

EDITORIAL

*Liebe Mitglieder und Freunde
des Instituts für Automobilwirtschaft,*

Das Jahr 2003 wird zweifellos in die Geschichte des Automobilvertriebs eingehen: Mit der Umstellung der Händlerverträge auf die neue Gruppenfreistellungsverordnung (GVO Nr. 1400/2002) sind die vertragsrechtlichen Weichen für die Zusammenarbeit zwischen Herstellern und Händlern gestellt. Oder doch nicht? Bei vielen der neuen Verträgen hat man den Eindruck, dass sich einige Hersteller angestrengt haben, die konfuse Regelungswut der EU Beamten noch zu übertreffen. Herausgekommen sind Verträge und Margensysteme die sich in der Praxis nicht umsetzen lassen. Das wird zu Revisionen führen.

Die nächsten Jahre werden zeigen: Die Zukunft gehört im Automobilvertrieb nicht denen, die glauben, mit juristischen Feinheiten ihre Handelsorganisation führen zu müssen, sondern jenen, die auf der Grundlage einer straffen Netzpolitik mit einer überschaubaren Zahl von Händlern zusammenarbeiten und ihren Partnern dann aber auch die Freiräume geben, die sie brauchen um im Markt Erfolg zu haben.

*Herzlichst Ihr
Prof. Dr. Willi Diez*

Internet-Service des IFA:

<http://www.ifa-info.de>

Was Sie dort finden:

- News
- Veranstaltungshinweise
- Literatur für wissenschaftliche Arbeiten
- Downloads
- Links zu interessanten Websites



INHALT

- **Zusammenarbeit mit dem Arbeitskreis der Banken und Leasinggesellschaften**
- **BMBF-Projekt: Mobile Automotive Services**
- **Tradition stärkt das Image von Automobilmarken**
- **Tuning als Geschäftsfeld für Autohäuser**
- **ICDP: Autumn Forum in St. Paul de Vence**
- **ICDP: Dealer Group Trends in Europe**
- **ICDP: Zusammenfassung Research 2000 - 2003**
- **ICDP: Forschungsschwerpunkte (ICDP V)**
- **Premium Brand Monitor**
- **Trends im Automobilvertrieb der Zukunft**
- **Wege aus dem Preiskampf im GW-Geschäft**
- **Studie „Service-Offensive 2003“**
- **Erstklassige Ergebnisse bei Hochschulrankings**
- **Stiftungsprofessur der Nürnberger Versicherung**
- **Tobias Tierhold erhält ZDK-Preis**
- **Gastvorträge an der Hochschule**
- **Automobilwirtschaft in Geislingen**
- **Buchprojekt zum Mehrmarkenvertrieb**
- **Markenmanagement: Premium- oder Volumenmarke?**
- **Herausforderungen und Perspektiven in der Kundenbetreuung**
- **Das Machtphänomen im Vertriebsmanagement**
- **Internationales Unternehmensplanspiel ICARS**
- **IFA-Qualifizierungsseminare**
- **Personelle Verstärkung am IFA**

Forschungskooperation:

Zusammenarbeit mit dem Arbeitskreis der Banken und Leasinggesellschaften der Automobilwirtschaft

Das Institut für Automobilwirtschaft arbeitet seit Sommer 2003 eng mit dem "Arbeitskreis der Banken und Leasinggesellschaften der Automobilwirtschaft" zusammen. In diesem Arbeitskreis haben sich Anfang der 80er Jahre namhafte herstellerverbundene Finanzdienstleistungsgesellschaften zusammengeschlossen, um Lösungen für betriebswirtschaftliche, steuerliche und rechtliche Problem- und Aufgabenstellungen zu erarbeiten. Vor diesem Hintergrund wurde auch eine Zusammenarbeit mit dem IFA angeregt, um gemeinsam Forschungsprojekte im Finanzdienstleistungsmarkt durchzuführen.

Insgesamt gewinnen Finanzdienstleistungen für den Automobilvertrieb zunehmend an Bedeutung. Zum einen wirken sie verkaufsfördernd, zum anderen steigert der Verkauf von Finanzierungs- und Leasingverträgen signifikant die Kundenloyalität und bietet darüber hinaus sowohl den Herstellern als auch den Handelspartnern ein beträchtliches Ertragspotential.

Uwe Stratmann

BMBF-Projekt:

MACS - Mobile Automotive Cooperative Services

Eine der größten zukünftigen Herausforderungen für die Automobilhersteller wird die Weiterentwicklung und Differenzierung des Produktes „Automobil“ darstellen. Das größte Differenzierungs- und somit auch Wachstumspotenzial liegt in individuell zugeschnit-

tenen Dienstleistungspaketen rund um das Fahrzeug.

Das Verbundprojekt Mobile Automotive Cooperative Services (MACS) der TU München, dem Institut für Automobilwirtschaft und der Audi AG hat zum Ziel, wissensintensive Dienste im automobilen Bereich zu erforschen, zu entwickeln und in einer abschließenden Projektphase auch prototypisch in das Fahrzeug zu implementieren. MACS untersucht Informationsdienstleistungen mobiler Online-Anwendungen aus den Bereichen Mobilfunk, Internet und Kfz-Telematik. Durch die Evaluierung dieser Dienste, sollen telematische Dienstleistungen für den automobilen Bereich identifiziert werden, die personen- und fahrzeugbezogene Mehrwerte unter Berücksichtigung moderner Breitbandtechnologien (GPRS/UMTS) generieren.

In einem ersten Schritt wurden bereits neben Dienstleistungen von Mobilfunkanbietern und Internetportalen auch die Telematikdienste der Automobilhersteller analysiert und bewertet. Wir werden in den nächsten Ausgaben von *IFAdirect* über die Fortschritte des Projekts berichten.

Ansprechpartner am Institut für Automobilwirtschaft für das Projekt MACS sind Prof. Stefan Reindl und Dennis Baumann.

e-mail: dennis.baumann@ifa-info.de

e-mail: stefan.reindl@ifa-info.de

Traditionspflege in der Automobilindustrie:

Tradition stärkt das Image von Automobilmarken

Automobilmarken mit einer langen Tradition und einer intensiven Traditionspflege können deutlich positive Effekte im Hinblick auf ihr Markenimage erzielen. Dies ist das Ergebnis

einer explorativen Befragung, die das Institut für Automobilwirtschaft (IFA) unter Studierenden an der Fachhochschule Nürtingen durchgeführt hat. Zwar sind die ermittelten Ergebnisse nicht repräsentativ für die Gesamtheit aller Autofahrer, wohl aber für die besonders wichtige Gruppe junger und zukünftig einkommensstarker Käuferschichten.

Bei der Befragung stellte sich u.a. heraus, dass junge Autofahrer, die wissen, dass Mercedes bereits in den 50er Jahren umfangreiche Crash Tests durchgeführt hat, das Qualitätsimage von Mercedes deutlich besser beurteilen als Befragte, bei denen dies nicht der Fall ist. Weiterhin profitiert Mercedes vom Image, besonders sichere Fahrzeuge zu bauen. So ist beispielsweise vielen jungen Autofahrern bewusst, dass Mercedes erstmals ein ABS als Sonderausstattung in einem Serienfahrzeug angeboten hat. Positive Image-Effekte aus der Tradition des Unternehmens erzielt auch Audi, z.B. im Hinblick auf seine Pionierrolle bei der Einführung moderner allradantriebener Fahrzeuge oder der Vorreiterrolle im Bereich der Aluminiumkarosserie.

Erstaunlich auch ein weiteres Ergebnis der Untersuchung: Junge Autofahrer betrachten Tradition generell als einen wichtigen Imagefaktor und begrüßen es, wenn Automobilhersteller Oldtimer Fans unterstützen. Traditionspflege, so die Schlussfolgerung aus der Befragung, sollte daher zu einem integrierten Bestandteil des Markenmanagements werden.

Die Studie "Tradition und Marke - Ergebnisse einer explorativen Befragung" kann beim Institut für Automobilwirtschaft für 69,- € zzgl. gesetzlicher MwSt. und Versandkosten erworben werden.

Internet-Service des IFA:

<http://www.ifa-info.de>

Was Sie dort finden:

- News
- Veranstaltungshinweise
- Literatur für wissenschaftliche Arbeiten
- Downloads
- Links zu interessanten Websites



Tuning:

Ein profitables Geschäftsfeld für Autohäuser?

Tuning kann für Autohäuser ein interessantes und profitables Geschäftsfeld sein. Dies ist das Ergebnis einer Befragung von rund 300 Autohäusern. Durchgeführt wurde die Befragung im Rahmen eines Online Panels von pulsSchlag und der Fachzeitschrift „Autohaus“ in Zusammenarbeit mit dem Institut für Automobilwirtschaft.

Über 70 Prozent der befragten Autohäuser bezeichneten Tuning als ein profitables, 7 Prozent sogar als ein sehr profitables Geschäft. Als die wichtigsten Erfolgsfaktoren für ein ertragreiches Tuning-Geschäft konnten identifiziert werden:

- die Fokussierung auf technisch-anspruchsvolle Tuning-Produkte,
- ein attraktives Angebot von Tuning-Show Cars,
- den Einsatz eines Tuning-Spezialisten im Betrieb,
- die Erschließung älterer, einkommensstarker Zielgruppen als potenzielle Tuning-Kunden sowie
- die Erreichung eines Mindestumsatzes von 100.000 €

Die Studie "Tuning - Ein profitables Geschäftsfeld für Autohäuser" kann für 69,- € zzgl. gesetzlicher MwSt. und Versandkosten beim Institut für Automobilwirtschaft erworben werden.

International Car Distribution Programme:
**ICDP Autumn Forum in
St. Paul de Vence (F)**

Unter dem Titel „Control or Chaos or Collaboration? - Managing in the Evolving Environment“ stand das ICDP Autumn Forum, das vom 15. bis 17. Oktober 2003 in St. Paul de Vence (Südfrankreich) stattfand. Der Fokus der Vorträge und Workshops war in diesem Jahr vor allem auf die Auswirkungen der neuen Gruppenfreistellungsverordnung Nr. 1400/02 ausgerichtet. Vor diesem Hintergrund wurden insbesondere folgende drei Themengebiete aufgegriffen:

*The Response to the New Block
Exemption 1400/2002*

Die rechtliche Grundlage für das selektive Vertriebssystem in der europäischen Automobilwirtschaft ist die Gruppenfreistellungsverordnung Nr. 1400/2002. Die neue GVO ist zum bereits 1. Oktober 2002 in Kraft getreten. Die Umsetzung der neuen Richtlinien und die Adaption der Händlerverträge ist jedoch bis heute nicht abgeschlossen. Die Forscher des International Car Distribution Programmes sind daher insbesondere folgenden Fragen nachgegangen:

- Wie wird die neue Gruppenfreistellungsverordnung Nr. 1400/2002 in den einzelnen Märkten in nationales Recht umgesetzt?
- Sind die Inhalte der neu verfassten Händlerverträge konform mit der neuen Wettbewerbsordnung?
- Welche Auswirkungen haben sich bereits für die Marktteilnehmer in der Automobilwirtschaft (Automobilhändler, -hersteller und -kunden) ergeben?
- Welche Nachbesserungen sind notwendig?

Diese Themen wurden während des ICDP Sponsors Forums eingehend erläutert und diskutiert. Neben dem ICDP Sponsors Forum gab es bereits mehrere internationale Workshops zur GVO.

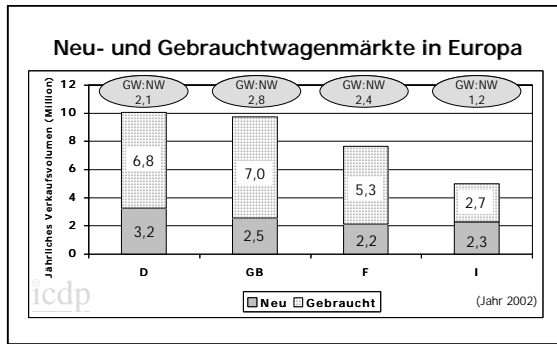
*Finance in Car Distribution
Complement or Disruption*

Dieser Forschungsschwerpunkt beschäftigt sich insbesondere mit der Fragestellung, inwieweit die automobilen Finanzdienstleister die neuen Freiheiten der GVO Nr. 1400/2002 nutzen werden.

Mit der Liberalisierung des Automobilmarktes soll neuen Marktteilnehmern der Eintritt in den Automobilhandel vereinfacht werden. Durch ihre Tätigkeit verfügen Finanzdienstleister über detaillierte Einblicke in den Automobilhandel, die sie neben ihrem finanzwirtschaftlichen Fachwissen nutzen könnten, um selber aktiv in den Automobilvertrieb einzugreifen. Ein besonderes Augenmerk dieser Untersuchung liegt auf den Aktivitäten der Leasinggesellschaften, die seit Inkrafttreten der GVO Nr. 1400/02 als Endabnehmer definiert werden und damit die Möglichkeit haben, einen zusätzlichen Vertriebsweg zu implementieren. Grundlage der Untersuchung war eine detaillierte Strukturanalyse der europäischen Finanzdienstleistungsmärkte.

Managing Used Cars

Eine Gebrauchtwagenuntersuchung in den vier europäischen Kernmärkten Deutschland, Frankreich, Großbritannien und Italien war das dritte Themengebiet des ICDP Autumn Forums 2003. Im Rahmen der Studie wurden die wichtigsten Veränderungen, Trends und Innovationen im europäischen Gebrauchtwagenhandel analysiert.



Quelle: ICDP 2003

Die Ergebnisse wurden darüber hinaus mit einer bereits im Jahr 1998 durchgeführten Studie verglichen. Im Rahmen der Untersuchung konnten unter anderem folgende Trends identifiziert werden:

- der Privatmarkt gewinnt weiterhin an Bedeutung - vor allem in Frankreich und Deutschland,
- es herrscht ein Überangebot an jungen Gebrauchtfahrzeugen,
- der Markenhandel hat signifikante Defizite bezüglich älterer Gebrauchtfahrzeuge und
- es zeichnet sich ein Trend zur Pluralisierung der Vertriebswege auch im Gebrauchtwagenhandel ab - neue Vertriebsformen wie Gebrauchtfahrzeug-Superstores oder Internetmarktplätze üben verstärkt Druck auf den traditionellen Vertriebsstrukturen aus.

Den Mitgliedern des ICDP Projektes stehen verschiedene Forschungsberichte und Präsentationen zur neuen GVO im Internet unter www.icdp.net zur Verfügung.

Die Präsentations-Charts der Autumn Forums können von den ICDP-Sponsoren unter www.icdp.net abgerufen werden. Wir möchten gleichzeitig darauf hinweisen, dass die Forschungsberichte „Finance in Car Distribution: Complement or Disruption?“ und „Managing Used Cars“ Anfang 2004 vorliegen.

Uwe Stratmann



International Car Distribution Programme: Dealer Group Trends in Europe

Inhalt des ICDP Forschungsberichts „Dealer Group Trends in Europe“ ist ein struktureller Vergleich von Händlergruppen in Europa.

Die Bedeutung von Automobilhändlergruppen - definiert als Automobilhandelsunternehmen, denen wirtschaftlich und rechtlich mehr als drei Autohausbetriebe zugeordnet werden können - hat in Europa stark zugenommen. Allein in Deutschland hat sich die Zahl der Händlergruppen in den letzten fünf Jahren mit mehr als 1.100 Unternehmen nahezu verdoppelt.

Eines der bemerkenswerten Ergebnisse dieser Studie ist, dass sehr komplexe, große Automobilhandelsgruppen im Vergleich zu einfach strukturierten Automobilhändlern in vielen Fällen schlechtere wirtschaftliche Ergebnisse aufweisen. Der Slogan „Bigger is Better“ traf nur in wenigen Fällen zu. Der Komplexitätsgrad einer Händlergruppe setzt sich vor allem aus der räumlichen Dispersion der Unternehmung, der Anzahl an Filialbetrieben und der Größe des Markenportfolios zusammen. Grundsätzlich sollten Händlergruppen die Komplexität so gering wie möglich halten, um Skaleneffekte zu realisieren und die Managementkomplexität gering zu halten. Die Untersuchung hat gezeigt, dass die unterschiedlichen Händlergruppenstrukturen jeweils geeignete Strategien erfordern, um den Komplexitätsgrad zu reduzieren.

Sponsoren des ICDP Projektes können den ICDP Research Report Nr. 04/2003 „Dealer Group Trends in Europe“ unter www.icdp.net im geschlossenen Mitgliederbereich abrufen.

Uwe Stratmann

International Car Distribution Programme:
**Zusammenfassung: ICDP IV
 Research 2000 - 2003**

Unter dem Titel "Progress on the Road to Customer Fulfilment - ICDP Research 2000-2003" hat das International Car Distribution Programme eine Broschüre aufgelegt, in der die Ergebnisse des im April 2003 abgeschlossenen Forschungsprogramms ICDP IV zusammenfassend dargestellt sind.



Die Broschüre steht den Mitgliedern des International Car Distribution Programmes als Hard-Copy zur Verfügung.

Bei weiteren Fragen zur Broschüre wenden Sie sich bitte an Herrn Uwe Stratmann:

Tel.: (0 73 31) 94 95-45 oder
 email: uwe.stratmann@ifa-info.de

Hinweis: Anlässlich des zehnjährigen Bestehens von ICDP findet im März 2004 ein Jubiläumskongress in Venedig statt.

International Car Distribution Programme:
**Forschungsprogramm ICDP V:
 Schwerpunkte**

Im April 2003 startete das International Car Distribution Programme seine fünfte Forschungsetappe (2003 bis 2006).

Die Forschungsarbeiten werden sich zum einen auf die Auswirkungen der neuen Gruppenfreistellungsverordnung Nr. 1400/02 und zum anderen auf die Analyse und Optimierung der Distributionssysteme in der Automobilwirtschaft konzentrieren (siehe Abbildung). Im Rahmen dieser Kernthemen wird ICDP automobilwirtschaftlich relevante Bereiche (Neufahrzeug-, Gebrauchtfahrzeug-

und After-Sales-Märkte sowie Hersteller-Händler-Kunden-Beziehungen) untersuchen.

Our research 2003-6			
	2003/4	2004/5	2005/6
Living with regulation	Priority Themes		
	Auswirkungen der neuen GVO: Beobachtung/Bewertung/Interpretation.		
Distribution structures and efficiency	Steuern und Preise	Europäische Entwicklung: Euro, neue Länder...	
	Handler Gruppen	Analyse der Vertriebsstrukturen	
Meeting customer needs	Tellevertrieb	Bewertung der System-Effizienzen	
	Supporting research		
Reconfiguring supply systems	Geschäftskunden-/Flottenmarkt	Multi-channel management	
	Gebrauchtwagen-vertrieb	Benchmarking Neufahrzeug- und Ersatzteilvertrieb	

Quelle: ICDP 2003

Weitere Informationen zum Forschungsprogramm ICDP V können im Internet unter www.icdp.net abgerufen werden.

Uwe Stratmann

Premium Brand Monitor:
**Der Premiummarkt für Automobile
 vor dem Aufschwung?**

Auch der Premiummarkt für Automobile ist in den letzten beiden Jahren unter Druck gekommen. Lag das Wachstum in der zweiten Hälfte der 90er Jahre weltweit noch bei rund 5 Prozent jährlich und damit doppelt so hoch wie im Massenmarkt, so war im Jahr 2002 ein Rückgang von 1,5 Prozent auf rund 6,25 Mio. Premium-Automobile zu verzeichnen.

Trotz des relativ geringfügigen Rückgangs ist der Verdrängungswettbewerb im Premiummarkt voll entbrannt. Dies zeigen zum einen die massiven Absatzprobleme einzelner Premiumhersteller selbst bei noch relativ jungen Modellen, zum anderen aber auch die Probleme von Volumenherstellern mit ihren Premiummodellen Absatzerfolge zu erzielen.

Ein Prognose für das Jahr 2010 des weltweiten Premiummarktes für Automobile lautet wie folgt:

- Wachstum des Premiummarktes im Jahr 2010 auf 7,85 Mio. Premium-Fahrzeuge,
- Deutsche Premiumhersteller bauen weltweite Dominanz aus,
- Volumenhersteller agieren im Premiummarkt vorsichtiger,
- Angebotsüberhang im Premiummarkt reduziert sich, trotzdem weiter harter Verdrängungswettbewerb.

Die Studie „Premium Brand Monitor: Der automobile Premiummarkt vor dem Aufschwung?“ kann beim IFA für 69.- € zzgl. gesetzlicher MwSt. und Versandkosten bezogen werden.

Studie:

Sechs Trends prägen den Automobilvertrieb der Zukunft

Wenngleich die am 01. Oktober 2002 in Kraft getretene neue Gruppenfreistellungsverordnung (GVO) Nr. 1400/2002 nicht als Auslöser des Strukturwandels im Automobilvertrieb anzusehen ist, so wird diese von der EU-Kommission beschlossene Neuregelung mittel- und langfristig doch erhebliche Auswirkungen auf die künftige Vermarktung von fabrikneuen Automobilen und deren Service haben. Es ist letztlich die Kombination wirtschaftlicher und rechtlicher Faktoren, die zu einer nachhaltigen und nicht reversiblen Neuausrichtung im Automobilvertrieb führen wird.

In der Studie „Sechs Trends prägen den Automobilvertrieb der Zukunft“ werden die wichtigsten Veränderungen in den rechtlichen Rahmenbedingungen durch die neue GVO Nr. 1400/2002 dargestellt. Anschließend werden summarisch weitere wichtige Faktoren der Veränderung im Automobilvertrieb und Automobilhandel skizziert. Daraus werden die sechs nachhaltigen Trends abgeleitet:

- Konsolidierung der Händlernetze und Ausbreitung von Händlergruppen,
- zunehmende Bedeutung des Mehrmarken-Vertriebs,
- verstärkte Vorwärtsintegration (Direktvertrieb) der Automobilhersteller,
- Intensivierung des Customer Relationship Managements (CRM),
- Optimierung des Supply Chain Managements (SCM) und
- Neuausrichtung der Angebotsstrukturen - vom Autohaus zum Mobility Provider.

Abschließend werden diese sechs Trends in einem Szenario für die künftige Vertriebswelt für Automobile zusammengefasst.

Die Studie „Sechs Trends prägen den Automobilvertrieb der Zukunft“ kann beim Institut für Automobilwirtschaft für 35.- € zzgl. gesetzlicher MwSt. und Versandkosten bezogen werden.

Gebrauchtwagen-Studie:

Wege aus dem Preiskampf

Die zu hoch empfundenen Preise im vertragsgebundenen Automobilhandel führten bereits zu einem Rückgang des Marktanteils der Autohäuser am gesamten Gebrauchtwagenmarkt von 44 Prozent im Jahr 1995 auf mittlerweile nur noch 33 Prozent, während der Anteil des Privatmarktes im gleichen Zeitraum von 46 Prozent auf 53 Prozent gestiegen ist. Dabei hängt der Erfolg im Gebrauchtwagengeschäft entscheidend vom Bruttoertrag je Fahrzeug ab. Eine simple und jedem Praktiker vertraute Formel lautet: Je höher Bruttoertrag und je kürzer die Standzeiten, desto größer ist der Gewinn! Allerdings ergeben sich aus der Forderung nach einem hohen Bruttoertrag und einer niedrigen Standzeit Zielkonflikte. Eine gute Ertragslage erfordert hohe Gebrauchtwagenpreise, die sind aber wiederum Gift für die

Standzeiten, denn der Kunde ist heute ungleich kritischer und informierter als in der Vergangenheit.

Der Schlüssel zum Erfolg im Gebrauchtwagen-geschäft liegt in einem professionellen Preismanagement, weil es beides beeinflusst: Die Bruttoerträge wie die Standzeiten. Welche Stellhebel gibt es aber, damit hohe Bruttoerträge nicht zwangsläufig zu steigenden Standzeiten und damit zu entsprechenden Kostensteigerungen führen? Das Institut für Automobilwirtschaft (IFA) an der Hochschule Nürtingen ist dieser Frage im Rahmen einer Studie für die Car Garantie nachgegangen. Auf der Grundlage einer Befragung von 250 Gebrauchtwagenverantwortlichen in Deutschland, Österreich und der Schweiz, die gemeinsam vom IFA mit dem Marktforschungsunternehmen PULS durchgeführt wurde, konnten interessante Ansätze für eine Optimierung der Preispolitik im Gebrauchtwagen-geschäft identifiziert werden.

Die Studie „Gebrauchwagen-Preisstudie: Wege aus dem Preiskampf“ kann zum Preis von 24,90 € zzgl. gesetzlicher MwSt. bezogen werden bei:

*CarGarantie Versicherungs-Aktiengesellschaft,
Gündlinger Straße 12, 79111 Freiburg,
Fax: (07 61) 4 54 82-65
e-mail: info@cargarantie.de*

Prof. Stefan Reindl

Neue Service-Studie:

Service-Offensive 2003

Nicht zuletzt vor dem Hintergrund der GVO-Neuregelung wurde am Institut für Automobilwirtschaft nach 1998 und 2001 zum dritten Mal in Folge eine umfassende Studie zum Servicemarkt erarbeitet. Im Mittelpunkt der sechsmonatigen Untersuchung standen die neuen Rahmenbedingungen im Service-geschäft und deren Folgen sowie die Handlungsoptionen der Betriebe im Kfz-Gewerbe.

Die Studie belegt, dass mit der Umsetzung der in den neuen Serviceverträgen festgelegten Fabrikats-Standards der Kosten- und Preisvorteil der freien Werkstätten gegenüber den Vertragswerkstätten in den nächsten Jahren weiter zunehmen wird. Ursache hierfür ist, dass die Gesamtkosten einer Vertragswerkstatt bei gleicher Betriebsgröße um bis zu 30 % höher liegen als bei freien Betrieben.

Die neue GVO Nr. 1400/2002 wird außerdem zu einer wachsenden Zahl von Wettbewerbern im Service- und Teile-geschäft führen. Neben der Anzahl an gekündigten Vertragshändlern, von denen viele das Service-geschäft hinsichtlich ihrer ursprünglichen Marke intensivieren werden, wird auch die Zahl der Mehrmarken-Service-werkstätten zunehmen. Außerdem eröffnen die Kostensteigerungen bei den vertragsgebundenen Werkstätten den Anbietern von Werkstatt-Systemen zusätzliche Expansionschancen.

Das Marktvolumen im Service-geschäft wird dem gegenüber bis zum Jahr 2010 um bis zu 28 Prozent sinken. Ursachen dafür sind die weitere Verlängerung der Wartungsintervalle, die steigende Fahrzeugqualität sowie der Rückgang der durchschnittlichen Fahrleistungen je Fahrzeug.

Die Studie wurde von der Auto Business Service GmbH (ABS) in Hamburg und dem Zentralverband Deutsches Kraftfahrzeuggewerbe (ZDK) in Auftrag gegeben. Bestellinformationen erhalten Sie unter www.abs-info.de.

Prof. Stefan Reindl

Internet-Service des IFA:	http://www.ifa-info.de
<u>Was Sie dort finden:</u>	
<ul style="list-style-type: none">• News• Veranstaltungshinweise• Literatur für wissenschaftliche Arbeiten• Downloads• Links zu interessanten Websites	
	

Fachhochschule Nürtingen:

Erstklassige Ergebnisse bei Hochschulrankings

Der hervorragende Ruf der Hochschule Nürtingen wurde zum wiederholten Male im Rahmen des alljährlich durchgeführten Hochschulrankings der Magazine „Stern“ und „Focus“ bestätigt. In beiden Vergleichen erreichten die wirtschaftswissenschaftlichen Studiengänge der Fachhochschule in Nürtingen und am Standort Geislingen Spitzenpositionen. Der Standort Geislingen, an dem auch die Vertiefungsrichtungen Automobilmarketing und Automobilhandel unter Leitung von Prof. Dr. Diez angeboten werden, schneidet dabei besonders gut ab. Insbesondere der hohe Praxisbezug der Studiengänge wurde als sehr positiv bewertet. Prof. Hannes Brachat, Herausgeber der Zeitschrift „Autohaus“ und Dozent für den Fachbereich „Management im Autohaus“, beschrieb das Studium in Geislingen kürzlich mit den Worten: „Am Standort Geislingen wird die zukünftige Elite im Automobilvertrieb und Automobilhandel ausgebildet.“

Dennis Baumann



Stiftungsprofessur:

Stefan Reindl als Professor berufen

Stefan Reindl, Jahrgang 1966, ist seit 1. September 2003 Professor für Betriebswirtschaft im Studiengang Automobilwirtschaft an der Hochschule Nürtingen und stellvertretender Leiter des Instituts für Automobilwirtschaft (IFA). Gestiftet wurde die Professur von der Nürnberger Versicherungsgruppe.

Neben seiner Tätigkeit an der Fachhochschule und am Institut für Automobilwirtschaft ist Professor Reindl Mitglied im Beirat einer Automobilhändlergruppe. Er ist Autor zahlreicher Beiträge und Aufsätze zum Automobilvertrieb und -handel. Berufliche Erfahrungen konnte er während seiner rund sechsjährigen Praxistätigkeit in verschiedenen Führungspositionen, etwa als Verkaufsleiter und später dann als Geschäftsführer eines markengebundenen Autohauses, sammeln.

Neben einer gewerblichen Berufsausbildung sowie Meisterbriefen im Kfz-Mechaniker- und Kfz-Elektriker-Handwerk, hat er eine Ausbildung zum Bürokaufmann absolviert. Studiengänge zum Technischen Fachwirt und Dipl.-Betriebswirt (FH), mit den Vertiefungsrichtungen Unternehmensführung und Automobilwirtschaft an der Fachhochschule Nürtingen, konnte er in weiten Teilen berufs begleitend durchlaufen und abschließen. Die Promotion zum Dr. phil. an der Freien Universität Berlin erfolgte von Januar 2000 bis Juli 2003 zu einem automobilwirtschaftlichen Thema. Daneben war er Lehrbeauftragter an der Fachhochschule Nürtingen.

Bereits seit August 1997 begleitet Professor Reindl verschiedene Projekte am Institut. Themen- und Tätigkeitsschwerpunkte liegen dabei im Besonderen bei Mobilitätsdienstleistungen, dem Automobilvertrieb, dem Servicemarketing und den Problemstellungen des Beziehungsmanagements zwischen Automobilherstellern und -händlern. Daneben ist er für die Konzeption und Durchführung von Managementseminaren bei verschiedenen Automobilherstellern verantwortlich. Heute ist er für die Fächer „Sozialwissenschaften“ und „Unternehmensrechnung“ im Grundstudium, „Grundlagen

der Automobilwirtschaft“ im Hauptstudium sowie für „Dienstleistungen im Autohaus“, „Controlling im Autohaus“ und „Ausgewählte Themen im Automobilmarketing“ in den Vertiefungsrichtungen der Automobilwirtschaft in Geislingen verantwortlich.

Prof. Dr. Willi Diez

Bester Absolvent:

Tobias Tierhold erhält ZDK-Preis

Am 17. Oktober 2003 konnte Tobias Tierhold aus den Händen des Präsidenten des Landesverbandes Baden-Württemberg für das Kfz-Gewerbe, Otto Hahn, den mit 750 € dotierten ZDK-Preis in Geislingen entgegennehmen. Der Zentralverband Deutsches Kraftfahrzeuggewerbe stiftet je Abschluss-Semester - also zweimal im Jahr - diesen Geldpreis für besonders gute Leistungen im Studienzweig Automobilwirtschaft.

Tobias Tierhold konnte sein Studium zum Dipl.-Betriebswirt (FH) an der Hochschule in Geislingen mit der Prädikatsnote 1,5 abschließen - eines der besten Ergebnisse in der nunmehr zehnjährigen Geschichte der Automobilwirtschaft in Geislingen. Der „Jungunternehmer“ wird künftig im elterlichen Mazda-Betrieb in Augsburg tätig sein. In wenigen Jahren möchte er den Betrieb von seinem Vater übernehmen. „Das Zeug dazu hat er ja nunmehr“ - so der stolze Seniorchef während eines kurzen Gesprächs auf der Absolventenfeier in Geislingen.

Das IFA-Team wünscht dem glücklichen Preisträger alles Gute für seinen weiteren Lebens- und Berufsweg.

Prof. Stefan Reindl

Gastvorträge:

Ausgewählte Themen in der Automobilwirtschaft

Die Hochschule Nürtingen ist stets bestrebt - neben der Vermittlung von theoretischem Wissen - auch den relevanten Praxisbezug herzustellen. Eigens für den Studienschwerpunkt Automobilwirtschaft wurden vor diesem Hintergrund zwei Vorlesungsreihen eingerichtet. Wie schon im Sommersemester 2003 konnten auch für das Wintersemester 2003/04 wieder eine Reihe qualifizierter Referenten gewonnen werden. Folgende Themenschwerpunkte wurden dabei im Rahmen der „Ausgewählten Themen im Automobilhandel“ behandelt:

Dennis Baumann (IFA):

Telematikdienste OEM - Status quo und Visionen

Rolf Lübke (DB Fuhrpark):

Serienmäßig mehr Mobilität

Peter Nebel (Motivisions GmbH):

Gebrauchtwagen-Prozessmanagement

K. Peter Wilbert (ZDK):

Qualitätsmanagement im Autohaus

Sven Rabe (Weller-Gruppe):

Merger & Acquisitions

Britta A. Rudolph (Autohaus Di Meceli):

Gebrauchtwagen-Management im Autohaus

Axel Berger (CarGarantie):

Rechtliche Aspekte des Gebrauchtwagengeschäfts

Karl-Heinrich Forschermeier (BDK):

Bedeutung der Finanzdienstleistung für den automobilen Absatz

Christian Mayer (DaimlerChrysler):

Qualitätsmanagement im Autohaus:
Praxisnahe Anwendungen

Für die „Ausgewählten Themen im Automobilmarketing“ konnten Referenten für folgende Themen gewonnen werden:

Uwe Stratmann (IFA):

Internationale Trends im Automobilvertrieb

Dr. Jürgen Janßen (Dataforce):

Flottenmarkt in Deutschland: Struktur und Entwicklung

Jochen Burkhard (Ferrari Deutschland):

Ferrari: Marketing für eine Sportwagen-Ikone

Justin Nolte (Volkswagen AG):

Systematische Marktbearbeitung nach bonusrelevanten Richtlinien

Manuela Reik (Smart):

Weltweite Vertriebsnetzstrukturen von Smart

Anita Friedel-Beitz (kfz-betrieb):

Was macht die Erfolgreichen so erfolgreich?

Klaus Ossig (Ernst & Young):

Akteure der Automobilwirtschaft aus wirtschaftsrechtlicher Sicht

Das Institut für Automobilwirtschaft bedankt sich im Namen der Studierenden für das Engagement der Referenten.

Prof. Stefan Reindl

Automobilwirtschaft in Geislingen:

Automobilmarketing und Automobilhandel

Bereits im Sommersemester 2002 wurden die einzelnen Fächer in den beiden Vertiefungsrichtungen der Automobilwirtschaft in Geislingen neu geordnet. Auch für das kommende Sommersemester 2004 werden die Strukturen und Inhalte aktualisiert:

Grundstudium:

Prof. Dr. Willi Diez:

Grundlagen Marketing (1. Semester)

Hauptstudium:

Prof. Stefan Reindl:

Grundlagen der Verkehrs- und Automobilwirtschaft (5. Semester)

Vertiefungsstudium Automobilmarketing:

Prof. Dr. Willi Diez:

Marketing in der Automobilwirtschaft (7./8. Semester)

Prof. Dr. Willi Diez:

Fallstudien Automobilmarketing (7./8. Semester)

Prof. Dr. Willi Diez:

Oberseminar Automobilmarketing und -handel (7./8. Semester)

Prof. Stefan Reindl:

Ausgewählte Themen im Automobilmarketing (7./8. Semester)

Vertiefungsstudium Automobilhandel:

Prof. Hannes Brachat:

Autohausmanagement (7./8. Semester)

Prof. Hannes Brachat:

Ausgewählte Themen im Automobilhandel (7./8. Semester)

Prof. Dr. Jürgen Creutzig:

Recht in der Automobilwirtschaft (7./8. Semester)

Prof. Stefan Reindl:

Controlling im Autohaus (7./8. Semester)

Prof. Stefan Reindl:

Dienstleistungen im Autohaus (7./8. Semester)

Weitere und detaillierte Informationen zum Studiengang "Automobilwirtschaft" können im Internet unter www.fh-nuertingen.de abgerufen werden.

Prof. Stefan Reindl

Internet-Service des IFA:

<http://www.ifa-info.de>

Was Sie dort finden:

- News
- Veranstaltungshinweise
- Literatur für wissenschaftliche Arbeiten
- Downloads
- Links zu interessanten Websites



Buchprojekt:

Auf dem Weg zum Mehrmarken- händler

Die neue Gruppenfreistellungsverordnung GVO Nr. 1400/2002 ermöglicht die Aufnahme mehrerer Fabrikate im einzelnen Autohaus. Bislang liegen allerdings noch keine gesicherten Erkenntnisse darüber vor, ob und wie die Autohaus-Unternehmer diese Option nutzen werden. Prof. Dr. Willi Diez und Prof. Stefan Reindl haben deswegen diese Herausforderung für die Automobilbranche zum Thema eines Buchprojekts gemacht. Neben den rechtlichen und betriebswirtschaftlichen Aspekten werden vor allem praxisnahe Gestaltungsmöglichkeiten des Mehrmarkenvertriebs auf Händler- und Herstellerseite behandelt. Für die Ausarbeitung der relevanten Themenschwerpunkte konnten Autoren aus Autohaus- und Herstellerunternehmen gewonnen werden. Das „Mehrmarken-Buch“ kann im Frühjahr 2004 über den Auto Business Verlag (www.autohaus-online.de) bezogen werden.

Prof. Stefan Reindl

Markenmanagement:

Strategiewahl: Premium- oder Volumenmarke

Starke Marken sind einer der wichtigsten Erfolgsfaktoren in allen Branchen geworden. Kein Wunder, dass es mittlerweile eine kaum noch überschaubare Zahl von Veröffentlichungen zu diesem Thema gibt. Wer sich jetzt einen schnellen und fundierten Überblick zum Marken-Management in der Automobilindustrie verschaffen möchte, sollte den von Ralf Kalmbach und Prof. Dr. Bernd Gottschalk herausgegebenen Sammelband nutzen. Auf rund 480 Seiten wer-

den sowohl grundlegende Aspekte des Markenmanagements als auch zahlreiche konkrete Fallbeispiele behandelt. Autoren sind u. a. Prof. Jürgen Hubbert, Dieter Zetzsche, Martin Winterkorn und Dr. Bernd Pischetsrieder.

In einem grundlegenden Beitrag zum Thema Strategiewahl beschäftigt sich Prof. Dr. Willi Diez mit der Frage, was besser ist: eine Premium- oder Volumenmarkenstrategie zu verfolgen. Sein Fazit: „Im Hinblick auf die strategische Ausrichtung der Markenpolitik kann nur die Empfehlung zum Aufbau ausbalancierter Markenportfolios gegeben werden, die in gleicher Weise Premium- wie auch Massenmarken umfassen. Entscheidend ist dabei eine klare Fokussierung der unterschiedlichen Markentypen auf verschiedene Markt- und Preissegmente. Auf diese Weise können Kannibalisierungen vermieden und gleichwohl eine umfassende Marktabdeckung erreicht werden.“

Kalmbach, R. und Gottschalk, B. (Hrsg.): Markenmanagement in der Automobilindustrie - Erfolgsstrategien internationaler Top-Manager, Auto Business Verlag, Ottobrunn b. München 2003, mit einem Beitrag von Prof. Dr. Willi Diez.

Automotive Management:

Herausforderungen und Perspektiven in der Kundenbetreuung

In einem umfassenden, von Bernhard Ebel, Markus B. Hofer und Jumana Al-Sibai herausgegebenen Sammelwerk werden zahlreiche Themen aus dem Automobilmarketing aus unterschiedlichen Sichtweisen behandelt. Autoren sind neben Wissenschaftlern und Beratern auch Praktiker aus der Branche.

In seinem Beitrag beschäftigt sich Prof. Dr. Willi Diez mit Kundenzufriedenheit und Kundenbindung in der Automobilindustrie.

Neben einigen grundlegenden Aspekten des Managements von Kundenzufriedenheit werden auch konkrete Ansatzpunkte für ein effizientes Kundenbindungsmanagement behandelt.

Bernhard Ebel, Markus B. Hofer, Jumana Al-Sibai (Hrsg.): Automotive Management, Strategie und Marketing in der Automobilwirtschaft Springer-Verlag, Berlin, mit einem Beitrag von Prof. Dr. Willi Diez.

Vertriebsmanagement:

Machtstrukturen in der Hersteller-Händler-Beziehung

Professor Stefan Reindl hat im Juli 2003 seine Promotion zum Dr. phil. am Otto-Suhr-Institut der Freien Universität Berlin erfolgreich abgeschlossen. Betreut wurde das Forschungsprojekt zur Analyse von Hersteller-Händler-Beziehungen durch Prof. Dr. Ulrich Jürgens (Freie Universität Berlin) und Prof. Dr. Andreas Knie (Technische Universität Berlin). Bei fachlichen Problem- und Aufgabenstellungen standen ihm zudem Prof. Dr. Willi Diez (IFA) und Prof. Dr. Stephan Rammler (Universität Braunschweig) zur Seite.

Mit der Analyse des interorganisationalen Machtphänomens in Kooperationen zwischen Herstellern und Händlern in der Automobilwirtschaft nimmt die Dissertation von Stefan Reindl auf den ersten Blick eine ungewöhnliche Perspektive ein. Sie begreift die Vertriebskooperationen als soziale Beziehungen und versucht, entsprechende Erklärungsfaktoren für die Stabilisierung der Zusammenarbeit zwischen der Hersteller- und Händlerseite zu identifizieren. Ausgangsüberlegung der Untersuchung ist, dass die Akteurskonstellationen in den einzelnen

Vertriebssystemen der Automobilwirtschaft durch kooperationsfördernde Strategien abzusichern sind. Bislang dominiert allerdings im Geschäftsbeziehungsmanagement der Automobilhersteller die Steuerung von Vertriebssystemen auf Basis von Selektions- und Kontraktstrategien.

In der Vergangenheit haben sich bereits eine Reihe von Veränderungen eingestellt, die die traditionelle strategische Ausrichtung des Geschäftsbeziehungsmanagements in den Vertriebssystemen der Automobilwirtschaft in Frage stellen. Von Bedeutung sind vor allem kundengetriebene Entwicklungen und nicht zuletzt die Neuregelung der GVO Nr. 1400/2002. Die neuen GVO-Richtlinien führen tendenziell zur Erosion der internen und externen Stabilität in den Vertriebssystemen der Automobilwirtschaft. Faktisch bewirken die skizzierten Veränderungen bei den relevanten Rahmenbedingungen, dass die Kontroll- und Einflussmöglichkeiten der Automobilhersteller auf den Handel künftig eingeschränkt werden. Die Hersteller sind daher gezwungen, ihre Geschäftspolitik zur Koordination der vertikal strukturierten Zusammenarbeit mit ihren Vertragshändlern neu zu überdenken.

Stefan Reindl greift vor dem skizzierten Hintergrund das Machtphänomen als beziehungsstabilisierendes Element auf. Allerdings wird dem Machtphänomen im Geschäftsbeziehungsmanagement der Automobilhersteller heute noch relativ wenig Aufmerksamkeit geschenkt. Entgegen den tendenziell negativen Assoziationen, die mit dem Machtphänomen verbunden werden, gibt die Untersuchung Aufschluss darüber, ob und mit welchen Instrumenten dem Medium ‚Macht‘ auf der Herstellerseite künftig verstärkt eine (positive) Bedeutung bei der

Koordinierung und Steuerung von Vertriebssystemen in der Automobilwirtschaft zu kommen kann.

Die Dissertation von Prof. Stefan Reindl wird im Auto Business Verlag veröffentlicht und ist im Frühjahr 2004 als Buchtitel erhältlich. Weiterführende Informationen dazu erhalten Sie auch unter: www.autohaus-online.de.

Internationales Unternehmensplanspiel: **Achte Auflage des Unternehmensplanspiels ICARS in den USA**

Insgesamt 15 Studierende der Fachhochschule Nürtingen am Standort Geislingen nehmen auch im nächsten Jahr am internationalen Unternehmensplanspiel ICARS teil. ICARS steht für „International Computerized Automotive Retail Simulation“. Das Unternehmensplanspiel wurde von Toyota North America entwickelt und wird zur Qualifizierung des Führungsnachwuchses - unter anderem auch an der Northwood University - eingesetzt. Im Mittelpunkt des viertägigen Planspiels steht das Management eines Automobilhandelsbetriebes. Die Teilnehmer spielen verschiedene Marktsituationen durch, erarbeiten Marktstrategien und setzen diese im Modell um. Nach Ausarbeitung der verschiedenen Szenarien werden die Ergebnisse der einzelnen Teams mit Hilfe einer speziellen Software analysiert und auf ihren potentiellen Erfolg hin ausgewertet.

Die internationalen Unternehmensteams formieren sich im Rahmen des Planspiels jeweils aus Studierenden der Ecole Supérieure des Sciences Commerciales d'Angers in Frankreich, des Instituuts voor Autobranche & Management (IVA) in den Niederlanden, dem Niels Brock Business College, des Georgian College in Kanada, der Northwood University in den USA, der Bundesfach-

schule für das Kraftfahrzeuggewerbe (BFC) sowie der Hochschule Nürtingen/Geislingen.

Erstmals wurde das Unternehmensplanspiel ICARS im Jahre 1997 unter der Federführung des Instituts für Automobilwirtschaft (IFA) an der Fachhochschule in Geislingen ausgetragen. Anknüpfend an den erfolgreichen Start fand das Planspiel dann in den Folgejahren in Dänemark, den Niederlanden, den USA, Kanada und Frankreich statt. Auch während der letztjährigen Veranstaltung in Northeim konnten sich wieder Studierende von sieben namhaften automobilen Ausbildungseinrichtungen „spielerisch“ auf das Berufsleben vorbereiten. Das praxisorientierte Planspiel wurde in diesem Jahr vom 1. bis 6. März 2003 an der Bundesfachschule für das Kraftfahrzeuggewerbe mit insgesamt 70 Studierenden ausgetragen. Die Teilnahme der Geislinger Studenten wurde von der Opel-rent Autovermietung in Norderstedt und der Firma Opel-Staiger in Stuttgart finanziell unterstützt.

Noch während der Abschlussveranstaltung - dem „ICARS-Award 2003“ - luden die Verantwortlichen der Northwood University alle beteiligten Ausbildungseinrichtungen zu einer erneuten Auflage von ICARS für das Jahr 2004 an den Campus in Dallas ein. ICARS VIII wird dort vom 1. bis 5. März 2004 ausgetragen.

Prof. Stefan Reindl



Qualifizierungs-Seminare:

Trainings im Automobilvertrieb

Bereits seit mehreren Jahren führt das Institut für Automobilwirtschaft für namhafte Automobilhersteller Qualifizierungs-Seminare zu verschiedenen Vertriebsthemen durch. Im vergangenen Jahr erarbeiteten Prof. Dr. Willi Diez und Prof. Stefan Reindl Trainingskonzeptionen zu den Themen „Unternehmenssteuerung mit Kennzahlen“ und „Optimierung von Automobilhändlergruppen“ für einen bedeutenden deutschen Premiumhersteller. In mehrtägigen Seminaren wurden die Vertriebsaußendienstmitarbeiter und ausgewählte Autohaus-Unternehmer zu den mehrtägigen Veranstaltungen eingeladen. Das Institut für Automobilwirtschaft war dabei nicht nur für die inhaltliche Gestaltung verantwortlich, sondern auch für die Durchführung der Seminare. Wie die Auswertung der Beurteilungsbögen durch die Teilnehmer zeigte, waren die 15 Trainings ein großer Erfolg.

Prof. Stefan Reindl

IFAintern:

Personelle Verstärkung am Institut für Automobilwirtschaft

Im Februar 2004 wird das Team des Instituts für Automobilwirtschaft (IFA) personelle Verstärkung erhalten. Dennis Baumann wird nach Abschluss seines Studiums zum Dipl.-Betriebswirt (FH) an der FH Nürtingen seine berufliche Laufbahn am IFA beginnen. Nach seinem Abitur am Kant-Gymnasium in Weil am Rhein und der Ableistung seines Wehrersatzdienstes in der ambulanten Pflege entschloss er sich für ein wirtschaftswissenschaftliches Studium an der Hochschule Nürtingen am Standort Geislingen. Die

durch den elterlichen Fahrschulbetrieb geprägte Automobilaffinität und das große Interesse für Vertrieb und Marketing, das er auf Grund außerschulischer Tätigkeiten als Verkäufer aufbaute, begründeten seine Entscheidung für das Studium der Automobilwirtschaft in Geislingen an der Steige.

Weitere Praxiserfahrung sammelte Dennis Baumann im Rahmen seiner Praxissemester in unterschiedlichen Bereichen der BMW Group. Nach einem guten halben Jahr im Direktvertrieb und der Aufnahme in das BMW Studenten-Förderprogramm „Fastlane“, absolvierte er außerdem Praktika im BMW Telematik-Projekt „Connected Drive“, bei dem er unter anderem mit der Ausarbeitung von qualitativen Standards für BMW Telematikdienste und der Analyse der dazugehörigen Vertriebsprozesse betraut war. Zusätzlich zu seinen regulären Praxissemestern im Rahmen des Studiums lebte er ein knappes Jahr in Asien. Drei Monate davon arbeitete er als Praktikant in der Abteilung Direct Marketing and Sales Promotion der BMW Tochtergesellschaft in Japan und sieben Monate in den Bereichen Aftersales und Marketing in der BMW Vertriebsgesellschaft in Singapur.

Dennis Baumann wird am IFA unter anderem in Zusammenarbeit mit Prof. Stefan Reindl das Verbundprojekt Mobile Automotive Cooperative Services (MACS) durchführen (siehe gesonderten Beitrag).

Prof. Stefan Reindl

Internet-Service des IFA:	http://www.ifa-info.de
<u>Was Sie dort finden:</u>	
<ul style="list-style-type: none">• News• Veranstaltungshinweise• Literatur für wissenschaftliche Arbeiten• Downloads• Links zu interessanten Websites	
	

INSTITUT FÜR AUTOMOBILWIRTSCHAFT
an der Fachhochschule Nürtingen

Karlstraße 3 • 73312 Geislingen/Steige
Ruf: (0 73 31) 94 95-0 • Fax: (0 73 31) 94 95-11

e-mail: mail@ifa-info.de