100%iges Abbild, außen wie in-

nen, inkl. Unterbodenaufnahme und Reifenprofiltiefe. Selbst versteckte Lackausbesserungen oder ähnliches entkommen nicht dem wachsamen Scanner. Diese werden mittels Infrarot- und UV-Licht-Bestrahlung abgetastet und entsprechend im späteren Online-Angebot gekennzeichnet.

Unsere Qualitätssicherung für Sie.

Mit diesem wegweisenden Schritt und der Investition in den 360-Grad-Fahrzeug-Scanner, beweisen wir wieder einmal mehr in puncto Qualität, Transparenz und Sicherheit. Die Zufriedenheit und das Vertrauen unserer Kunden liegen uns besonders am Herzen. Mit dem 1:1 Abbild erschaffen wir einen digitalen Zwilling und liefern von der ersten Minute an bereits authentische, gleichbleibende Qualitätsergebnisse. Interessenten erhalten somit beim ersten Online-Anblick noch nie dagewesene Einblicke in ihr künftiges Fahrzeug - ohne dabei in den Weg in unser Autohaus zu investieren.

Top Service. Top Qualität - und am Puls der Zeit!

Diesen Anspruch erfüllen wir für unsere Gäste Tag für Tag. Denn besondere Fahrzeuge verdienen auch einen besonderen Service. Mit Leidenschaft für Mobilität und großem Innovationsgeist bieten wir eine exklusive Online-Verkaufsberatung. Findet ein Interessent in unserem Bestand das passende Traumfahrzeug und entspricht es seinen Vorstellungen, dann hat er die Möglichkeit in den Genuss des Online-Beratungskomforts zu kommen. Einfach, bequem und vollkommen kostenfrei!

Wie das geht? Ganz einfach! Individuellen Online-Beratungstermin vereinbaren und dann am PC, Tablet oder dem Smartphone das entsprechende Wunschfahrzeug live und in Farbe präsentieren lassen. Unsere Verkaufsberater begrüßen ihren virtuell gegenüberstehenden Gesprächspartner im Online-Chat und beantworten alle Fragen und individuelle Bedürfnisse. Ist alles geklärt und kein Wunsch mehr offen, dann steht dem Kauf nichts mehr im Wege. Selbstverständlich liefern wir das Wunschfahrzeug auch bis vor die Haustür.

Walter Hofmann, Inhaber und Geschäftsführer der HWGruppe

Technik, die begeistert. Innovative Technologien haben mich schon immer fasziniert. Mit der Investition in den 360-Grad-Fahrzeugscanner legen wir einen Meilenstein in der Onlinevermarktung und erfüllen zwei Bedürfnisse zugleich. Innovation, Fortschritt und Professionalisierung auf der einen Seite und mehr Transparenz, Vertrauen und Sicherheit auf der Kundenseite.

Reiner Wittmann, Mitinhaber/Geschäftsführer H.u.W. Sportwagen GmbH/Porsche Zentrum Ingolstadt
Herausragende Performance. Auf der Straße und nun auch virtuell. Mit dem hochmodernen 3D-Fahrzeugscan kommen unsere Kunden in den Genuss, Ihren sportlichen Traumwagen bereits im Vorfeld hautnah zu erleben! Genauso schnelle und elegant wie ein Porsche, erstellen wir mit dem Twinner authentische Fahrzeugbilder und versprechen 100%ige Transparenz und Sicherheit beim Kauf.

Detlef Hertwig, Geschäftsführer Autohaus Hofmann GmbH

Ein Bild sagt mehr als tausend Worte. Die Online-Gebrauchtwagenvermarktung hat sich rasant entwickelt und nimmt eine Vorreiterrolle ein. Der Kunde kauft was er tatsächlich sieht und dieses Versprechen lösen wir verbindlich ein. Hochauflösende Aufnahmen mit aussagekräftiger Qualität bilden die Substanz unserer Angebote, online wie offline. Nichts bleibt im Verborgenen! Transparenz schafft Vertrauen und Gebrauchtwagenkauf ist Vertrauenssache.

Andreas Reiser, Geschäftsführer Autohaus Hofmann & Wittmann GmbH/Volkswagen Zentrum Ingolstadt
Online ist King. Die tragende Säule des Onlinevertriebs ist eine professionelle und authentische Präsenz. Wer hier innovativ und flexibel zugleich ist, hat sehr gute Karten. 100%iges Vertrauen in der virtuellen Welt herzustellen, gehört zur Königsdisziplin, die einem permanenten Wandel unterliegt. Am Ball bleiben lautet unsere Devise. Wir zählen uns zu den Playern.

Hagen Neumann, Verkaufsleiter Autohaus Hofmann & Wittmann GmbH/Volkswagen Zentrum Ingolstadt
Revolution im Autohandel. Die digitale Technik eröffnet neue Präsentationsmöglichkeiten und verspricht dem Interessenten noch mehr Sicherheit. Der virtuelle Autohausbesuch gewinnt mehr und mehr an Bedeutung, wenn es um den Erstkontakt geht. Mit dem 3D-Twiner setzen wir neue Maßstäbe unserer Online-Fahrzeugangebote und versprechen absolute Transparenz und Qualität. Für den Kunden wollen wir den virtuellen Autohausbesuch bereits bei ihm zu Hause zu einem Erlebnis machen. Dafür setzen wir auf Innovationen und ausgereifte Vertriebsinstrumente, die das Online-Autokaufen so einfach und bequem wie nur möglich machen.

Frank Denter, Spartenleiter Gebrauchtwagen BMW/MINI, Autohaus Hofmann GmbH
Der erste Eindruck zählt. Eine professionelle, einheitliche und für den Kunden transparente Produktpräsentation sind für die Kaufentscheidung von heute wichtiger denn je. Mit den 360-Grad-Fahrzeugscanner zeigen wir nicht nur gestochen scharfe Fahrzeugaufnahmen, sondern laden den Interessenten bereits zu Hause zum Einsteigen ein.

Die HWGruppe - Pionier der Region.

Eine der größten und erfolgreichsten Automobilhändlergruppen im süddeutschen Raum.

Gegründet 1950, zählt die HWGruppe als traditionsreiches Familienunternehmen heute mit neun Autohäusern zu einem der größten und erfolgreichsten Automobilhändlergruppen im süddeutschen Raum. In der Gruppe werden an den Standorten Ingolstadt, Pfaffenhofen, Abensberg und Regensburg über 500 engagierte Mitarbeiter beschäftigt, die mit großer Leidenschaft für Mobilität und hohem Engagement die Wünsche und Bedürfnisse unserer Kunden erfüllen. Über die Tochterunternehmen werden die Automobilmarken Volkswagen, Volkswagen Nutzfahrzeuge, BMW, MINI und Porsche vertrieben. Vom Kleinwagen bis hin zur Mittelklasse, vom SUV bis hin zum Transporter, runden schließlich exklusive Premium- und Sportwagen die Angebotsvielfalt ab. Eine große Auswahl an Elektro- und Hybridfahrzeugen ergänzen das Produktangebot.

Zur HWGruppe zählen die Unternehmen: Wittmann & Hofmann AG, Autohaus Hofmann & Wittmann GmbH, Autohaus Hofmann GmbH, Gebrauchtwagen Zentrum Ostbayern, H.u.W. Sportwagen GmbH, Ingo Software GmbH.

Weitere Informationen finden Sie unter: www.hwgruppe.de