

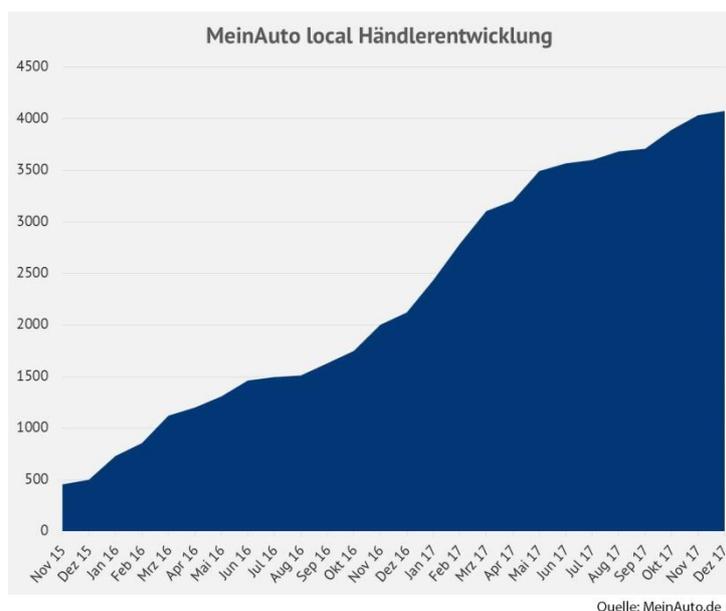
## MeinAuto local feiert erfolgreiches zweites Jahr

**Das Händlerprodukt der MeinAuto GmbH setzt seine positive Entwicklung fort und zählt nach dem zweiten Jahr mehr als 4.000 registrierte Händler Partner.**

Köln, 12. Januar 2018 – Seit zwei Jahren vermittelt MeinAuto local Kundenanfragen an den stationären Handel. Mit aktuell über 4.000 registrierten Autohäusern hat sich das eindrucksvolle Wachstum des jungen Produktes auch im zweiten Jahr fortgesetzt. Bereits im ersten Jahr wurden die Marke von 2.000 Händleranmeldungen und damit die Erwartungen des Unternehmens deutlich übertroffen.

„MeinAuto local führt Kunden, die im Internet nach Neuwagenangeboten suchen, mit lokalen Autohäusern zusammen. Die Registrierung des 4.000. Händlers in zwei Jahren bestätigt, dass MeinAuto local eine gute Lösung zu einem der wichtigsten Themen für den Automobilhandel beisteuert“, zeigt sich Alexander Bugge, Geschäftsführer von MeinAuto.de, zufrieden.

Der starke Zulauf seitens der Händler unterstreicht die vielen positiven Rückmeldungen des Automobilhandels auf das jüngste Produkt der MeinAuto GmbH. Die anhaltend positive Entwicklung ist ein weiterer großer Schritt MeinAuto local langfristig im Markt zu etablieren.



Durch die Kundenanfragen von MeinAuto local können Autohäuser aktiv Kaufinteressenten aus ihrer Region kontaktieren, die bereits einen konkreten Kaufwunsch über das Internet bei MeinAuto.de geäußert haben. Die Leadinformationen von MeinAuto local versetzen den Autoverkäufer dabei in eine optimale Ausgangsposition im Kundenkontakt. Mit MeinAuto local verfolgte die MeinAuto GmbH von Beginn an eine Strategie, die alle Produkt- und Geschäftsbereiche des Unternehmens kennzeichnet – ein Cost-per-Order Preismodell. So lastet das Kostenrisiko mit MeinAuto local auf Seiten des Portals und nicht auf Handelsseite. MeinAuto local Partnern wird erst eine Provision für den Lead in Rechnung gestellt, sobald daraus ein Verkauf resultiert.

„Wir haben großes Vertrauen in die Qualität unserer Leads. Unser Anspruch ist es Händlern die vertriebllich am besten zu nutzenden Leads zu liefern. Die Übernahme des finanziellen Risikos dafür ist für uns selbstverständlich“, so Bugge weiter.

Um diesem Anspruch gerecht zu werden, wurde MeinAuto local bereits im ersten Jahr gezielt weiterentwickelt. Durch Erweiterungen der dem Händler zur Verfügung gestellten Anfragedetails konnte eine Steigerung der Leadqualität erreicht werden, die eine verbesserte Bedarfsanalyse durch den Autoverkäufer ermöglicht. So werden dem Händler zum Beispiel umfangreiche Informationen zu einer möglichen Gebrauchtwageninzahlungnahme eines Kunden einschließlich der FIN zur Verfügung gestellt. Parallel wurden zu diesem Zweck die Leadmanagementfunktionen des Händlerportals kontinuierlich ergänzt. Im zweiten Jahr wurde darüber hinaus ein weiterer entscheidender Entwicklungsschritt umgesetzt. Seit Mitte des Jahres ist es Händlern möglich Fahrzeuge aus ihrem Bestand gezielt und passend zur Anfrage des Kaufinteressenten über das Angebotszertifikat anzubieten.

Nachdem MeinAuto local bereits im ersten Jahr deutliche Zuwächse für die MeinAuto GmbH generieren konnte, hat sich dieser Effekt im zweiten Jahr nicht nur fortgesetzt, sondern verstärkt. In den letzten 12 Monaten konnten über MeinAuto local mehr als 200.000 Anfragen an registrierte Händler vermittelt werden – über 88.000 waren es im ersten Jahr. Die kooperierenden Händler konnten durch die neu gewonnen Kaufinteressenten Zuwächse im Fahrzeug- und Finanzgeschäft sowie im Teile- und Servicegeschäft erzielen.

### **Über MeinAuto.de**

Mit jährlich über 16 Millionen Website-Besuchern ist MeinAuto.de Marktführer unter den Internetvermittlern von Neuwagen. Interessenten können markenübergreifend aus über 600 Modellen von 40 Herstellern und Importeuren 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 3 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.