

Hohe Zielvorgaben aus der Honda-Zentrale

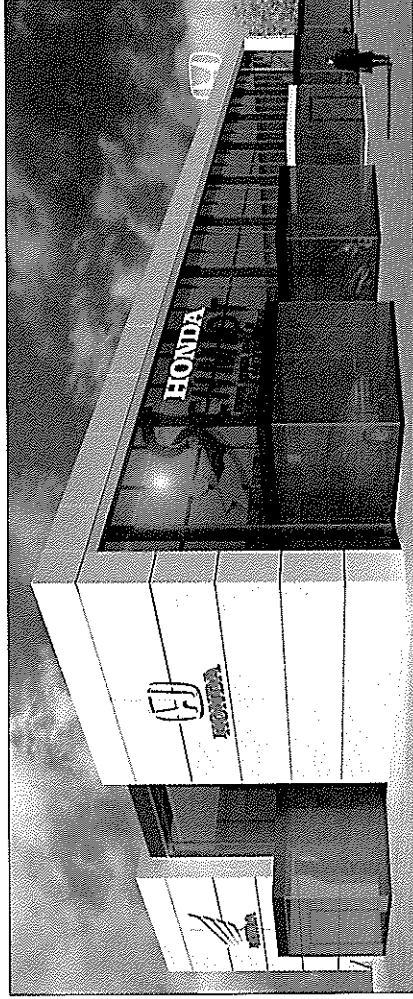
Das Autohaus Schmidt will im Sechs-Millionen-Euro-Neubau an der Leipziger Automeile mehr als 1500 Autos verkaufen

Matthias Karpstein
Automobilwoche, 31.7.2006

Leipzig. Honda Deutschland führt mit einem neuen Autohaus in Leipzig seine angekündigte Strategie konsequent fort, künftig die Verkaufszahlen in Ballungsräumen deutlich zu steigern. Gerade Händler in wichtigen Märkten wie Leipzig sollen dazu beitragen, dass Honda im laufenden Jahr 50.000 Fahrzeuge und 100.000 Autos im Jahr 2010 in Deutschland verkaufen kann. Welche Bedeutung der Neubau an Leipzigs Automeile für Honda hat, zeigt ein Blick auf die Gästeliste beim Spatenstich: Neben Takuji

Yamada, seit dem 1. Juli Geschäftsführer von Honda Deutschland, war auch Europa-Präsident Shigeru Takagi anwesend.

Geschäftsführer Olaf Schmidt investiert in sein drittes Honda-Haus sechs Millionen Euro. Im Dezember soll das Gebäude auf dem alten Messegelände fertig sein und am 17. Januar 2007 eröffnet werden. Aber das dauert Schmidt zu lange. Deshalb lässt er die alte Messehalle 17, die auf seinem Baugelände steht, bis Ende September für den Verkauf vorbereiten. „Ab Oktober werden wir vorübergehend in dieser Halle verkaufen“, sagt er. Im kommenden Jahr will er auf 1700 Qua-



Computergrafik: Den Neubau von Honda Schmidt hat das Leipziger Architekturbüro Gregor Fuchs-her & Partner entworfen.

adratmeter Ausstellungsfläche 250 Neuwagen absetzen. Fünf Jahre später sollen für 600 neue und

1000 gebrauchte Autos Käufer gefunden werden. „Der Druck von Honda ist groß, aber unser Ziel

Mobile.de und Ebay Motors rücken näher zusammen

Händler können ihre Anzeigen bei beiden Autoportalen gleichzeitig schalten – Rund 6,5 Millionen Besucher monatlich



München. Jetzt ist es offiziell: Mobile.de, eine 100-prozentige Tochter des Auktionsportals Ebay, rückt näher mit der Plattform Ebay Motors zusammen. Ab September können Autohändler, die ihre Anzeigen bei Mobile.de schalten, ihre Autos parallel auch bei Ebay Motors einstellen. Damit werde das Angebot potenziellen Käufern zugänglich gemacht, sagt Peter F. Schmidt, seit

der Internet-Autobörse Mobile.de. „Somit verdoppeln sich auch die Verkaufschancen.“ Allerdings räumt auch er „leichte Überschneidungen“ bei der Zielgruppe ein.

Schmid beruft sich auf Zahlen von Nielsen NetRatings: Danach haben Mobile.de und Ebay Motors zusammen rund 6,5 Millionen Besucher im Monat. Das seien knapp 90 Prozent aller Internetnutzer, die einen Pkw-Kauf planen, rech-

tenlos, danach zahlt der Händler – Mobile.de zählt zurzeit 2600 Händlerkunden – für das Einstellen der Anzeige bei Ebay Motors bei bis zu zehn Autos 19,99 Euro monatlich extra. Das einfache Inserat bei gleicher Stückzahl bei Mobile.de beträgt weiterhin 99 Euro im Monat.

Auch Privatkunden sollen bis zum Ende des Jahres in den Genuss eines neuen Kombi-Ange-

bot dann noch bei einer anderen Börse mitmachen?, fragt der Manager, der zuvor Geschäftsführer beim Konkurrenten AutoScout24 war. Schmid geht davon aus, dass die Kunden bei dieser neuen Reichweite nicht mehr wie bisher bei mehreren Börsen gleichzeitig schalten werden, sondern vorwiegend bei ihm, der auch Geschäftsführer von Ebay Motors ist.

Zunächst ist die zusätzliche