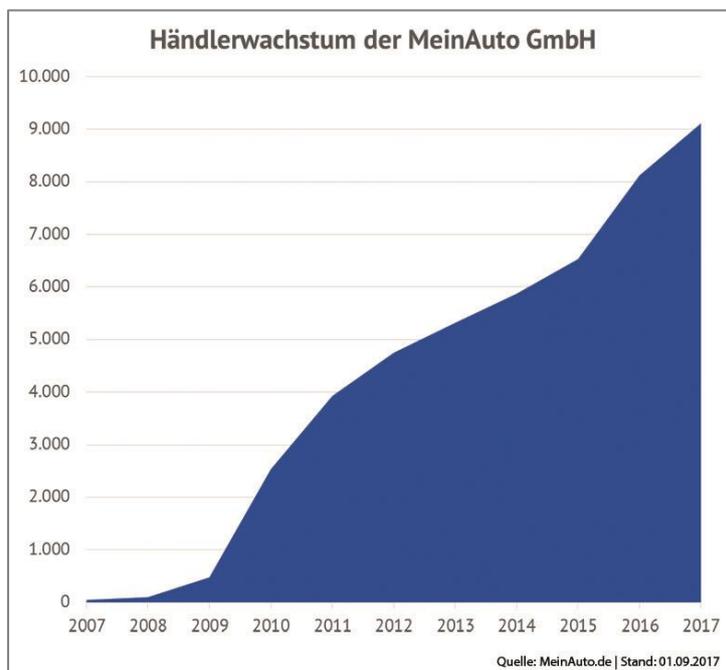


MeinAuto.de feiert 10 erfolgreiche Jahre

Der Kölner Internet-Neuwagenvermittler ist seit seiner Gründung zum deutschen Marktführer gewachsen. Die nächsten Entwicklungsschritte setzen weiteres Wachstumspotential frei.

Köln, 5. September 2017 – Seit 10 Jahren bietet MeinAuto.de Kaufinteressenten aus ganz Deutschland einen digitalen Weg zum günstigen Neuwagen. Über 1,5 Millionen Kaufanfragen generierte das Start-Up auf seinem Weg zum Marktführer. Seit der Gründung steigerte das Unternehmen die Zahl der Kundenkontakte konstant, bis im Jahr 2015 erstmals jährlich mehr als 200.000 Kaufinteressenten ihren Neuwagenkauf über die Plattform anbahnten. In diesem Jahr verzeichnet MeinAuto.de bereits zu seinem Jubiläum über 350.000 Kaufanfragen – bis Ende des Jahres wird die Marke von 400.000 Anfragen überschritten. Dieses Kundenpotential schätzen Händler in ganz Deutschland. Die Zahl der Partner im deutschen Automobilhandel wuchs dementsprechend deutlich über die vergangenen 10 Jahre. Heute zählt die MeinAuto GmbH über 9.000 Händlerpartner in ganz Deutschland. Für diese hohe Akzeptanz sorgen neben MeinAuto.de seit 2009 die B2B-Neuwagenbezugsquelle Pro-Neuwagen und das Händlerprodukt MeinAuto local, über das Händler seit 2015 Internet-Kaufinteressenten aus ihrer Region erreichen.



Die nächste Produktentwicklung steht bereits kurz vor ihrer Markteinführung. Mit der „MeinAuto Börse“ wird MeinAuto.de Händlern ab dem Februar 2018 die Möglichkeit

bieten, junge Gebrauchtfahrzeuge und Neuwagen aus dem Bestand auf MeinAuto.de zu vermarkten.

So hat sich das Unternehmen verschiedene Absatzkanäle aufgebaut, um Autokäufer zu erreichen. Dem Handel bietet die MeinAuto GmbH ein breites Angebotsspektrum zur Gewinnung und Bindung von Kunden. Durch diese erfolgreiche Wachstums- und Entwicklungsstrategie hat sich das Start-Up als profitabler Marktführer für den digitalen Neuwagenkauf in der Automobilbranche behauptet.

Übersicht Geschäfts- und Produktbereiche MeinAuto GmbH		
Geschäfts- und Produktbereich	Zielgruppe Endkunden	Zielgruppe Automobilhandel
	Privat- und Geschäftskunden	Fabrikatshändler
	Reiner B2B-Geschäftsbereich	Freie Händler & kleinere Fabrikatshändler
	Privat- und Geschäftskunden	Alle Automobilhändler
	Privat- und Geschäftskunden	Alle Automobilhändler
	Geschäftskunden und Verbände	Fabrikatshändler

Quelle: MeinAuto.de

„Wir blicken auf 10 erfolgreiche Jahre, in denen wir unserer Mission, den Neuwagenkauf ins Internet zu bringen, erfolgreich umgesetzt und innovative Lösungen für den Autokauf etabliert haben“, zeigt sich Alexander Bugge, Gründer und Geschäftsführer von MeinAuto.de zufrieden.

Als Alexander Bugge und Carsten Seel 2007 nach dem erfolgreichen Verkauf ihres ersten Start-Ups MeinAuto.de gründeten, war diese Mission mit großen Herausforderungen verbunden.

„Wir mussten uns als Pionier für den Internet-Autokauf unseren Markt erst selber bereiten. Als neuer disruptiver Player konnten wir dabei nicht auf viel Unterstützung aus der Autobranche zurückgreifen. Das sieht heute ganz anders aus“, erinnert sich Bugge.

Umso größer ist die Freude im Unternehmen über das bis heute erreichte, ohne jedoch die nächsten Ziele aus den Augen zu verlieren.

„Wir planen und entwickeln bereits seit einigen Monaten unseren nächsten Meilenstein. Mit der Erweiterung unseres Angebotes um junge Gebrauchtfahrzeuge stellen wir die Weichen für die nächsten erfolgreichen Jahre“, ergänzt Thomas Eichenberg, Geschäftsführer von MeinAuto.de.

Am vergangenen Freitag nahm MeinAuto.de die erfolgreiche Dekade zum Anlass für eine ausgiebige Jubiläumsfeier – auf dem Rhein. Passend zum neuen Standort, der seit Beginn des Jahres am Kölner Rheinufer liegt, lud das Unternehmen alle Mitarbeiter, deren Partner sowie langjährigen Weggefährten auf das Event-Schiff „Jules Verne“.

Über MeinAuto.de

Mit jährlich über 13 Millionen Website-Besuchern ist MeinAuto.de Marktführer unter den Internetvermittlern von Neuwagen. Interessenten können markenübergreifend aus über 40 Herstellern und Importeuren sowie über 600 Modellen wählen. Verbraucher erhalten, ausgehend von ihren persönlichen Kaufbedürfnissen mithilfe des Bedarfskonfigurators passende Modelle, konfigurieren ihr individuelles Neufahrzeug und können es zum Internetpreis bei einem deutschen Vertragshändler erwerben. Der Vermittlungsservice und die unabhängige Beratung von MeinAuto.de sind für Kunden kostenlos.

Weitere Daten und Fakten über MeinAuto.de unter <http://www.meinauto.de/presse/>

Für Journalisten/Medien

Die Presseabteilung bei MeinAuto.de bietet kostenlos fundierte Datenanalysen und Markteinschätzungen auf Basis von mehr als 8 Millionen Neuwagenkonfigurationen von Verbrauchern jährlich. Dazu gehören beispielsweise Rabattübersichten, Auswertungen von lokalem, regionalem und bundesweitem Kaufverhalten, Lieferzeiten, demographische Käuferanalysen oder Ähnliches - auf Wunsch in Verbindung mit einem Expertenkommentar von Alexander Bugge, Gründer und Geschäftsführer von MeinAuto.de.