

Editorial

Liebe Leserinnen und Leser

An der Fussball-Weltmeisterschaft hat Deutschland gezeigt, wie man mit einer tollen Organisation, neuen Konzepten und Gastfreundlichkeit die ganze Welt begeistern kann. Wir Schweizer sollten ebenfalls die Chance nutzen und mit Leidenschaft die Europa-Meisterschaft 2008 vorbereiten, damit ein grossartiges Sportereignis zelebriert werden kann. Auch wir bei AutoScout24 haben als Ziel, unsere Kunden immer wieder aufs neue zu begeistern. Dazu braucht es ständig neue Ideen, die zu neuen Konzepten und innovativen Produkten führen, dies immer in Zusammenarbeit mit unseren Kunden und zu deren maximaler Zufriedenheit. Der Beweis: Wir werden immer beliebter und bekannter; unsere Mitbewerber stagnieren oder verlieren an Bekanntheit. Wir sind auf dem richtigen Weg! Und die Marketing-Offensive geht weiter. Mit einem neuen Fernseh-Werbespot werden wir diesen Herbst noch mehr Bekanntheit schaffen sowie unseren Traffic nochmals erhöhen. Weitere Neuheiten sind der überarbeitete Scouty als Image-Träger und die zusätzlichen Online-Angebote, die derzeit aufgebaut werden. Wir werden auch in Zukunft innovative Konzepte und Produkte starten, um unseren Kunden weiterhin allen Grund zur Begeisterung über die Zusammenarbeit mit AutoScout24 zu geben.

Wir wünschen Ihnen ein erfolgreiches Herbstgeschäft.

Olivier Rihs, Director AutoScout24



AutoScout24-News

++ Überarbeiteter Scouty: Erster Auftritt im neuen TV-Spot ++

++ 20 Jahre Auto Zürich Car Show vom 9. bis 12. November 2006 ++

++ MediaManager: Noch einfacher Print-Inserate online generieren und verwalten ++

++ Händler-Promotion: Online-Finanzierungsanträge zwischen September und November 2006 ++

++ 25%-Aktion auf Zusatzprodukte zwischen Oktober und Dezember 2006 ++

++ Bekanntheit: AutoScout24 laut DemoSCOPE erneut deutlich besser ++

++ AutoScout24 aus Kundensicht: Centre de l'Occasion Automobile SA Bussigny ++

Der neue Scouty in der Fernsehwerbung

Als Sympathieträger ist der Scouty das Erkennungszeichen aller Scout24-Plattformen. Zum Start der neuen TV-Kampagne tritt er in überarbeitetem Design auf.

Der Scouty, das vor zwei Jahren lancierte findige Maskottchen der Scout24-Marktplätze, wurde überarbeitet. Die bisher zweidimensionale Figur ist Sympathie- und Image-Träger zugleich und hat bei den Zielgruppen einen hohen Bekanntheitswert. Um die Dynamik unserer Internet-Plattformen noch besser zu transportieren tritt der kleine Pfadfinder jetzt in die dritte Dimension: glaubwürdiger, aktiver, moderner und attraktiver. Seinen ersten öffentlichen Auftritt in der Schweiz hat unser neuer Scouty in der Fernsehwerbung. Der TV-Spot wird zu den besten Sendezeiten auf allen wichtigen Kanälen in der Schweiz und in drei Sprachen zu sehen sein.



Ausstellungen & Messen



Die Auto Zürich Car Show feiert dieses Jahr das 20. Jubiläum und erwartet vom 9. bis 12. November 2006 die Aussteller und Besucher mit verschiedenen Geburtstags-Attraktionen. Dabei ergeben sich für AutoScout24 als Presenting Sponsor dieses Jahr besondere Aufgaben, die wir mit grosser Freude übernehmen. Selbstverständlich werden am Stand von AutoScout24 wieder exklusive Fahrzeuge ausgestellt und der Neuwagenkonfigurator steht zum direkten Vergleichen der Neuwagen an mehreren Arbeitsplätzen bereit. Besuchen Sie uns an unserem Stand. Es lohnt sich bestimmt.

Als AutoScout24-Member profitieren Sie von einem Gratisenritt. Sie finden den Gutschein in dieser Ausgabe. Wir freuen uns auf Ihren Besuch!



Jetzt noch einfacher: Inserate Online-to-Print

Mit dem MediaManager lassen sich alle Online-Inserate einfach und bequem in Druckvorlagen für den Einsatz in Print-Medien umwandeln und so durch Crossmedia-Werbung mehr Käufer ansprechen.

Das Internet ist inzwischen das wichtigste Instrument im Fahrzeughandel. Das bedeutet aber nicht, dass Rubrikeninserate in Print-Medien ausgedient haben. Die Online-Plattformen sind darauf ausgerichtet, den Suchenden präzise Angebote zu vermitteln. Print-Medien haben hingegen den Vorteil, dass die Leser beim Verarbeiten des redaktionellen Inhalts auch die Werbung wahrnehmen und spontan aktiviert werden.

Das Gute aus zwei Welten

Die MediaManager-Anwendung vereint das Gute aus den zwei Welten Online und Print. Da relevante Fahrzeugangaben plus idealerweise ein Bild bereits beim Inserieren online definiert werden, organisiert der MediaManager den Transfer dieser Daten in die Print-Medien. Es werden fixfertige Druckvorlagen für praktisch alle Schweizer Publikationen von der Tageszeitung bis zum Fachmagazin erstellt – einfach, komfortabel und kostenlos.

Vorlagen stellen sicher, dass das Corporate Design der Inserenten korrekt umgesetzt wird. Mit den Zusatzfunktionen Mediaplanung und Inserateverwaltung haben die Nutzer zudem die volle Kontrolle über ihre Crossmedia-Realisation. Die fertigen Druckdaten werden den Publikationen direkt aus der Web-Applikation heraus gesendet und automatisch in die Inseratabwicklung der Verlage eingespielen.

Hauptsache effizient

Die Verwendung bereits bestehender Daten erspart dem Inserenten das mehrmalige Eingeben der Angebote. Zudem ist die digitale Datenaufbereitung nicht von zusätzlichen Dienstleistern abhängig, sondern wird vom MediaManager gemeinsam mit dem Inserenten druckfertig erstellt.

Dass dieses crossmediale Konzept einem Kundenbedürfnis entspricht, zeigt die rege Nutzung der seit einem Jahr bestehenden Partnerschaft von AutoScout24 mit der Auto-Illustrierten. Unzählige private und professionelle Anbieter richteten sich zusätzlich zur Online-Insertion via die Auto-Illustrierte an deren Leser und mögliche Käufer.

Print-Partner für die Romandie



Das monatlich erscheinende Occasions-Magazin erreicht mit einer Auflage von 4000 Stück die Zielgruppe im Abonnement und über Kioske der Naville-Gruppe, Relay Barclay, an Bahnhöfen, Flughäfen und Einkaufszentren in der ganzen Westschweiz.

AutoScout24 hat in der Romandie eine Partnerschaft mit dem auf Occasionsverkauf spezialisierten Print-Magazin Action Auto abgeschlossen. Für einen kleinen Preisaufschlag bietet AutoScout24 neu die Möglichkeit, direkt im Online-Insertionsprozess die zusätzliche Publikation in Action Auto zu schalten und damit gezielt den französischsprachigen Teil der Schweiz

Händler-Promotion



Vom 1. September bis zum 30. November 2006 veranstaltet AutoScout24 eine Verkaufsförderungs-Aktion für alle AutoScout24-Businesspartner. Dabei gewinnen die zehn Händler, welche innert der drei Monate am meisten Online-Finanzierungsanträge an die GE Money Bank senden je einen Gutschein für Zusatzprodukte (Infopage, Customized Fahrzeugpark, Leadgenerator, Professional Tools), Advertising (Topangebote, Toplinks, Skyscraper, Banner) oder das Insertionsabonnement auf AutoScout24 im Wert von CHF 2000.–.

Teilnahmeberechtigt sind alle AutoScout24-Kunden, die im Member-Bereich das Tool der GE Money Bank aufgeschaltet haben. Die Gewinner werden in der ersten Dezemberwoche 2006 von AutoScout24 schriftlich benachrichtigt. Die Gutscheine können bis zum 31. Dezember 2007 durch die Gewinner beim zuständigen Account Manager von AutoScout24 einmalig eingelöst werden.

Aktion: 25% auf Zusatzprodukte

Profitieren Sie von unserer attraktiven Aktion vom 1. Oktober bis 31. Dezember 2006. Allen Händlern, die bisher die Zusatzprodukte «Professional Tools», «Customized Fahrzeugpark», «Infopage» oder «Leadgenerator» noch nicht nutzen, sich aber vor Ende Jahr neu dafür entschlossen, gewähren wir 25% Rabatt. Greifen Sie jetzt zu!

Erfolgreiche B2B-Plattform

Die Nutzung der B2B-Plattform auf AutoScout24 nimmt ständig zu. Rund 11 500 Fahrzeuge, etwa 13% vom Gesamtangebot, sind mit einem Händlerpreis ausgeschrieben. Immerhin 214 Fahrzeuge sind mit einem Gruppenpreis ausgeschrieben. Pro Monat werden von unseren B2B-Members 250 000 Fahrzeuglisten und 25 000 Fahrzeugdetails abgerufen sowie 7000 Suchvorgänge gestartet.



AutoScout24-Mitarbeitende

Hinter dem nachhaltigen Erfolg von AutoScout24 steht ein starkes Team. Unsere Belegschaft ist der Kern unseres Erfolges. Gerne stellen wir einige Mitglieder des AutoScout24-Teams vor:



Ramona Blaser

Seit mehr als einem Jahr im Customer Service tätig und für die Zufriedenheit unserer Kunden mitverantwortlich.
rblaser@autoscout24.ch

Barbara Niklaus

Seit Oktober 2005 unterstützt Barbara Niklaus den Customer Service und sorgt sich um das Wohl unserer Kunden. bniklaus@autoscout24.ch



Peter-Lukas Schellenberg

Seit vier Jahren für Produktion, Vertrieb und Administration der Online-Werbung auf AutoScout24 verantwortlich.
pschellenberg@autoscout24.ch

Tatjana Müller

Seit fünf Jahren bei AutoScout24 als Second-Level-Supporterin für die Realisation und den Betrieb der technischen Schnittstellen, Kundenprojekte und WhiteLabels verantwortlich. tmueller@autoscout24.ch




**klicken
finden
bewerben**

**JOB
SCOUT 24**
www.jobscout24.ch

Link-Box

- Scout24-Marktplätze**
- www.scout24.ch
 - www.autoscout24.ch
 - www.motoscout24.ch
 - www.immoscout24.ch
 - www.jobscout24.ch
 - www.topjobs.ch
 - www.friendscout24.ch
 - www.autodom.ch
- Unsere Partner**
- www.actionauto.ch
 - www.auto-zuerich.ch
 - www.auto-illustrierte.ch
 - www.bluewin.ch
 - www.carweb.ch
 - www.inserate.ch
 - www.tcs.ch
 - www.nzz.ch
 - www.pro7.ch
 - www.sat1.ch
 - www.t-online.ch
 - www.xmedia.ch
 - www.xmedia-annoncen.ch

Impressum

Erscheinungsweise: 4x jährlich
 Auflage: 5200 Exemplare
 Herausgeber:
 AutoScout24
 Redaktion:
 Textkonzept Daniel Haefeli,
 Reto M. Zurflüh
 Gestaltung/Druckvorstufe:
 Dominique Dul
 Druck:
 Autoglobal AG

Kontakt

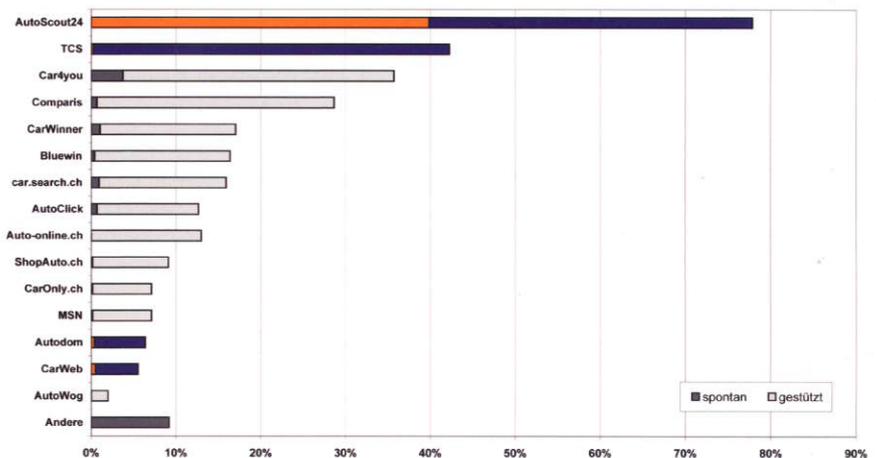
Scout24 Schweiz AG
 AutoScout24
 Bernstrasse 41
 CH-3175 Flamatt
 Customer Service: 031 744 21 31
 Fax: 031 744 21 22
 Verkauf: 044 200 95 04
 Werbung: 031 744 21 50
 Medien: 031 744 21 13
 E-Mail: info@autoscout24.ch

Immer mehr Schweizer bevorzugen AutoScout24

Laut der neuesten Erhebung von DemoSCOPE zur Bekanntheit der Schweizer Online-Marktplätze konnte AutoScout24 den Vorsprung zur Konkurrenz weiter ausbauen

Im letzten Halbjahr verbesserte AutoScout24 seine Bekanntheit in der Bevölkerung von 59% auf nun 63% und führt damit nach wie vor (und mit zunehmendem Abstand) die Rangliste der Schweizer Auto-Websites an. Noch besser sieht es für AutoScout24 bei der ungestützten Markenbekanntheit aus: 40% der Befragten nannten AutoScout24 spontan als erste Wahl, was gegenüber der letzten Erhebung eine nochmals deutliche Steigerung von sechs Prozent bedeutet. Bei der Konkurrenz setzt sich der Trend ebenfalls durch – allerdings ein Abwärtstrend: kein Mitbewerber schaffte diesmal den Sprung über 4% spontane Bekanntheit, während sich bei der letzten Erhebung der stärkste Mitbewerber noch bei fünf Prozent bewegte.

Zurückzuführen sind diese sehr guten Resultate einerseits auf die einzigartige Funktionalität sowie die grosse Anzahl der Angebote auf AutoScout24 und andererseits auf das konsequente Marketing, das die Marke AutoScout24 mit immer wieder neuen Aktionen in



Kumulierte Bekanntheit der Schweizer Online-Marktplätze gemäss der jüngsten Marktforschung von DemoSCOPE.

der Bevölkerung verankert. Resultat der hervorragenden Bekanntheit sind derzeit über 93 000 Fahrzeuge und mehr als zwei Millionen Visits pro Monat auf AutoScout24.

Netzwerk steigert die Reichweite

Da AutoScout24 der Datenlieferant für Partner wie TCS, Bluewin oder CarWeb

ist und zusätzlich die Plattformen www.motoscout24.ch für Motorräder sowie www.autodom.ch betreibt, ist die gesamte Reichweite der Angebote von AutoScout24 im Partnernetzwerk noch weitaus grösser als die Marktanalyse nach einzelnen Plattformen ausweist.

Warum bevorzugen Auto-Profis die Leistungen von AutoScout24?



Welche Vorteile AutoScout24 aus Kundensicht hat, fasst Miklos Kocsis von der Centre de l'Occasion Automobile SA in Bussigny (VD) so zusammen: «Seit sieben Jahren ist AutoScout24 unser Partner für die Online-Angebote. Zwischendurch probieren wir auch andere Plattformen aus, mussten aber

feststellen, dass einzig AutoScout24 unsere Erwartungen an Reichweite sowie Bekanntheit – und damit an Antwortquote – erfüllt. Überzeugend sind auch die einfach und gut funktionierenden Zusatzdienste wie die Insertion Online-to-Print oder die Möglichkeit, die bei AutoScout24 erfassten Daten gleichzeitig auf unserer eigenen Website zu nutzen. Momentan verkaufen wir etwa 15% der Occasionen aufgrund von

Kontakten, die via Internet initiiert wurden, mit zunehmender Tendenz. Weil der Online-Absatzkanal eine immer wichtigere Rolle einnimmt, investieren wir inzwischen rund 10% unseres Werbebudgets im Online-Segment. Bisher konnten wir dadurch die Anzahl unserer Interessenten um mehr als 30% steigern. Insgesamt bietet AutoScout24 für uns ein sehr gutes Preis-Leistungs-Verhältnis – besonders dann, wenn die richtigen Abonnements gebucht werden. AutoScout24 wird auch in Zukunft unser bevorzugter Partner für den Online-Verkauf bleiben.»