

# AUTO BUSINESS

AUSGABE  
DEZEMBER  
2025

3

/2025

■ Informationen und Impulse für Führungskräfte der Volkswagen und Audi Organisationen



## Die Mitgliedschaft im VAPV:

Interessen bündeln. Erfolge verhandeln. Zukunft sichern.

### PARTNERVERBAND

Vernetzt 2025 in Berlin  
Strategie, Service, Stimme:  
Was der VAPV für Sie bewegt

### APS

Starke Kooperationen  
für den Autohausalltag

### VAPS

Neue Geschäftsführung  
Lösungen aus der VAPS-Group

# IHR KONTAKT ZU UNS

## Volkswagen und Audi Partnerverband e. V.

Telefon +49 5136 898-6630  
Fax +49 5136 898-6636  
E-Mail info@haendlerverband.de  
Internet www.haendlerverband.de

## Autobusiness Partner Service GmbH (APS)

Telefon +49 5136 898-6800  
Fax +49 5136 898-6636  
E-Mail aps@haendlerverband.de

## VAPS Group

**VAPS GmbH**  
Telefon +49 5136 9362-0  
E-Mail info@vaps.de  
Internet www.vaps.de

## SEG System-EDV und Organisationsgesellschaft mbH

Telefon +49 40 55481-0  
Fax +49 40 55481-109  
E-Mail info@seghamburg.de  
Internet www.seghamburg.de

## ASP Automotive GmbH

Telefon +49 5136 9362-120  
E-Mail motoroil@vaps.de



## AUTOBUSINESS IMPRESSUM

Ausgabe 3/2025

Titelbild:  
© Aris sury4, RajinGiGI – shutterstock.com

**AUTOBUSINESS**  
Zeitschrift für Inhaber und Führungskräfte der Volkswagen und Audi Organisationen.

Erscheint 3-4 mal jährlich für Mitglieder des Volkswagen und Audi Partnerverband e. V.



www.haendlerverband.de

**REDAKTION**  
Alexander Sauer-Wagner (Partnerverband)  
Dagmar Scheithauer (Partnerverband)  
Fabian Klebsch (Partnerverband)  
Sebastian Struck (APS)  
Jennifer Woyke (VAPS GmbH)  
Jochen Schuster (steinkuehler.com.de)

**REALISIERUNG**  
Hansen Werbeagentur GmbH  
Rubensplatz 5  
31303 Burgdorf

**DRUCK**  
Gutenberg Beuys Feindruckerei GmbH  
Hans-Böckler-Straße 52  
30851 Langenhagen

**HERAUSGEBER**  
VAPS GmbH,  
Kollberg 9, 30916 Isenhausen,  
Tel. +49 5136 9362-0

**PRESSERECHTLICHE VERANTWORTUNG**  
Wolfgang Franz Pelousek

**© AUTOBUSINESS**, soweit nicht anders angegeben. Reproduktion des Inhalts ganz oder teilweise nur mit schriftlicher Genehmigung. Von Leser verfasste Beiträge können aus redaktionellen Gründen geändert oder gekürzt werden. Namentlich gekennzeichnete Beiträge müssen nicht mit der Meinung der Redaktion übereinstimmen. Für unverlangt eingesandte Manuskripte oder sonstiges Material übernimmt der Verlag keine Haftung.

**ANZEIGENPREISLISTE:**  
01/24 vom 01.01.2024

Gedruckt auf Papier aus verantwortungsvollen Quellen



Sehr geehrte Damen und Herren,  
liebe Kolleginnen und Kollegen!



Bildquelle: © Berlin & Cramer – berlinundcramer.de

**U**nsere Branche befindet sich in einer Phase, in der Klarheit, Austausch und gemeinsamer Fortschritt wichtiger sind als je zuvor. Die politischen Signale wechseln schnell, Kosten steigen weiter und gleichzeitig verändern sich Kundenverhalten, Produktwelten und Geschäftsmodelle in hoher Geschwindigkeit. In solchen Zeiten braucht es Orientierung, Verlässlichkeit – und einen gut aufgestellten Verband, der die Interessen des Handels und Service klar nach vorne trägt.

Dafür steht unser Verband. Und genau deshalb freue ich mich, Ihnen in dieser Ausgabe der **AUTOBUSINESS** einen umfassenden Blick auf das zu geben, was wir gemeinsam bewegen.

Unsere diesjährige Partnerveranstaltung hat in einem neuen Format wieder gezeigt, wie viel Kraft in unserem Netzwerk steckt. Die Diskussionen waren offen, konstruktiv und zukunftsgerichtet. Wir haben deutlich gemacht, dass wir gute Voraussetzungen haben, gemeinsam mit dem Hersteller die wirtschaftlichen Grundlagen unserer Betriebe zu sichern und die Herausforderungen der Zukunft zu lösen.

Ein zentraler Baustein unserer Arbeit sind unsere **Beiräte und Arbeitskreise**, die entlang Ihrer alltäglichen Herausforderungen arbeiten. Wir wollen uns mit Ihnen und Ihren Herausforderungen entwickeln und Transparenz liefern, an welchen Stellen wir uns für Ihren wirtschaftlichen Erfolg bereits einsetzen. Die wichtigsten Punkte haben wir für Sie in dieser Ausgabe zusammengefasst. Wir geben einen Einblick in die Arbeit der Beiräte der Marken und der zugehörigen Arbeitskreise. Welche Themenfelder und Projekte wir bearbeiten und für Sie aufbereiten.

All diese Themen haben ein gemeinsames Ziel: **Mehr Ertrag, weniger Komplexität, mehr Zukunft für Ihre Betriebe.**

Unsere Aufgabe als Verband ist klar: **Wir vertreten Ihre wirtschaftlichen Interessen – und zwar mit Nachdruck.** Wir setzen uns für faire Rahmenbedingungen, realistische Herstelleranforderungen und ein Geschäftsmodell ein, das auch in Zeiten der Transformation tragfähig bleibt.

**„In solchen Zeiten braucht es Orientierung, Verlässlichkeit – und einen gut aufgestellten Verband.**

Es ist mir wichtig, dass Sie spüren: **Ihr Verband arbeitet für Sie. Jeden Tag. In allen relevanten Gremien. Mit klarer Haltung und klaren Zielen.**

Ich lade Sie ein, diese Ausgabe aufmerksam zu lesen – sie zeigt, wie stark wir als Gemeinschaft sind und wie viel wir gemeinsam gestalten können.

Vielen Dank für Ihr Vertrauen und Ihren täglichen Einsatz.

Ihr

Alexander Sauer-Wagner  
Vorstandsvorsitzender  
Volkswagen und Audi Partnerverband e. V.

P.S.: Die nächste Partnerveranstaltung findet am 24. November 2026 in Berlin statt. Weitere Details folgen.

# INHALT



6

Bildquelle: © Berlin &amp; Cramer – berlinundcramer.de

## PARTNERVERBAND

- 6 »Die Gesellschaft braucht das Auto und damit braucht die Gesellschaft auch den Automobilhandel«
- 10 »Perfekte Weiterentwicklung eines tollen Formats«
- 14 **Die Mitgliedschaft im VAPV:**  
Interessen bündeln. Erfolge verhandeln. Zukunft sichern.
- 18 Arbeitskreis IT und Digitalisierung
- 20 **Kostenreduzierungspotenziale:**  
Angepackt wird von allen Seiten



14

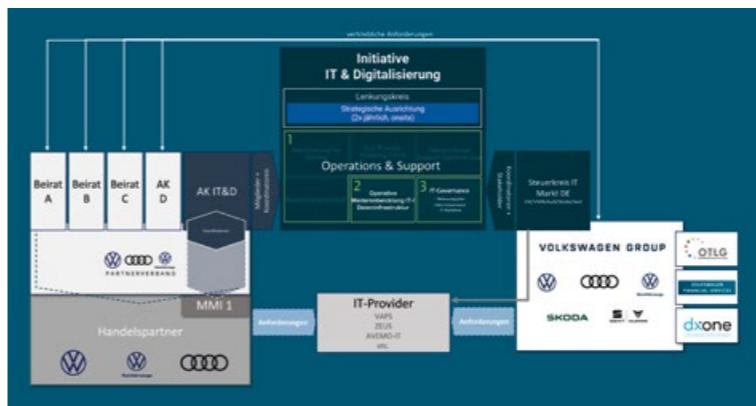
Die Mitgliedschaft im VAPV: Interessen bündeln. Erfolge verhandeln. Zukunft sichern.

## ZAHLEN, DATEN, FAKTEN

- 22 **Benchmark Q3/2025**  
Weiterhin eine angespannte Rendite-Situation in 2025
- 28 **Quartalscheck**  
AutoScout24-Marktanalyse

## AUTOBUSINESS PARTNER SERVICE (APS)

- 32 **APS – die wirtschaftliche Kraft** des Partnerverbands
- 34 So starten Autohäuser **jetzt mit KI** durch
- 36 **Mehr Marge, weniger Risiko:** Wie Ihr Recruiting mit bis zu 4.300 Euro gefördert werden kann
- 38 Finanzprozesse im Wandel:  
**Entlastung für Handel und Service**
- 40 APS Sales **im Härtetest**
- 42 Mehr (finanzielle) PS durch **Potenzialprüfung**



Arbeitskreis IT und Digitalisierung

18



20

Kostenreduzierungspotenziale:  
Angepackt wird von allen Seiten

Bildquelle: © Berlin &amp; Cramer – berlinundcramer.de

## VAPS

- 56 **Stabübergabe** bei der VAPS GmbH
- 58 VAPS und SEG: **Lösungen aus der Gruppe**
- 60 **Sicher unterwegs** im IT-Dschungel
- 62 **Zuverlässig**, partnerschaftlich, **zukunftssicher**
- 63 **Innovationen** aus gelebter **Partnerschaft**

## SEG

- 64 **Digitalisierung im Autohaus**  
Wenn Prozesse den Unterschied machen

# »Die Gesellschaft braucht das Auto und damit braucht die Gesellschaft auch den Automobilhandel«

■ Von Jochen Schuster

*Die diesjährige Partnerveranstaltung überzeugte Anfang Oktober mit einem neuen Konzept. Die Vorträge des Vorstandsvorsitzenden und der Beiratssprecher spiegelten die schwierige Situation der Branche wider.*

**N**eue Location – und ein paar gewichtige Änderungen am Konzept: Zum ersten Mal fand in Berlin die alljährliche Partnerveranstaltung des VAPV statt. Das Ziel aller Neuerungen: „Wir wollen noch transparenter sein und noch mehr Dialog ermöglichen“, unterstrich **Alexander Sauer-Wagner**, Vorstandsvorsitzender des Volkswagen und Audi Partnerverbands e. V., in seiner Eröffnungsrede. Ein zentraler Bestandteil dieses Ansatzes: Die Markenbeiräte sowie die Vertreter der Servicepartner standen den Partnerinnen und Partnern neben den reinen Vorträgen auf der Bühne auch in extra eingerichteten Lounges im Rahmen der begleitenden Hausmesse für Gespräche zur Verfügung. Ein Element, das bei allen Teilnehmenden sehr gut ankam.

Vor dem eigentlichen Partnertreffen am 2. Oktober hatte der Verband eine spannende Abendveranstaltung organisiert,



die die Gäste auf Einladung der VAPS erleben konnten. Die Keynote hielt **Prof. Dr. Andreas Herrmann**.

Der BWL-Professor und Co-Chef des Instituts für Mobilität an der renommierten Universität St. Gallen zeigte eindrucksvoll die Revolutionen auf, vor der die automobile Welt aktuell steht.

Er fasste diese unter dem Begriff „CASE“



Prof. Dr. Andreas Herrmann

zusammen für Connected, Autonomous, Shared und Electric. Vor allem das autonome Fahren ist für den Fachmann ein absoluter „Game Changer“, der die Automobilbranche nach seiner Meinung mindestens genauso stark verändern dürfte wie der Umstieg vom Verbrenner auf Stromer. Herrmann: „Das autonome Fahren wird sich langfristig durchsetzen, weil es das ‚Problem Mensch‘ weitestgehend eliminiert und es auf diese Weise deutlich weniger Unfälle geben wird.“ Mithilfe von interessanten Beispielen aus Oslo, San Francisco und Co. belegte er seine These. Für die Europäer hatte der Auto-Mann fünf wichtige „Ansagen“ mitgebracht: Mut zum Verzicht, also weniger Modelle, Ausstattungsvarianten etc., mehr China-Speed, heißt, Digitalisierung des Entwicklungsprozesses. Stärkere Kooperation mit den Zulieferern statt Befehl und Gehorsam. Rigoroser Bürokratie-Abbau sowie absoluter Fokus auf die Software – oder wie er es ausdrückte: „Software ist killing the Spaltmaß.“

Bildquelle: © Berlin & Cramer – berlinundcramer.de



Partnerveranstaltung Berlin 2025

# »Die Gesellschaft braucht das Auto und damit braucht die Gesellschaft auch den Automobilhandel«

In der anschließenden Diskussion mit Alexander Sauer-Wagner und **Björn Simon**, verkehrspolitischer Sprecher der CDU/CSU-Fraktion im Deutschen Bundestag, spielten



Björn Simon

„Autohauskind“ sorgte dank eines mitreißen- den Vortrags dafür, dass jedwede Müdigkeit aus dem großen Saal des Berliner Estrel-Hotels gepowert wurde. Mit viel Enthusiasmus forderte Röwekamp sein Publikum dazu auf, sich wieder auf die Dinge zu konzentrieren, die man selbst in der Hand habe. Sich wieder auf den – wie er es nannte – „eigenen Wirkungskreis“ zu konzentrieren und eben nicht zu viel Arbeit, Gedanken und Co. auf all das zu verschwenden, was man ohnehin nicht beeinflussen könnte. Das alte Mantra „all business is local“ unterlegte der Gründer und Geschäftsführer der RWKMP-Unternehmensberatung mit vielen Ansatzpunkten, die „auch ohne Millionen-Budgets ordentlich PS auf die Straße bringen“. Röwekamp: „Machen Sie die Dinge einfach, vielleicht auch mal etwas anders als sonst, aber kommen Sie auf jeden Fall ins Machen!“

Herrmanns Ausführungen natürlich eine große Rolle. Die Runde war sich unter anderem einig, dass sich Verbraucher, Hersteller und Händler wieder mehr auf die Politik verlassen können müssen. Zwar steht das Verbrenner-Verbot – egal wie man dazu steht – sowohl in Brüssel als auch in Berlin unter kritischer Beobachtung, aber am langfristigen Siegeszug der Elektromobilität bestand unter den Debattenteilnehmern kein Zweifel. Auch klar: Das Auto bleibt die zentrale Säule der Mobilität. Neue Mobilitätsformen werden es zwar ergänzen, aber nicht ablösen. Und: Das Autohaus bleibt (gegebenenfalls in veränderter Form) relevant. Der Autohandel ist und bleibt Teil der Lösung.

Nach einer kurzen Begrüßung überließ Alexander Sauer-Wagner am nächsten Morgen zunächst **Sascha Röwekamp** die Bühne, die im Übrigen von einem neuen ID.3 GTX Fire+Ice sowie einem schicken T-ROC Style eingerahmt wurde. Das selbsternannte



Sascha Röwekamp

Kostendruck von außen und natürlich auch aus unserem eigenen Ökosystem.“ Daher gelte es, eisern auf die eigenen Kosten zu achten. „Das Bild der Sense ist gestern auf einer internen Sitzung entstanden. Es geht darum, dass die Zeit für filigrane Eingriffe vorbei ist. Wir müssen an die Kostenlast rangeln – und zwar richtig.“ Weil mit dem Siegeszug der Elektromobilität die Reparatur- und Wartungs-Umsätze immer stärker unter Druck geraten, müsse der Service zu dem noch stärker in den Fokus gerückt werden. „Wir sind fest entschlossen, alle Stellhebel in unserem Geschäftsmodell zu bewegen, um unsere Rentabilität abzusichern – im Sales, im After Sales, in der IT-Infrastruktur und jedem anderen Bereich. Sagen Sie uns, wo wir noch nicht geschaut haben, und wir gehen dem nach.“

In diesem Zusammenhang verwies der Vorsitzende auf den markenübergreifenden Arbeitskreis „Business Management“, den es seit Anfang des Jahres im Verband gibt. „Dessen Aufgabe ist, neue Wege zu finden, Erleichterungen für Sie aufzuspüren. Nennen Sie uns gerne Themen und machen Sie Vorschläge. Wir verprobieren das und gehen jeder Idee nach.“ Sauer-Wagner hatte aber auch das „große Ganze“ im Blick, als er sagte: „Wir haben politischen Rückenwind und auch ein klares Commitment der Marken zum stationären Handel. Wir müssen als Verband aber gleichzeitig weiter hart daran arbeiten, dass Politik und Gesellschaft den Fokus nicht nur auf die Autoindustrie richten, sondern auch auf die mittelständischen Betriebe.“

Er erinnerte daran, dass die Volkswagen und Audi Händler sowie Servicepartner rund 100.000 Arbeitsplätze vertreten. Der Vorsitzende abschließend: „Nur wenn



## Partnerveranstaltung Berlin 2025

Unternehmertum Spaß macht – was wesentlich vom wirtschaftlichen Erfolg abhängt –, können die Volkswagen und Audi Partner weiterhin eine Schlüsselrolle für die nachhaltige Mobilität in diesem Land spielen.“

Nach diesem eindringlichen Aufruf war es Zeit für den ersten Bericht über die Arbeit der Beiräte. Traditionell startete **Marcus Lusebrink** für den Beirat Volkswagen Pkw.



Er hob zunächst die derzeitige außerordentlich gute Marktposition der Marke Volkswagen hervor. „Diese Vertriebsstärke darf jedoch nicht über notwendige Reformen bei Prozessen sowie Systemen hinwegtäuschen, die für die Zusammenarbeit zwischen Hersteller und Handel notwendig sind“, mahnte der Beiratssprecher. An diesem Punkt widmete er sich der wirtschaftlichen Lage der Betriebe, bei denen die aktuelle Rendite klar unter dem Durchschnitt der vergangenen fünf Jahre liege. „Wir müssen alles tun, um den Verfall zu bremsen. Es fehlt ja am Ende nicht nur das Geld im Unternehmen. Als Folge fällt das Rating, die Zinskosten steigen“, so Lusebrink. Zwar seien die Autos der Marke begehrt, aber hohe Zinsen- und Personalkosten würden die (steigenden) Erlöse mehr als aufzehren.

Ein Thema, das ebenfalls ganz oben auf der Agenda von Lusebrink und seinen Mitstreitern steht, ist die hohe Komplexität der Bo-

nus-Systeme bei Volkswagen Pkw etwa im Bereich der Original-Teile. Seine Botschaft: „Hier sind wir dran und streben eine radikale Vereinfachung an.“ An diesem Punkt wurden die neuen Bonus-Regularien für 2026 vorgestellt, bei denen es sowohl bei Einzel- als auch bei Großkunden zu keinen größeren Veränderungen kommen wird.

Der Beiratssprecher stellte als Nächstes die Roll-out-Map für die digitale Leasingstrecke vor und widmete sich dem neuen Verkäuferarbeitsplatz sowie der Situation bei my-Dealer. Lusebrink erinnerte daran, dass bei den Verhandlungen der neuen Verträge in 2018 Dealer Voucher für Functions on Demand (FoD) ein wichtiges Thema waren. Auch hierzu präsentierte er Neuigkeiten. Last but not least widmete er sich Überprüfungen der Marke beim Digital-Bonus. „Die Entwicklung der VW-Connect-Enrollment-quoten zeigt ganz deutlich, dass die Konnektivität bei Händlern und Kunden klar zugenommen hat. Das ist erfreulich. Es ist aber natürlich so, dass wir in der täglichen Arbeit das Auto häufig zunächst mit einer E-Mail-Adresse des Autohauses verbinden. Vergessen Sie bitte nicht, diese im Zuge des Verkaufs dann vom Betrieb auf den Kunden umzustellen. Das kann sonst teuer werden.“



Sorgenkind des Volkswagen Konzerns ist ohne Frage derzeit Audi. **Christian Schowalter** fasste die Situation in einer griffigen Aussage zusammen: „Uns fehlen unterm Strich in diesem Jahr 60.000 Fahrzeuge“, so der langjährige Beiratssprecher.

„Wir brauchen höhere Stückzahlen. Unsere Kostenblöcke sind schlicht nicht auf die niedrigen Verkaufszahlen ausgerichtet.“ Sein Fazit: „Für mich zeigen die Zahlen, dass Audi in 2025 einen echten Fehlstart hingelegt hat.“ Bereits jetzt würden sich die schwachen Neuwagen-Auslieferungszahlen zudem im Service-Geschäft bemerkbar machen. „Die Bremsspur kann keiner mehr leugnen.“ Immerhin habe es zuletzt ein paar Lichtblicke gegeben, die ersten Früchte der neuen Verkaufsförderungsmaßnahmen und Modelle habe man im dritten Quartal gesehen. Man könne erkennen, dass sich das Geschäft zu beleben beginne, man sei 28 Prozent über Vorjahr. „Man kann sagen: Sobald wir Audi Partner wettbewerbsfähige Angebote haben, können wir auch verkaufen.“

Schowalter erläuterte dann die Veränderungen am Bonus-System, das bei Audi mit nur drei Bausteinen traditionell verhältnismäßig einfach daherkommt. Unterm Strich hat die Marke für 2026 einen Prozentpunkt Bonus bei Einzelpersonen aus dem System genommen. „Ich weiß, die Botschaft ist nicht schön. Aber ich kann Ihnen versichern, hieran führt trotz hitziger Gespräche kein Weg vorbei“, so der Sprecher. Auf der anderen Seite seien aber auch Erfolge etwa bei der Ausschüttungsgarantie im Großkunden-Bonus erreicht worden. Christian Schowalter beendete seine Rede mit einem Blick auf 2026. „Die aktuelle Rendite-Erosion muss gestoppt werden“, forderte er. „Wir benötigen nachhaltige und langfristige Verkaufsförderungen. Maßnahmen, die es uns ermöglichen, wieder 250.000 Audi Fahrzeuge im Markt abzusetzen. Genau das ist die Zahl, auf die sich Audi 2023 dem Handel gegenüber verpflichtet hat. Und wir benötigen Entlastungen bei den Kosten, um die Bonuskürzung zu kompensieren.“

Auch Volkswagen Nutzfahrzeuge blickt auf ein weiteres Jahr voller tiefgreifender Veränderungen zurück. „Seit nunmehr vier Jahren erleben wir bei den Nutzfahrzeugen eine Phase, in der kaum ein Stein auf dem anderen geblieben ist. In rasantem Tempo wurden tiefgreifende Veränderungen angestoßen, die uns als Verband immer wieder vor neue und bislang unbekannte Herausforderungen gestellt haben“, bilan-

zierte Beiratssprecher **Max Christl**. Viele Vorschläge des Beirats, wie sich der rückläufige Markt durch gezielte Fördermaßnahmen stabilisieren und die Kaufbereitschaft der Kunden sichern lasse, seien trotz wiederholter und ein-



Max Christl

Nach der Mittagspause gehörte die Bühne wieder zwei Männern, **Christoph Haumann**, Sprecher der Servicepartner-Vertreter, und **Stefan Reinhardt**, Sprecher des Arbeitskreises Service. Ihre zentrale Botschaft: Im Service wächst der Umsatz aktuell praktisch nur noch dank höherer Preise. Daraus formulierte das eingespielte Duo eine zentrale Forderung an seine Zuhörerinnen und Zuhörer: „Verkauft so viele Autos wie möglich, damit wir später genug „Futter“ in den Werkstätten haben!“

Danach ging es um die Detailarbeit des Arbeitskreises, bei der die Vereinfachung des Originalteile-Bonus für das kommende Jahr eine wichtige Rolle spielte. Positiv: „Die Harmonisierung dieses Bonus von 2026 an über alle fünf Konzernmarken wie auch die Verbesserung von Bonusbestandteilen sollten den Servicepartnern das Geschäft vereinfachen.“

Breiten Raum in dem Vortrag nahm die Preisernhöhung bei der Infomittelpauschale ein. Diese sieht man nach Haumanns Einschätzung als klare Folge der schwierigen wirtschaftlichen Situation, in der sich die Marken



Christoph Haumann

befanden. Jetzt würden wirklich alle Ecken ausgekehrt. „Wir haben das über Jahre abgewehrt“, so Haumann. Nun sei es immerhin gelungen, einen Teil der ursprünglich geplanten, satten Preiserhöhung zu verhindern. Stefan Reinhardt wies anschließend darauf hin, dass in 2026 erstmalig eine Datenqualitätsprüfung im After Sales anstehe. Das Thema kannte das Plenum ja bereits von Volkswagen Pkw. Auch seine klare Ansage: „Prüfen Sie Ihre



Stefan Reinhardt

Kundendaten und stellen Sie sicher, dass diese mit der richtigen E-Mail-Adresse verbunden sind. Sonst können unter Umständen Bonuszahlungen zurückgefordert werden.“

Nach einem Blick auf die Regularien hinsichtlich der Ersatzmobilität im Garantiefall und der veränderten Zeitpläne bei der Umstellung von DS Maria V auf DSKure kam zum Schluss noch ein „dicker Brocken“ zur Sprache: die Händlerbeteiligung bei Wartungsprodukten, wobei es sich im Kern um eine Verlagerung der Händlerbeteiligung vom vertragsführenden zum leistungserbringenden Produkt handelt. „Um es klar zu sagen: Die Servicebetriebe müssen hier etwas abgeben. Dies war ein schwieriger Schritt für den Arbeitskreis“, gab Stefan Reinhardt zu. Ein Schritt, zu dem es aber nach seiner Meinung keine Alternative gegeben habe. Kurz skizzierte er das weitere Vorgehen: Die Anschreiben (inklusive Teilnahmevereinbarung) der Marken Volkswagen Pkw, Audi und Volkswagen Nutzfahrzeuge werden in diesen Tagen zugestellt. Seine Botschaft: „Eine flächendeckende Teilnahme ist Voraussetzung für die erfolgreiche Umsetzung. Die schon jetzt – in langfristiger Abstimmung mit dem VAPV – angepeilte Weiterentwicklung ist ein wichtiger Beitrag für die Zukunftsfähigkeit des Wartungsgeschäfts und der damit verbundenen, zahlreichen Vorteile für die Partner.“ //

Unser Autor ist Mitglied des Redaktions-teams der **AUTOBUSINESS** und gehört zu der Düsseldorfer Kommunikationsagentur steinkuehler.com.



# VERNETZT.

DAS PARTNEREVENT



# »Perfekte Weiterentwicklung eines tollen Formats«

Luftiger, heller, offener – einfach besser: Viele Teilnehmer der ersten Partnerveranstaltung in der Hauptstadt fällten ein sehr positives Urteil über das Treffen. Was dabei auffiel: Top-Noten gab es vor allem für die komplett neu gestaltete Hausmesse.

Von Jochen Schuster

In Rahmen der die Partnerveranstaltung begleitenden Hausmesse stellten diesmal nicht nur die Kooperations-Partner des Verbands sich und ihre Dienste vor. Mitte drin hatten zudem die drei Beiräte (Volkswagen Pkw, Audi, Volkswagen Nutzfahrzeuge) eigene Lounges eingerichtet. An diesen wurden auf der einen Seite die Themen aus den Vorträgen eifrig diskutiert. Hier kam jedoch auch all das auf den (in diesem Fall) Hoch-Tisch, was den Teilnehmerinnen und Teilnehmern sonst so „unter den Nägeln brennt“. Gut zu beobachten: Häufig gingen Gespräche in den Lounges und an den

Info-Ständen ineinander über. Themen schwäpften regelrecht von einer Arbeitskreis-Lounge zu einem Infostand eines Kooperationspartners – und danach mit neuen Impulsen wieder zurück.

Die meisten der Partner waren in Dreiergruppen unter einem Oberbegriff organisiert. So bildeten zum Beispiel **PERSONOX**, **Two S** und **CARvinci** ein Trio rund um das wichtige Thema „Digitale Kompetenz“. „Die Frage, wie wir AI ins Autohaus bringen können, wie wir diese Technik für jeden Mitarbeitenden nutzbar machen, stellen sich natürlich viele

Unternehmer“, unterstrich Constantin Michel, technischer Kopf hinter CARvinci®. „Hier zeigen wir einfache Anwendungen auf, die einen gewaltigen Unterschied machen können.“ Bei Two S stand neben anderen Themen ein Nachfolgeprodukt für den Verkäuferarbeitsplatz für Servicepartner im Mittelpunkt. „Wir begleiten den kompletten Prozess und vergrößern unsere Community stetig“, so Rainer Linke, Gründer und CEO der Two S GmbH. Quirin Silbernagl, Gründer und Geschäftsführer der PERSONOX, machte seinen Gästen wenig Hoffnung, dass der Kampf um Talente in Zukunft einfacher wird.

Bildquelle: © Berlin & Cramer – berlinundcramer.de



01. | 02. Oktober 2025



Partnerveranstaltung Berlin 2025

„Wenn Sie auf diesem Feld erfolgreich sein wollen, dann müssen Sie sichtbar sein. Nichtstun ist keine Option. Wir wollen Stellen innerhalb von 30 Tagen besetzen. Gelingt uns das nicht, arbeiten wir kostenlos so lange, bis der neue Arbeitsvertrag unterschrieben ist“, lautete Silbernagls Angebot.

Um das schwierige Thema Unternehmensnachfolge mit all seinen Fallstricken kümmern sich hingegen die Fachleute von **Valuniq Business Consulting**. Die Münchner teilten sich ihren Platz unter dem Banner „Betriebswirtschaft und Beratung“ mit **Gehrke Econ/PlanAPP**, die den Launch von „PlanAPP 2.0“ im kommenden Januar ankündigten. 800 Betriebe nutzen derzeit bundesweit PlanAPP, schon bald sollen es 1.000 sein. Dritter im Bunde war **bekumoo**. Gerade vor dem Hintergrund der wachsenden Bedeutung des After-Sales-Geschäfts weckte die Controlling-Software für Autohäuser des Ibbenbürener Anbieters viel Interesse. Auch vom Marktführer bei den unabhän-

gen Autobanken für Endkunden und Händler kam viel Lob für die neue Form der Hausmesse. „Ich denke, die Atmosphäre ist deutlich besser als früher. Das liegt am Konzept, aber auch an der neuen, helleren Umgebung, in der wir uns vorstellen können“, so Michael Waetcke, Head of Strategic Operations & Acquisitions Mobility bei der Santander Consumer Bank. Viel los war auch am Nachbarstand, wo die Vertreter der **Financial Services AG** Rede und Antwort standen. Hier spiegelten die zuweilen sehr lebhaften Diskussionen das nicht immer ganz einfache Verhältnis zwischen Volkswagen Finanztochter und den VAPV-Mitgliedsbetrieben sehr gut wider.

Eine weitere Besonderheit der Veranstaltung: Die Kooperationspartner waren nicht nur innerhalb des Atriums vertreten, auch vor dem Hotel gab es einiges zu erkunden. So präsentierte die Volkswagen Tochter Elli ihre Flexpole-Säulen inklusive vier Ladepunkten. Das Besondere: Die Säulen sind

mobil, das heißt, mit einem Gabelstapler verfahrbar. „Zudem reicht ein beliebiger Kraftstrom-Anschluss. Durch die integrierten Akkus sind trotzdem bis zu 150kWh möglich; man braucht also keinen Trafo“, erläuterte Michael Gotthelf, Vice President Elli Commercial. Und auch dies wurde in Berlin bekannt: Dank eines neuen Reseller-Vertrags sind für VAPV-Mitglieder bei der batteriegepufferten Schnellladestation bis zu 17 Prozent Marge drin.

Zurück ins Hotel, wo **bezahl.de/Aufinity Group**, **AutoProtect** und **Real Garant** das „Financial-Services“-Unternehmertrio bildeten. „Ich bin zum ersten Mal auf einer Partnerveranstaltung“, so Julian Weste, der seit Juni 2025 bei bezahl.de/Aufinity Group arbeitet. „Ich finde diese Veranstaltung ist sehr professionell organisiert; das Interesse an unseren Produkten für das Zahlungsmanagement in der Automobilbranche ist entsprechend hoch.“ Nebenan musste Geschäftsführer Lars



## Partnerveranstaltung Berlin 2025

Schilke immer wieder den Ansatz von Auto-Protect als unabhängiger Versicherungs-partner erläutern. Sein Credo: „Es gibt mindestens eine Hand voll toller Alternativen zu dem Ihnen bekannten Platzhirsch.“ Apropos Alternativen: „Mit der ‚Eigengarantie givit‘ haben wir ein Produkt im Programm, das es Autohäusern ermöglicht, das Garantiemanagement und die damit verbundenen Risiken sowie Rückstellungen selbst zu übernehmen, statt an einen externen Versicherer abzugeben“, beschrieb Daniel König, Director Sales Germany von Real Garant, das Business-Modell seines Unternehmens.

Ein ganz anderes, aber ziemlich neues „Modell“ erläuterte Automotive-Experte Bert Grammel – die **APS-Akademie**. Das neueste Kind des Verbands ist eine direkte Folge von vielen Gesprächen mit Partnern, in denen immer wieder das brachliegende Feld der Schulungen eine Rolle spielte. So hat allein Volkswagen sein Schulungsbudget in den vergangenen Jahren von 20 auf zwei Millionen Euro zurückgefahren. „Hier wollen wir ansetzen. Aber nicht, indem wir ein neues Seminar mit alter Front-Beschallung anbieten“, unterstrich Initiator Grammel. Er versprach: „Wir setzen auf einen praxisnahen Ansatz, auf ein Erlebnis, welches das Mindset Ihrer Mitarbeitenden wirklich verändert.“

Zu den Ausstellern gehörte natürlich auch die **VAPS Group**, an deren Stand Vertreter der Tochtergesellschaften (VAPS GmbH und SEG) im Einsatz waren. „Wir arbeiten seit Jahrzehnten daran, den Audi und Volkswagen Händlern die richtigen Produkte zur Verfügung zu stellen“, gab Tim Kaufmann, Vertriebsleiter bei der

Ein anderes Thema, das die Vielfalt der Messe verdeutlichte: Das Gebrauchtwagen-Geschäft im Internet ist in den einzelnen Ländern Europas sehr unterschiedlich verteilt. Während etwa in Großbritannien ein Anbieter den Markt dominiert (und entsprechende Preise durchsetzen kann), gibt es in Deutschland diverse Player, die sich im Netz tum-



Vor dem Hotel präsentierte die Volkswagen Tochter Elli ihre „Flexpole“-Ladesäulen

VAPS GmbH, die Richtung vor. SEG-Manager Boris Bahr nannte in diesem Zusammenhang unter anderem eine neue Anwendung für E-Rechnungen, die garantiert, dass diese einen Betrieb komplett digital durchlaufen können – und nicht an einem Punkt im Prozess wieder analogisiert werden müssen.

meln. Auf diesen Umstand wies Stefan Schneck, Chief Sales Officer bei **AutoScout24**, hin. „Natürlich gibt es auch hierzulande einen Anbieter, der gerne Monopolist wäre. Aber Sie haben es in der Hand, genau das zu verhindern: Managen Sie aktiv Ihr Angebot auf den verschiedenen Plattformen – und erhalten Sie sich so die Vielfalt.“

Die Mitarbeitenden von immer wiederkehrenden Arbeiten zu entlasten, diese Aufgabe hat sich **ATBAS** auf die Fahnen geschrieben. Das Mittel dazu ist eine Software „aus dem Autohaus für das Autohaus“, mit der das Teilgeschäft sein volles Potenzial entwickeln kann. Auf sämtliche rechtliche Fragen mit Blick auf die Auslagerung von Abrechnungsprozessen haben **Die Autohausberater/ DieAbrechner** eine Antwort. Ihr Versprechen: Dieser Schritt ist zu 100 Prozent vertragskonform möglich. Noch viel Potenzial – da war man sich im Publikum einig – liegt auch im Unfallgeschäft. **Carento** bietet ein modulares Konzept für digitales Schadenmanagement. Die drei Firmen teilten sich den Stand „After Sales“.

Ohne Frage: Die E-Mobilität mit ihren gravierenden Folgen für das Wartungs- und Reparatur-, sprich das gesamte After-Sales-Geschäft von Autohäusern und Servicebetrieben war auch auf dieser Partnerveranstaltung ein großes Thema. Der allgemeine Tenor: Wenn dieses Geschäft schwächelt, braucht es andere Segmente, welche die fehlenden Umsätze ausgleichen müssen. Eine Möglichkeit: das Mietwagen-Geschäft in Folge von Unfällen. „Wir können Ihnen helfen, das volle Potenzial dieses Business auszuschöpfen“, versprach Mike Vannauer, Leiter Partnermanagement bei der **Euromobil GmbH**.

„Ihnen unser Coaching nicht zu verkaufen, wäre unterlassene Hilfeleistung!“ Mit diesen Worten pries Sascha Röwekamp, Gründer und Geschäftsführer der RWKMP-Unternehmensberatung, die Dienste sei-

lität. „Unser 360-Grad-Ökostystem für E-Mobilität ist die Komplettlösung für das Fuhrparkmanagement, den Autohändel und OEMs“, so Geschäftsführer und -Gründer Ralph Missy.



Gespräche in der Themen-Lounge Arbeitskreis Service

nes Unternehmens an. **RWKMP** bildete zusammen mit **alphaonline** und **e-mobilio** das Sachgebiet „Sales“ ab. Die Prozessmanagement-Software von alphaonline für die Fahrzeugherrinnahe im Autohaus punktet laut Vertriebsleiter Axel Döbeler mit einem einfachen Dreiklang: mehr Transparenz, mehr Geschwindigkeit, mehr Gewinn. **e-mobilio** kümmert sich hingegen ebenfalls um den „Game Changer“ E-Mobi-

Das Schlusswort gehörte Christian Schowalter, Beiratssprecher Audi, der beim Gang über die neue Hausmesse anerkennend feststellte: „Ich finde das neue Format sehr gut, denn es ist eine perfekte Weiterentwicklung.“ //

Unser Autor ist Mitglied des Redaktionsteams der **AUTOBUSINESS** und gehört zu der Düsseldorfer Kommunikationsagentur steinkuehler.com.



Bildquelle: © Berlin & Cramer – berlinundcramer.de



Bildquelle: © Berlin & Cramer – berlinundcramer.de

# Die Mitgliedschaft im VAPV: Interessen bündeln. Erfolge verhandeln. Zukunft sichern.

Egal ob Verträge, Vereinbarungen oder Richtlinien: Zusammen mit Juristen, Steuerberatern und Datenschutzexperten prüft der Verband jedes Dokument, das die Geschäfte seiner Mitglieder betrifft. Das Ziel: Eine Lösung, die die Interessen der Partner optimal berücksichtigt.

Von Ellen Schmidt ■

**B**etriebswirtschaftliche Auswirkungen, prozessuale Umsetzbarkeit, rechtliche Verpflichtungen – das sind nur drei (aber sicherlich die wichtigsten) Aspekte, auf die der Volkswagen und Audi Partnerverband jedes von den Marken Volkswagen Pkw, Audi, Volkswagen Nfz aber auch von der VW FS vorgelegte Dokument überprüft. Im Fall der Fälle reicht er Änderungsvorschläge ein, um das Handels- und Servicegeschäft der Unternehmen zu sichern. Daraufhin werden problematische Punkte bis zu einer guten Einigung verhandelt. Eine Übersicht der regel- wie auch unregelmäßig zu erörternden Dokumente findet sich im Kasten auf Seite 17.

ment überprüft. Im Fall der Fälle reicht er Änderungsvorschläge ein, um das Handels- und Servicegeschäft der Unternehmen zu sichern. Daraufhin werden problematische Punkte bis zu einer guten Einigung verhandelt. Eine Übersicht der regel- wie auch unregelmäßig zu erörternden Dokumente findet sich im Kasten auf Seite 17.

**Grundlage des Geschäftsmodells**

Der einzelne Betrieb hat zumeist nicht die (finanziellen) Kapazitäten, um diese große Anzahl an Dokumenten rechtlich und prozessual zu prüfen. Allein die Kosten für solche rechtlichen Beratungen nehmen jährlich einen sechsstelligen Betrag in den Verbandsausgaben ein. Die Alternativen: Das Rechtsbera-

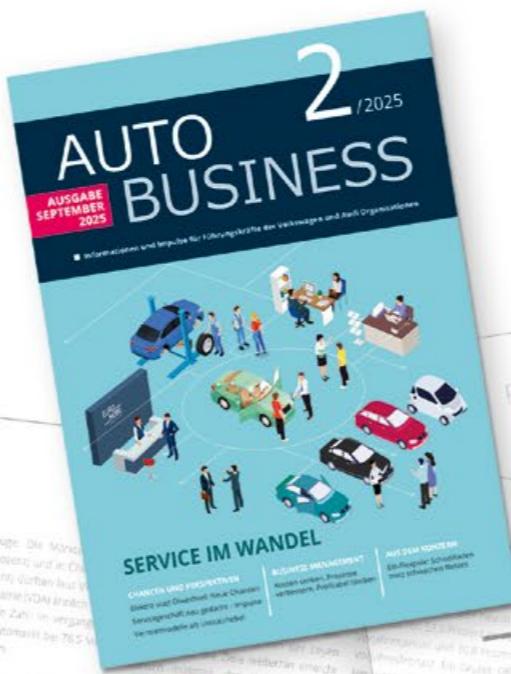
## Grundlage des Geschäftsmodells

Der einzelne Betrieb hat zumeist nicht die (finanziellen) Kapazitäten, um diese große Anzahl an Dokumenten rechtlich und prozessual zu prüfen. Allein die Kosten für solche rechtlichen Beratungen nehmen jährlich einen sechsstelligen Betrag in den Verbandsausgaben ein. Die Alternativen: Das Rechtsbera-

tungsbudget eines jeden Mitglieds würde erheblich für diese Prüfungen belastet werden oder aber das Mitglied bei Nichtprüfung in rechtlichen Risiken belassen. Durch die Mitgliedergemeinschaft wird ein effektives Gegengewicht zum Hersteller erzeugt. Die beschriebenen Risiken für den Betrieb können durch den Einsatz des Verbandes erheblich minimiert werden, prozessuale Unwägbarkeiten ausgeräumt und wirtschaftliche Effekte – sei es durch Kostenreduktion oder aber Hebung der Deckungsbeiträge – erreicht werden.

Sind die Dokumente finalisiert, erklärt der Verband den Mitgliedern die Inhalte, Fallstricke und natürlich die wirtschaftlichen Konsequenzen, die sich aus der Anwendung ergeben. Dies erfolgt in einer schriftlichen Darlegung der Erwägungsgründe und einer Interpretation verschiedener Passagen oder aber in Form von digitalen bzw. Präsenzveranstaltungen. So war der Verband zum Beispiel für seine Mitglieder da, als es um die vertragliche und prozessuale Reintegration der BEV-

Einzelkundenagentur in das Eigenhandelsgeschäft ging. Innerhalb kürzester Zeit konnte die Wiedereingliederung vollzogen werden. Das ist nur ein Beispiel für die erfolgreiche Arbeit des VAPV. Vorstandsvorsitzender Alexander Sauer-Wagner unterstreicht die Stärke der Organisation, die getragen wird von der hohen Mitgliederzahl innerhalb der Marken. „Eine Mitgliedschaft aller Betriebe im VAPV sichert die Grundlage des Geschäftsmodells“, betont Sauer-Wagner.



## WEIL WIR IHR TEAM VERSTEHEN

# PERSONAL

# aktuelles Arbeitsrecht - wie Autohäuser in der Spur bleiben

**V**eine Frage: Es ist für Autohäuser und Servicebetriebe unabdingbar, und an

# ACC AUTOMOTIVE CORPORATE CONFERENCE

- Es ist möglich, die Pflicht zur Arbeitsverfassung auf den einzelnen Arbeitnehmer zu delegieren. Der Arbeitgeber hat die Selbsterfassung dann jedoch regelmäßig zu kontrollieren und gegebenenfalls gegen Verstöße vorzugehen.
- Die Arbeitsverfassung muss nicht zwingend elektronisch, sondern kann insbesondere unter Berücksichtigung der vorliegenden Umstände auch in schriftlicher Form erfolgen, sofern dies die gerechte Nutzung einer gemeinschaftlichen Meldestelle nicht unterbe-

mer können Schadensersatzansprüche gegen den Arbeitgeber geltend machen.

**3. Pflichten aus dem Mindestlohn**  
Arbeitgeber sind verpflichtet, ihren Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmern den gesetzlichen Mindestlohn zu zahlen. Seit Januar 2024 beträgt dieser pro Stunde 12,41 Euro brutto, von Januar 2025 an steigt er auf 12,82 Euro brutto pro Stunde. Branchenabhängig kann jedoch ein höherer Mindestlohn geschuldet sein. Verstöße gegen die Zahlung können mit Geldbußen von bis zu 500.000 Euro sanktioniert werden. Das Vorenthalten von Arbeitseingetragen kann strafrechtlich relevant werden und mit einer Freiheitsstrafe bis zu 12 Jahren sanktioniert werden.

von bis zu fünf Jahren. Neben der Zahlung des Mindestlohns entfallen das MiLoG weitere Pflichten für Arbeitgeber. Für geringfügig Beschäftigte (die sogenannten Minilöbber) ist innerhalb von sieben Tagen die Entlastung der Arbeitszeit aufzuladen. Hinzu kommt die Dokumentation empfiehlt sich die Verwendung entsprechender Software. Ein digitaler Zeiterfassungssystem für Dokumentation ist zwei Jahre aufzubewahren, um sie bei einer Kontrolle vorlegen zu können. Für im Ausland ansässige Arbeitgeber besteht die besondere Pflicht, die im Inland ansässigen Beschäftigten beim Zoll als zuständige Behörde anzumelden. Bei Verstößen drohen in beiden Fällen Sanktionen bis zu 30.000 Euro. Arbeitgeber sind gut beraten, genau zu prüfen, welche Mitarbeitenden unter die oben genannten Pflichten fallen.

**A. Umsetzung des Entgeltgleichheitsgebots**



# Neue Schnittstellen

Von Jochen Schuster ■

Mit dem Arbeitskreis „IT und Digitalisierung“ rückt der VAPV Hard- und Software-Themen verstärkt in den Fokus. Besonders erfreulich: Schon kurz nach der Gründung wurde zudem eine innovative Form der Zusammenarbeit mit dem Volkswagen Konzern etabliert.

**N**atürlich sind IT und alles, was dazugehört, im VAPV schon lange ein Thema – seit Ende März allerdings auch ganz offiziell: Da wurde der neue Arbeitskreis „IT und Digitalisierung“ vom Verbandsvorstand auch formal in „Amt und Würden“ gehoben.

Kurz zur Vorgeschichte: Bereits seit Anfang der 2020er Jahre gab es unter dem Dach des Verbands immer mal wieder Gespräche über Hard- und Software-Themen, um prozessuale und technologische Dinge, weil viele Händler schlicht vor den gleichen Problemen (Stichworte: Insellösungen, Schnittstellen etc.) und den gleichen IT-Herausforderungen standen. Im Laufe der Zeit entstanden so unabhängig voneinander zunächst aus der „MMI1“ ein Zusammenschluss einiger IT-Leiter der größten deutschen Händlergruppen und die „IT-Interessengemeinschaft“. „Zum Teil waren einige der Kollegen in beiden Gruppen vertreten“, erinnert sich Marcus Mattlener, der die Digitale Geschäftsentwicklung bei Löhr & Becker in Koblenz verantwortet. „Zwei Teams machten natürlich keinen Sinn. Deshalb entstand Anfang 2024 zunächst die Initiative „Effizienz im Handel“. Gleichzeitig war aber allen Beteiligten klar, dass die Organisation gegenüber dem Konzern keinen losen Zusammenschluss braucht, sondern ein legitimiertes Gremium, das die Interessen der VAPV-Mitglieder schlagkräftig und mit Expertise vertritt.“

Nachdem die Organisations- und Arbeitsstruktur des Gremiums aufgebaut wurde, standen die knapp 20 Mitglieder bei ihrem ersten Treffen in Frankfurt vor zwei entscheidenden Fragen: In welcher Form diskutieren wir mit dem Konzern all das, was Händlern und Servicepartnern in Sachen IT unter den Nägeln brennt? Und: Wie können wir nicht nur die Kernmarken, sondern auch Provider sowie Dienstleister wie dx.one, VW FS AG, OTLG etc. mit an Bord bringen?

Die Marken haben auf unseren Vorstoß ziemlich schnell reagiert und gesagt: Wenn ihr euch derart professionell aufstellt, dann machen wir das auch“, so Fabian Klebsch, Fachreferent im VAPV, der zusammen mit Marcus Mattlener den neuen Arbeitskreis des Verbands organisiert. Auf diese Weise entstand quasi „auf der Gegenseite“ der sogenannte „Steuerkreis IT Markt DE“, in dem sich sowohl die Volkswagen Group mit allen Marken als auch die angesprochenen angebundenen

Unternehmen abstimmen und ihre Strategien zusammenführen.

Beide Seiten treffen sich wiederum im Rahmen der „Initiative IT & Digitalisierung“ (siehe Chart), um dort die relevanten Themen aus dem Handel mit den Herstellervertretern, nach einer kurzen Analyse und Diskussion, in Arbeitspaketen umzusetzen. Klebsch: „Der Kick-off für diese neue Form der Zusammenarbeit fand bereits Ende Juli in Frankfurt statt. Die Orga übernimmt ein dreiköpfiger Lenkungskreis, besetzt mit je einem Vertreter vom Verband, Handel und Hersteller. Nach dem Kennenlernen und Warm-up startete die richtige Arbeit des gemeinsamen Kreises am 22. und 23. September beim zweiten Treffen in Koblenz.“



Erstes Arbeitstreffen der gemeinsamen Initiative mit Hersteller- und Handelsvertretern im September 2025

Die Initiative behandelt drei große Segmente, unter denen sich viele Einzelthemen eingereiht haben:

1. Der erste Punkt trägt die Überschrift „**Support und Operations**“. „Hier stehen der Betrieb und die „Inbetriebhaltung“ der einzelnen Systeme im Vordergrund, mit denen Händler und Servicebetriebe Tag für Tag arbeiten“, erläutert Fabian Klebsch.

Dabei geht es um viele, zuweilen ganz einfache Fragen mit potenziell schweren Folgen: Was macht das Autohaus, wenn ein IT-Problem auftritt? An wen kann sich die Werkstatt wenden, wenn es bei der Software hakt und gar nichts mehr geht?

2. „**Operative Weiterentwicklung IT- und Daten-Infrastruktur**“ lautet der nächste Überbegriff. Hier geht es sowohl um eine Bestandsaufnahme, welche Systeme heute bereits in den Betrieben laufen. Aber auch um die Frage, was die Zukunft bringt – oder bringen kann. „Für das Business der Zukunft wird es sicherlich ganz entscheidend sein, dass wir die uns heute schon zur Verfügung stehenden Daten besser nutzen und eine höhere Wertschöpfung aus ihnen ziehen“, weiß Marcus Mattlener. So bietet die Menge an im Betrieb und beim Hersteller vorhandenen Daten zu Laufleistung, Ausstattung, Alter eines Fahrzeugs und

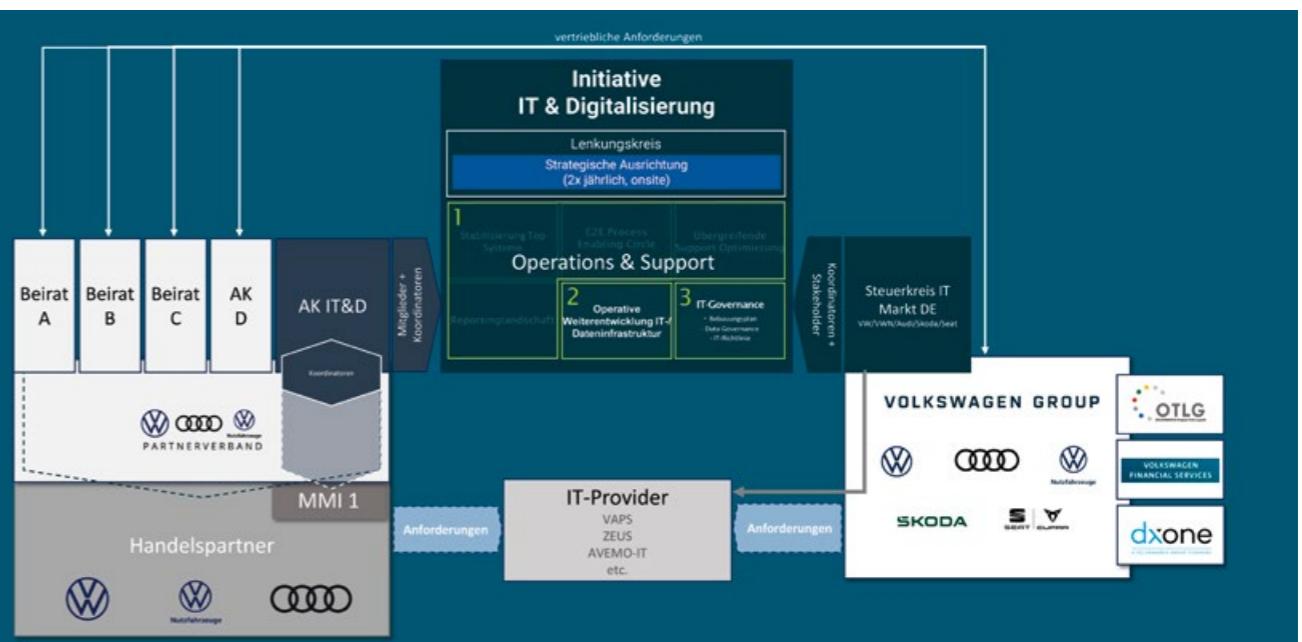
Functions-on-demand-Lizenzen etc. unendlich viele Business-Möglichkeiten – die Schnittstellen müssen nur technisch vorhanden sein und praktisch genutzt werden, damit beide Seiten mit den vorhandenen Informationen arbeiten können.

3. Die dritte Säule „**IT-Bebauung und IT Governance**“ beschäftigt sich intensiv mit der Frage, wie der datengetriebene Automobilhandel der Zukunft aussehen soll, und auch damit, welche nötigen rechtlichen Rahmenbedingungen dazu nötig sind. Ohne diese beiden Aspekte machen alle (großen) IT- und Digitalisierungspläne keinen Sinn. „Wir klären, was in den Verträgen zu diversen Fragestellungen steht, welche Automatisierungslösungen beispielsweise rechtlich okay sind und welche nicht“, betont Fabian Klebsch. „Aber wir gucken auch in die Zukunft und gehen etwa der Frage nach, ob es nicht grundlegende Entwicklungen in der Systemstruktur braucht, um einheitlichere Systeme für alle Prozesse im Handel zu schaffen.“ Für viele Betriebe mag das noch nach ferner Zukunftsmusik klingen. Mattlener: „Noch letztes Jahr klang vieles was wir bereits umgesetzt haben, als „unmöglich“. Dazu gehört der Umstand, dass wir nun im Handel ein gemeinsames Experten-Forum mit dem Hersteller haben, in dem schnell

Arbeitspakete auf- und umgesetzt werden. Aber vor allem ein gemeinsames Verständnis von Problemen und Lösungen geschaffen wird, von dem alle profitieren.“

**Festzuhalten bleibt:** Die gemeinsame neue Initiative IT & Digitalisierung von Volkswagen und Verband, in der der neue Arbeitskreis des VAPV und der Steuerkreis IT Markt DE zusammenkommen, haben sich in diesem Jahr gefunden, konstituiert und ihre jeweils ganz eigenen Arbeitsweisen organisiert. Denn natürlich wird auch in Zukunft nicht die permanente, IT-Harmonie herrschen. „Der Arbeitskreis soll auch ein effektiver Hebel sein, wenn wir mit IT-Problemen nicht weiterkommen“, lautet die klare Ansage von VAPV-Referent Fabian Klebsch. „Dann können wir Themen eskalieren lassen, indem wir klar machen, dass es nicht nur den Handel, sondern auch den Hersteller richtig Geld kostet, wenn Dinge nicht funktionieren.“ Denn wie die „reifen“ Arbeitskreise des VAPV, wissen auch die „jungen Wilden“: Wenn es ums Geld geht, landen Themen schnell ganz oben, dort, wo die Entscheidungen getroffen werden. //

Unser Autor ist Mitglied des Redaktionsteams der **AUTOBUSINESS** und gehört zu der Düsseldorfer Kommunikationsagentur steinkuehler.com.



Organisationstruktur der gemeinsamen „Initiative IT & Digitalisierung“

# Kostenreduzierungs-potenziale:

## Angepackt wird von allen Seiten

Von Ellen Schmidt ■

Volkswagen Deutschland wie auch die AUDI AG gehen das Problem der gestiegenen Personalkosten, des Fachkräftemangels und der Ineffizienzen in Prozessen an. Dazu begeben sich Teams aus den beiden Hersteller-Organisationen sowie aus dem Handel auf die Suche nach den größten, aber auch nach kleineren Kostenhebeln.

Die Aufgabe ist eindeutig: Hersteller und Partner müssen Anstrengungen unternehmen, die Rentabilität des Netzes zu sichern. Die Rentabilität wird derzeit bei beiden Marken aufgrund wesentlich gestiegener Kosten angegriffen. Den Audi Händlern machen zudem die gesunkenen Stückzahlen das rentable Leben äußerst schwer.

Die Suche nach Effizienzpotenzialen wird daher nicht nur als Optimierungsversuch gesehen, sondern auch als strategische Notwendigkeit, um am Markt wettbewerbsfähig zu bleiben. Vor diesem Hintergrund möchten Volkswagen Deutschland (VW D) und die AUDI AG ihren Beitrag leisten, das Händler- und Servicepartner-Netz prozessoptimierter sowie kosteneffizienter zu gestalten. Dabei spielt auch der Einsatz von KI-Möglichkeiten und digitalen Elementen eine Rolle. Das entsprechende Projekt bei VW D läuft seit Anfang des Jahres und hat bereits Stell-

schrauben identifiziert und Maßnahmen abgeleitet. Die ersten Erleichterungen, etwa im Bereich Gewährleistung, Bestellprozess für Neuwagen und bei den Service-

standards, sollen vom kommenden Jahr an spürbar werden. Der Beirat Audi und die AUDI AG starteten ihr Renditeprojekt im Herbst dieses Jahres. Aber auch hier ist der

**„Angesichts der überproportional gestiegenen Kosten – insbesondere bei den Personalkosten – ist es notwendig, gemeinsam Maßnahmen zu ergreifen, um die Einzelkosten innerhalb unserer Handelsorganisation nachhaltig zu reduzieren. Erfolg sichern wir durch konsequentes Tracking des Umsetzungsfortschritts und die transparente Dokumentation von Ergebnisverbesserungen.“**

Gundolf Heger, verantwortlich für das Inhouse Coaching bei Volkswagen Deutschland



### Der Arbeitskreis Business Management

Im Arbeitskreis Business Management werden die vergangenen Perioden hinsichtlich der Renditesituation analysiert. Zudem werden Annahmen für die Zukunft getroffen, die eine zu erwartende Auftragslage und zu erwartende Kostenstrukturen zeichnen. Bei dieser Prognoseerstellung helfen Umfragen, die unter den Mitgliedern des VAPV durchgeführt werden. In einem weiteren Schritt identifizieren die Mitglieder des AK aus der Vergangenheit und den Prognosen Kostentreiber, sensibilisieren dahingehend den Konzern und bringen Ideen zur Kostenreduktion ein.



Andrea Michel-Lebeau



Kathrin Nethel



Daniela Gaus

Ihre betriebswirtschaftliche Expertise bringen Andrea Michel-Lebeau (Autohaus Michel), Kathrin Nethel (Autohaus Meinholt) und Daniela Gaus (Autocenter Gaus) in den Arbeitskreis Business Management ein.

**„Kein Rädchen und kein Kostenblock ist zu klein, um ihn nicht anzupacken.“**

*Andrea Michel-Lebeau, VAPV-Vorstandsmitglied und Sprecherin des Arbeitskreises Business Management*

### Das Projekt „RoS Performance Audi Handel DE“

wird auf Partnerverbandsseite von Andrea Michel-Lebeau (Autohaus Michel), Artan Statovci und seinen Mitarbeitern Annika Heusing und Sebastian Volz (Brass Gruppe), Jens Scheele und seinem Mitarbeiter Marwin Wilke (Senger Gruppe) und Stefan Reinhardt (AHG Gruppe) begleitet.

Zeitplan ambitioniert. Erste Optimierungsvorschläge sollen bereits im Dezember 2025 vorliegen.

Zum Schluss ein Aufruf in eigener Sache: Helfen Sie mit und reichen Sie gerne Ihre Vorschläge für Kostenreduzierungs-potenziale bei der Autorin (E-Mail: [ellen.schmidt@haendlerverband.de](mailto:ellen.schmidt@haendlerverband.de)) ein, die den Arbeitskreis Business Management und auch die Projektgruppe „RoS Performance Audi Handel DE“ auf Partnerverbandsseite koordiniert. //

Unsere Autorin ist Referentin Business Management beim VAPV.

Bildquelle: © Berlin & Cramer – [berlinundcramer.de](http://berlinundcramer.de)

**„Mit der Initiative RoS Performance wollen wir geeignete Treiber und Stellhebel bei Prozessen sowie der Leistungs- und Kostenseite identifizieren und gemeinsam umsetzen.“**



*Martin Wallenborn, verantwortlich für Business Management, Investor Relations bei der AUDI AG*



## Zahlen | Daten | Fakten

Bildquelle: © Halfpoint/Shutterstock.com

### Benchmark Q3/2025

Von Peter W. Plagens und Ingo Breitenfeld ■

## Weiterhin eine angespannte Rendite-Situation in 2025

Die von PlanAPP veröffentlichten Benchmark-Werte zeigen die sinkenden Renditen des Geschäftsjahres 2025 auf ...

GESAMTBETRIEB	09/2025		09/2024		09/2023		Δ 25 / 24	Δ 25 / 23
	TEUR	%	TEUR	%	TEUR	%		
Nettoerlöse	17.201	100,0	18.097	100,0	17.274	100,0	0,0	0,0
<b>Bruttogewinn</b>	<b>3.606</b>	<b>21,0</b>	<b>3.964</b>	<b>20,4</b>	<b>3.770</b>	<b>21,8</b>	<b>0,6</b>	<b>-0,9</b>
Summe Einzelkosten	-461	-2,7	-417	-2,3	-424	-2,5	-0,4	-0,2
<b>Deckungsbeitrag I</b>	<b>3.145</b>	<b>18,3</b>	<b>3.277</b>	<b>18,1</b>	<b>3.346</b>	<b>19,4</b>	<b>0,2</b>	<b>-1,1</b>
Summe Personalkosten	-1.655	-9,6	-1.642	-9,1	-1.568	-9,1	-0,5	-0,5
<b>Deckungsbeitrag II</b>	<b>1.490</b>	<b>8,7</b>	<b>1.635</b>	<b>9,0</b>	<b>1.778</b>	<b>10,3</b>	<b>-0,4</b>	<b>-1,6</b>
Summe direkte Betriebskosten	-498	-2,9	-522	-2,9	-499	-2,9	0,0	0,0
<b>Deckungsbeitrag III</b>	<b>992</b>	<b>5,8</b>	<b>1.113</b>	<b>6,2</b>	<b>1.279</b>	<b>7,4</b>	<b>-0,4</b>	<b>-1,6</b>
Summe Zinsen	-127	-0,7	-143	-0,8	-121	-0,7	0,1	0,0
<b>Deckungsbeitrag IV</b>	<b>864</b>	<b>5,0</b>	<b>970</b>	<b>5,4</b>	<b>1.158</b>	<b>6,7</b>	<b>-0,3</b>	<b>-1,7</b>
Summe indirekte Betriebskosten	-629	-3,7	-617	-3,4	-592	-3,4	-0,2	-0,2
Verwaltungskostenumlage	-21	-0,1	-27	-0,1	-24	-0,1	0,0	0,0
<b>Vorläufiger Betriebsergebnis</b>	<b>215</b>	<b>1,2</b>	<b>326</b>	<b>1,8</b>	<b>542</b>	<b>3,1</b>	<b>-0,6</b>	<b>-1,9</b>
Neutrales Ergebnis	6	0,0	23	0,1	-17	0,1	-0,1	0,1
<b>Unternehmensgewinn vor Steuern</b>	<b>221</b>	<b>1,3</b>	<b>350</b>	<b>1,9</b>	<b>525</b>	<b>3,0</b>	<b>-0,6</b>	<b>-1,8</b>

Tabelle 1: Benchmark Gesamtbetrieb – Der einliefernde Handels- oder Servicebetrieb vertritt mindestens eine Marke des Volkswagen Konzerns (Volkswagen Pkw, Volkswagen Nutzfahrzeuge, Audi, Škoda, SEAT) als Hauptmarke. Es erfolgt eine Gesamtmarkendarstellung, keine Einzelmarkendarstellung.

GESAMTBETRIEB	GESAMT		HANDELSBETRIEBE		SERVICEBETRIEBE	
	TEUR	%	TEUR	%	TEUR	%
Nettoerlöse	17.201	100,0	21.085	100,0	4.923	100,0
<b>Bruttogewinn</b>	<b>3.606</b>	<b>21,0</b>	<b>4.272</b>	<b>20,3</b>	<b>1.500</b>	<b>30,5</b>
Summe Einzelkosten	-461	-2,7	-587	-2,8	-65	-1,3
<b>Deckungsbeitrag I</b>	<b>3.145</b>	<b>18,3</b>	<b>3.686</b>	<b>17,5</b>	<b>1.435</b>	<b>29,1</b>
Summe Personalkosten	-1.655	-9,6	-1.920	-9,1	-819	-16,6
<b>Deckungsbeitrag II</b>	<b>1.490</b>	<b>8,7</b>	<b>1.766</b>	<b>8,4</b>	<b>617</b>	<b>12,5</b>
Summe direkte Betriebskosten	-498	-2,9	-597	-2,8	-184	-3,7
<b>Deckungsbeitrag III</b>	<b>992</b>	<b>5,8</b>	<b>1.168</b>	<b>5,5</b>	<b>433</b>	<b>8,8</b>
Summe Zinsen	-127	-0,7	-159	-0,8	-28	-0,6
<b>Deckungsbeitrag IV</b>	<b>864</b>	<b>5,0</b>	<b>1.009</b>	<b>4,8</b>	<b>405</b>	<b>8,2</b>
Summe indirekte Betriebskosten	-629	-3,7	-732	-3,5	-305	-6,2
Verwaltungskostenumlage	-21	-0,1	-25	-0,1	-8	-0,2
<b>Vorläufiger Betriebsergebnis</b>	<b>215</b>	<b>1,2</b>	<b>252</b>	<b>1,2</b>	<b>95</b>	<b>1,9</b>
Neutrales Ergebnis	6	0,0	7	0,0	3	0,1
<b>Unternehmensgewinn vor Steuern</b>	<b>221</b>	<b>1,3</b>	<b>259</b>	<b>1,2</b>	<b>98</b>	<b>2,0</b>

Tabelle 2: Benchmark Gesamtbetrieb nach Vertragsstatus – Der einliefernde Handels- oder Servicebetrieb vertritt mindestens eine Marke des Volkswagen Konzerns (Volkswagen Pkw, Volkswagen Nutzfahrzeuge, Audi, Škoda, SEAT) als Hauptmarke. Es erfolgt eine Gesamtmarkendarstellung, keine Einzelmarkendarstellung.

### Umsatzrendite vor Steuern (kumuliert in Relation zu Nettoerlösen)

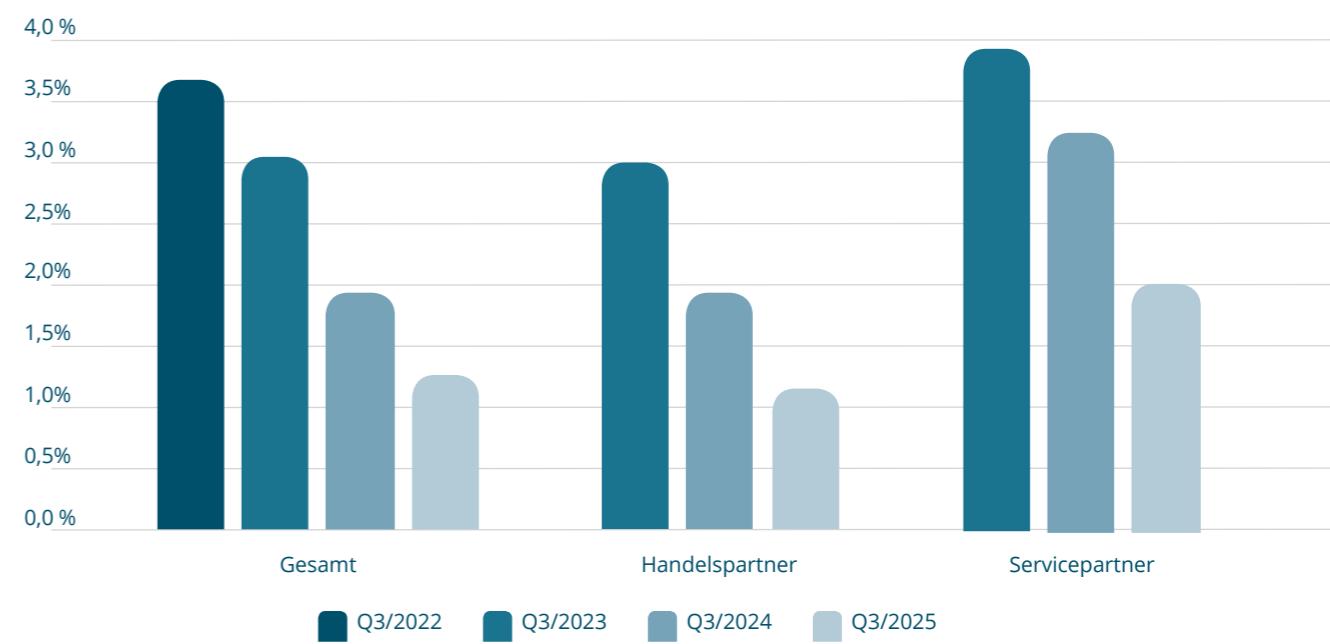


Diagramm 1: Umsatzrenditen vor Steuern – Der einliefernde Handels- oder Servicebetrieb vertritt mindestens eine Marke des Volkswagen Konzerns (Volkswagen Pkw, Volkswagen Nutzfahrzeuge, Audi, Škoda, SEAT) als Hauptmarke. Es erfolgt eine Gesamtmarkendarstellung, keine Einzelmarkendarstellung. Hinweis: Eine Aufteilung nach Handels- und Servicebetrieben wurde im Jahr 2022 noch nicht vorgenommen.

## Ergebnisse im Bereich Sales

NEUWAGEN	09/2025		09/2024		09/2023		Δ 25 / 24	Δ 25 / 23
	TEUR	%	TEUR	%	TEUR	%	%	%
Nettoerlöse	5.234	100,0	5.196	100,0	4.939	100,0	0,0	0,0
<b>Bruttogewinn</b>	<b>940</b>	<b>18,0</b>	<b>916</b>	<b>17,6</b>	<b>1.020</b>	<b>20,7</b>	<b>0,3</b>	<b>-2,7</b>
Summe Einzelkosten	-287	-5,5	-240	-4,6	-253	-5,1	-0,9	-0,4
<b>Deckungsbeitrag I</b>	<b>653</b>	<b>12,5</b>	<b>677</b>	<b>13,0</b>	<b>767</b>	<b>15,5</b>	<b>-0,6</b>	<b>-3,1</b>
Summe Personalkosten	-297	-5,7	-293	-5,6	-297	-6,0	0,0	0,4
<b>Deckungsbeitrag II</b>	<b>356</b>	<b>6,8</b>	<b>384</b>	<b>7,4</b>	<b>469</b>	<b>9,5</b>	<b>-0,6</b>	<b>-2,7</b>
Summe direkte Betriebskosten	-183	-3,5	-192	-3,7	-177	-3,6	-0,2	0,1
<b>Deckungsbeitrag III</b>	<b>173</b>	<b>3,3</b>	<b>191</b>	<b>3,7</b>	<b>292</b>	<b>5,9</b>	<b>-0,4</b>	<b>-2,6</b>

Tabelle 3: Benchmark Neuwagen – Der einliefernde Handels- oder Servicebetrieb vertritt mindestens eine Marke des Volkswagen Konzerns (Volkswagen Pkw, Volkswagen Nutzfahrzeuge, Audi, Škoda, SEAT) als Hauptmarke. Es erfolgt eine Gesamtmarkendarstellung, keine Einzelmarkendarstellung.

GEBRAUCHTWAGEN	09/2025		09/2024		09/2023		Δ 25 / 24	Δ 25 / 23
	TEUR	%	TEUR	%	TEUR	%	%	%
Nettoerlöse	7.587	100,0	8.755	100,0	8.341	100,0	0,0	0,0
<b>Bruttogewinn</b>	<b>692</b>	<b>9,1</b>	<b>766</b>	<b>8,7</b>	<b>774</b>	<b>9,3</b>	<b>0,4</b>	<b>-0,2</b>
Summe Einzelkosten	-154	-2,0	-160	-1,8	-150	-1,8	-0,2	-0,2
<b>Deckungsbeitrag I</b>	<b>538</b>	<b>7,1</b>	<b>606</b>	<b>6,9</b>	<b>624</b>	<b>7,5</b>	<b>0,2</b>	<b>-0,4</b>
Summe Personalkosten	-219	-2,9	-217	-2,5	-205	-2,5	-0,4	0,4
<b>Deckungsbeitrag II</b>	<b>319</b>	<b>4,2</b>	<b>389</b>	<b>4,4</b>	<b>419</b>	<b>5,0</b>	<b>-0,2</b>	<b>-0,8</b>
Summe direkte Betriebskosten	-87	-1,1	-85	-1,0	-89	-1,1	-0,2	-0,1
<b>Deckungsbeitrag III</b>	<b>232</b>	<b>3,1</b>	<b>304</b>	<b>3,5</b>	<b>330</b>	<b>4,0</b>	<b>-0,4</b>	<b>-0,9</b>

Tabelle 4: Benchmark Gebrauchtwagen – Der einliefernde Handels- oder Servicebetrieb vertritt mindestens eine Marke des Volkswagen Konzerns (Volkswagen Pkw, Volkswagen Nutzfahrzeuge, Audi, Škoda, SEAT) als Hauptmarke. Es erfolgt eine Gesamtmarkendarstellung, keine Einzelmarkendarstellung.



## Ergebnisse im Bereich After Sales

KUNDENDIENST	09/2025		09/2024		09/2023		Δ 25 / 24	Δ 25 / 23
	TEUR	%	TEUR	%	TEUR	%	%	%
Nettoerlöse	1.702	100,0	1.720	100,0	1.663	100,0	0,0	0,0
<b>Bruttogewinn</b>	<b>1.122</b>	<b>65,9</b>	<b>1.116</b>	<b>64,9</b>	<b>1.092</b>	<b>65,7</b>	<b>1,0</b>	<b>0,3</b>
Summe Einzelkosten	-13	-0,8	-12	-0,7	-15	-0,9	-0,1	0,1
<b>Deckungsbeitrag I</b>	<b>1.108</b>	<b>65,1</b>	<b>1.104</b>	<b>64,2</b>	<b>1.077</b>	<b>64,8</b>	<b>0,9</b>	<b>0,3</b>
Summe Personalkosten	-599	-35,2	-587	-34,1	-554	-33,3	-1,1	-1,9
<b>Deckungsbeitrag II</b>	<b>509</b>	<b>29,9</b>	<b>518</b>	<b>30,1</b>	<b>523</b>	<b>31,4</b>	<b>-0,2</b>	<b>-1,5</b>
Summe direkte Betriebskosten	-112	-6,6	-120	-7,0	-115	-6,9	0,4	0,3
<b>Deckungsbeitrag III</b>	<b>397</b>	<b>23,3</b>	<b>397</b>	<b>23,1</b>	<b>408</b>	<b>24,5</b>	<b>0,2</b>	<b>-1,2</b>

Tabelle 5: Benchmark Kundendienst – Der einliefernde Handels- oder Servicebetrieb vertritt mindestens eine Marke des Volkswagen Konzerns (Volkswagen Pkw, Volkswagen Nutzfahrzeuge, Audi, Škoda, SEAT) als Hauptmarke. Es erfolgt eine Gesamtmarkendarstellung, keine Einzelmarkendarstellung.

TEILEDIENST	09/2025		09/2024		09/2023		Δ 25 / 24	Δ 25 / 23
	TEUR	%	TEUR	%	TEUR	%	%	%
Nettoerlöse	2.074	100,0	2.058	100,0	2.018	100,0	0,0	0,0
<b>Bruttogewinn</b>	<b>667</b>	<b>32,2</b>	<b>689</b>	<b>33,5</b>	<b>680</b>	<b>33,7</b>	<b>-1,3</b>	<b>-1,5</b>
Summe Einzelkosten	-4	-0,2	-4	-0,2	-5	-0,2	0,0	0,1
<b>Deckungsbeitrag I</b>	<b>663</b>	<b>32,0</b>	<b>685</b>	<b>33,3</b>	<b>675</b>	<b>33,4</b>	<b>-1,3</b>	<b>-1,5</b>
Summe Personalkosten	-313	-15,1	-306	-14,9	-300	-14,9	-0,2	-0,2
<b>Deckungsbeitrag II</b>	<b>350</b>	<b>16,9</b>	<b>379</b>	<b>18,4</b>	<b>375</b>	<b>18,6</b>	<b>-1,5</b>	<b>-1,7</b>
Summe direkte Betriebskosten	-21	-1,0	-22	-1,1	-22	-1,1	0,1	0,1
<b>Deckungsbeitrag III</b>	<b>329</b>	<b>15,9</b>	<b>357</b>	<b>17,3</b>	<b>353</b>	<b>17,5</b>	<b>-1,5</b>	<b>-1,6</b>

Tabelle 6: Benchmark Teiledienst – Der einliefernde Handels- oder Servicebetrieb vertritt mindestens eine Marke des Volkswagen Konzerns (Volkswagen Pkw, Volkswagen Nutzfahrzeuge, Audi, Škoda, SEAT) als Hauptmarke. Es erfolgt eine Gesamtmarkendarstellung, keine Einzelmarkendarstellung.

## Ergebnisverteilung (Umsatzrenditen vor Steuern)

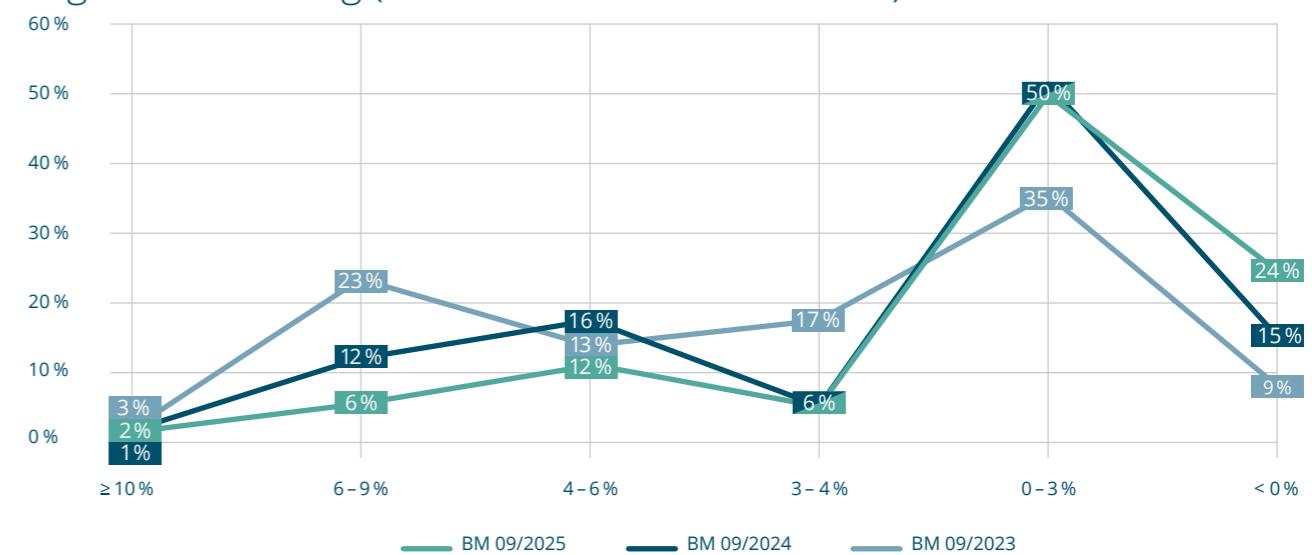


Diagramm 2: Ergebnisverteilung – Der einliefernde Handels- oder Servicebetrieb vertritt mindestens eine Marke des Volkswagen Konzerns (Volkswagen Pkw, Volkswagen Nutzfahrzeuge, Audi, Škoda, SEAT) als Hauptmarke. Es erfolgt eine Gesamtmarkendarstellung, keine Einzelmarkendarstellung.

## Anteile Deckungsbeitrag III

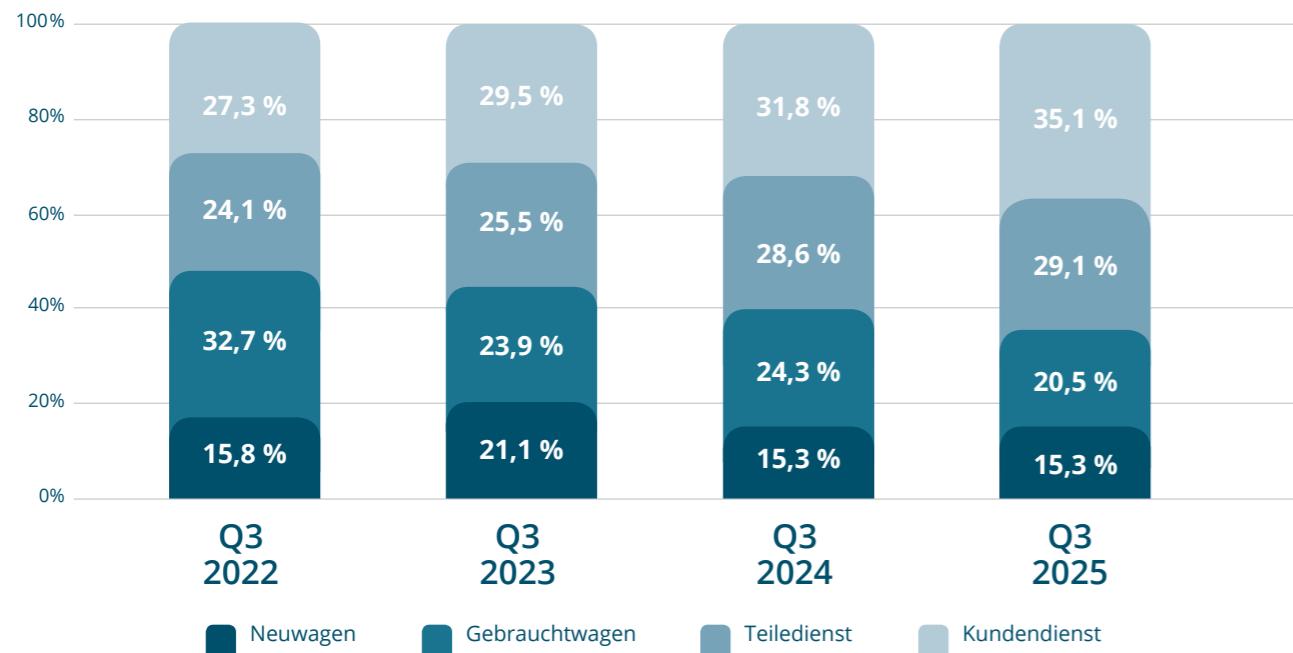


Diagramm 3: Deckungsbeitrag III – Der einliefernde Handels- oder Servicebetrieb vertritt mindestens eine Marke des Volkswagen Konzerns (Volkswagen Pkw, Volkswagen Nutzfahrzeuge, Audi, Škoda, SEAT) als Hauptmarke. Es erfolgt eine Gesamtmarkendarstellung, keine Einzelmarkendarstellung.

## Fazit und Ausblick

Mit der Benchmark-Auswertung für die ersten drei Quartale 2025 zeigt sich, dass es weiterhin zu einer angespannten Renditesituation kommt. Dies zeigt sich auch in der Ergebnisverteilung innerhalb der PlanAPP-Kunden: Wie schon im Halbjahres-Vergleich konnten über ein Viertel der Unternehmen kein positives Ergebnis erzielen (vgl. Diagramm 2). Damit kommt es auch nach neun Monaten zu einer deutlichen Verschärfung ggü. den Vorjahren.

Vor allem der SALES-Bereich kann bei den Deckungsbeiträgen weiterhin nicht die Ergebnisse wie in den beiden Vorjahren erzielen. Damit sinkt der DB III weiterhin konstant (vgl. Tabellen 3 und 4) und auch der SALES-Anteil am Gesamt-Deckungsbeitrag III sinkt kontinuierlich auf aktuell ca. 35 Prozent (vgl. Diagramm 3). Damit erwirtschaftet der After-Sales-Bereich in den Voll-Funktionsbetrieben wieder annähernd 2/3 Prozent des Gesamt-Deckungsbeitrages und gewinnt weiterhin deutlich an Gewicht.


**Hinweis**

412 Kunden von PlanApp liefern die Datenbasis der oben dargestellten Auswertung auf Gesamtbetriebsebene. Diese Kunden vertreten mindestens eine Hauptmarke des Volkswagen Konzerns (Volkswagen Pkw, Volkswagen Nutzfahrzeuge, Audi, Škoda, SEAT) – als Handels- oder Servicebetrieb.

Bei den vorliegenden Daten handelt es sich um eine Teilmenge der Volkswagen und Audi Organisation, die nicht markenindividuell ausgewertet wird. Die Daten lassen entsprechend nur bedingte Rückschlüsse für die vom VAPV vertretenen Partnernetze bzw. für einzelne Marken zu. Die ausgewiesenen Durchschnittswerte wurden auf Grundlage der vom Händler/ Servicepartner eingespielten FACT-Daten ermittelt.

## Weitere Details zum Thema

PlanAPP bietet quartalsweise Benchmark-Auswertungen zum Download oder als Teil der Auswertungen an. Dazu kann neben der Grundversion einfach das Modul Benchmark hinzugebucht werden. Für eine Version inkl. Benchmark- und Kennzahlenmodul gibt es auch einen vergünstigten Vollversionspreis.

Mehr Informationen dazu finden Sie unter [www.planapp.de](http://www.planapp.de)



schneller. besser.



**DIE LÖSUNG FÜR**

**... moderne Autovermietung**

- Mietvertrag in 2 Minuten**
- Digitaler Check-In / Check-Out**
- Automatisierte MV-Abrechnung**
- Fuhrparkverwaltung**
- Schadenverwaltung**

**... modernes Schadenmanagement**

- 24/7 Schadensteuerung bundesweit**
- + 40 Schnittstellen zu DMS**
- Beauftragung der Dienstleister auf Knopfdruck**
- Echtzeit-Statistik & volle Transparenz**
- Schnittstelle zu bezahl.de**

**Jetzt Termin vereinbaren!**



AUTOBUSINESS | Dezember 2025

www.carento.de

Kontakt:  
[vertrieb@carento.de](mailto:vertrieb@carento.de)



## Zahlen | Daten | Fakten

Bildquelle: © VAKS-Stock Agency/Shutterstock.com

Von Dr. Bastian Grün

# Quartalscheck AutoScout24-Marktanalyse

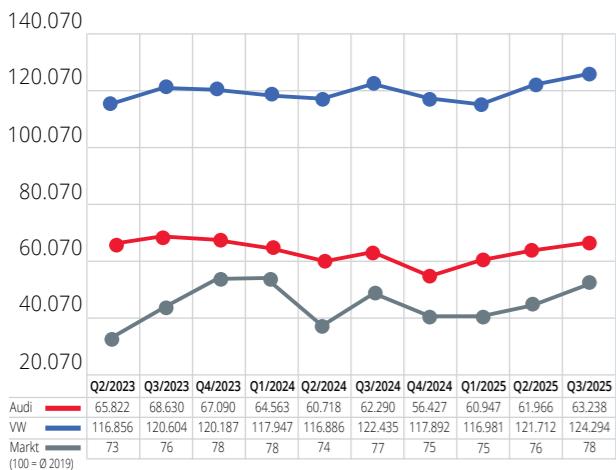
Die exklusive Auswertung von AutoScout24 zeigt: Der Gebrauchtwagenmarkt präsentiert sich im dritten Quartal 2025 robust. Die Modelle von Volkswagen und Audi behaupten sich preislich besser als der Gesamtmarkt – allen voran der Volkswagen Touran, der binnen eines Jahres um fast 20 Prozent zulegt. Unter den 15 beliebtesten Gebrauchtwagen gibt der Volkswagen Konzern auch in Q3 wieder mit sieben Bestplatzierungen den Ton an. Im Elektrosegment zeigt sich ein gemischtes Bild: Während der Volkswagen ID.3 an Wert gewinnt, verzeichnet der ID.5 als junger Gebrauchtwagen einen deutlichen Preiseinbruch.

### Gebrauchtwagenangebot

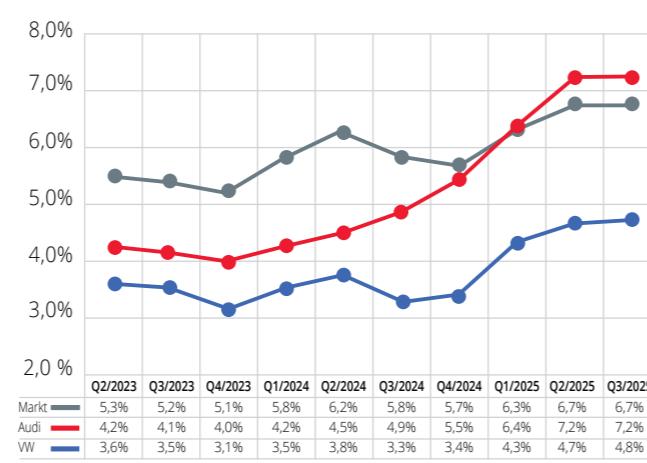
Im dritten Quartal 2025 standen auf AutoScout24 durchschnittlich rund 124.000 gebrauchte Volkswagen und 63.000 gebrauchte Audi zum Verkauf – ein Plus von rund zwei Prozent zum Vorquartal und gut eineinhalb Prozent zum Vorjahr. Der Gesamtmarkt legte im gleichen Zeitraum um 1,9 Prozent bzw. 2,9 Prozent zu. Die Angebotslage wächst, getrieben durch mehr Leasingrückläufer und

eine stabilisierte Neuwagenproduktion. Das sorgt für eine leichte Entspannung am Markt, aber auch für höheren Wettbewerbsdruck bei Händlern. Die Beschaffung geeigneter Fahrzeuge bleibt herausfordernd. Der Anteil elektrischer Modelle wächst weiter: Bei Audi liegt er inzwischen bei 7,2 Prozent (Vorjahr 4,9 Prozent), bei Volkswagen bei 4,8 Prozent (Vorjahr 3,3 Prozent).

Grafik 1: Angebotsentwicklung



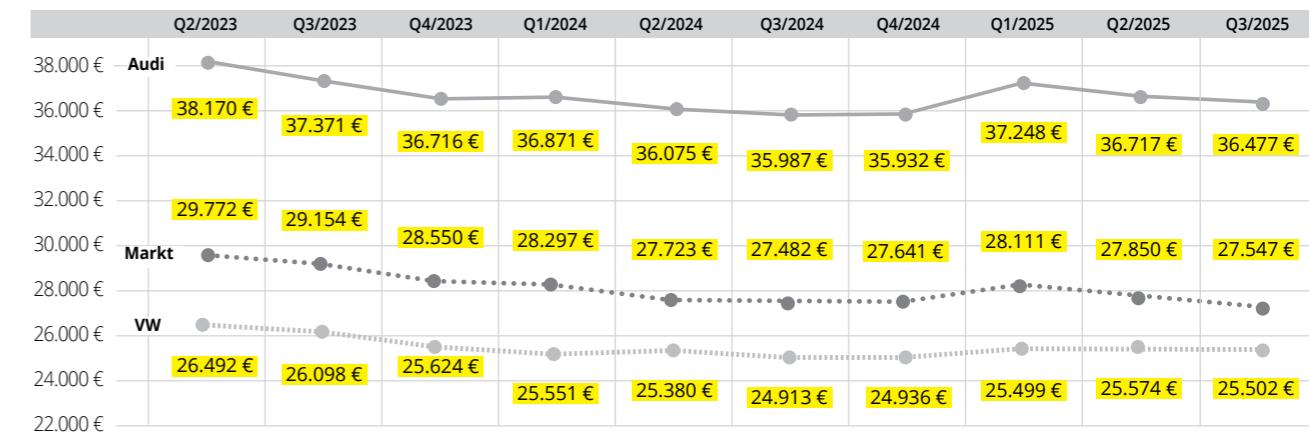
Grafik 2: Elektroanteil



### Durchschnittliche Gebrauchtwagenpreise im Quartalsvergleich

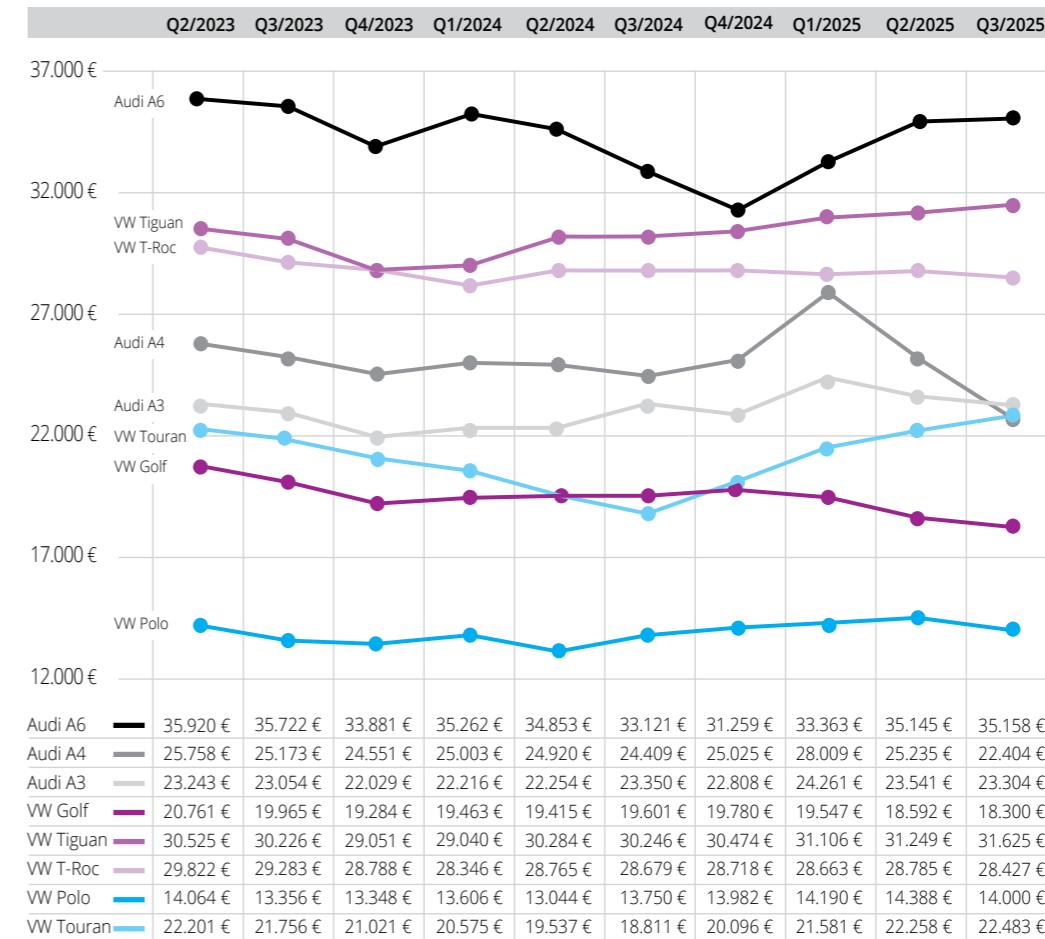
Die durchschnittlichen Gebrauchtwagenpreise gaben im dritten Quartal leicht nach, bleiben im Jahresvergleich aber stabil. Im Gesamtmarkt lag der Durchschnittspreis bei 27.547 Euro, rund 1,1 Prozent niedriger als im Vorquartal, aber 0,2 Prozent über dem Vorjahresniveau. Audi Modelle erzielten im Schnitt 36.477 Euro (-0,7 Prozent gegenüber Q2, +1,4 Prozent im Jahresvergleich).

Volkswagen Fahrzeuge lagen mit 25.502 Euro nur geringfügig unter dem Vorquartal (-0,3 Prozent), aber 2,4 Prozent über dem Vorjahr. Damit zeigen sich die Marken des Konzerns im Preisniveau nach wie vor überdurchschnittlich stabil. Die Durchschnittspreise werden dabei weiterhin durch das steigende Angebot an höherpreisigen, gebrauchten Elektrofahrzeugen gestützt.



Grafik 3: Preisentwicklung

### Durchschnittspreise ausgewählter Modelle von Volkswagen und Audi



Grafik 4: Preisentwicklung nach Modellen

Die einzelnen Modelle entwickeln sich unterschiedlich: Der Volkswagen Touran legt um 20 Prozent zu, der Tiguan steigt um 4,6 Prozent, der Golf verliert 6,6 Prozent. Bei Audi gewinnt der A6 6,2 Prozent, während A4 (-8,2 Prozent) und A3 (-0,2 Prozent) nachgeben. Ein möglicher Erklärungsansatz: Der Modellwechsel beim Audi A4 dürfte den Markt mit jungen Gebrauchten geflutet haben. Ähnliches gilt beim Volkswagen Golf, der bewusst in hoher Stückzahl produziert wurde, um Kapazitäten im Stammwerk Wolfsburg auszulasten. Dieses zusätzliche Angebot drückt nun die Preise. Umgekehrt zeigen Touran und A6, dass Modelle mit weniger attraktiven Neuwagenaktionen der jüngeren Vergangenheit tendenziell knapper verfügbar sind – was sich in steigenden Preisen niederschlägt. Der Touran bleibt ein Ausreißer nach oben, was auf ein besonders knappes Angebot hindeutet.

## Preisentwicklung ausgewählter E-Modelle von Volkswagen und Audi

Im Elektrosegment zeigen sich deutliche Unterschiede: Der Volkswagen ID.3 (Durchschnittspreis 31.109 Euro) gewinnt sowohl im Quartals- (+6 Prozent) als auch im Jahresvergleich (+4 Prozent) an Wert, während der ID.5 bei jungen Gebrauchten unter einem Jahr spürbar verliert (36.507 Euro, -21 Prozent zum Vorquartal, -29 Prozent zum Vorjahr). Eine Erklärung liegt im Preisgefüge und der Nachfrage: Wahr steigt das Interesse an batterieelektrischen Fahr-

zeugen zunehmend, doch vor allem erschwinglichere Modelle wie der ID.3 profitieren von einer wachsenden Nachfrage, während höherpreisige Varianten wie der ID.5 stärker unter Druck geraten. Audi Q4 e-tron und Volkswagen ID.4 zeigen sich über alle Alterssegmente hinweg weitgehend stabil. Der Gebrauchtmärkt für E-Autos wächst, bleibt aber sensibel – gezielte Leasing- und Finanzierungsangebote gewinnen für Händler an Bedeutung.

		Q3/2023	Q3/2024	2023-2024 (Q3)	Q2/2025	Q3/2025	2024-2025 (Q3)	Q2-Q3 (2025)
VW ID.3	< 1 Jahr	38.106 €	41.038 €	+8 %	45.750 €	44.925 €	+9 %	-2 %
	1 - 2,9 Jahre	30.808 €	29.843 €	-3 %	29.416 €	31.109 €	+4 %	+6 %
	3+ Jahre	31.156 €	23.540 €	-24 %	21.599 €	21.204 €	-10 %	-2 %
VW ID.4	< 1 Jahr	47.092 €	47.067 €	0 %	47.833 €	44.113 €	-6 %	-8 %
	1 - 2,9 Jahre	39.488 €	37.614 €	-5 %	35.177 €	34.848 €	-7 %	-1 %
	3+ Jahre		31.479 €		28.099 €	27.668 €	-12 %	-2 %
VW ID.5	< 1 Jahr	49.467 €	51.178 €	+3 %	46.216 €	36.507 €	-29 %	-21 %
	1 - 2,9 Jahre	49.107 €	41.304 €	-16 %	37.455 €	36.507 €	-12 %	-3 %
	3+ Jahre				33.523 €			
Audi Q4 e-tron	< 1 Jahr	56.151 €	54.780 €	-2 %	50.850 €	50.812 €	-7 %	0 %
	1 - 2,9 Jahre	53.506 €	42.624 €	-20 %	41.888 €	39.128 €	-8 %	-7 %
	3+ Jahre		41.665 €		33.767 €	32.020 €	-23 %	-5 %

Grafik 5: Preisentwicklung nach E-Modellen

## Die beliebtesten Gebrauchtwagen in Q3 2025

Die Volkswagen Gruppe dominiert weiterhin die Rangliste der beliebtesten Gebrauchtwagen auf Basis der Kaufanfragen: Sieben der 15 Top-Modelle stammen aus dem Konzern. An der Spitze behauptet sich auch im dritten Quartal wieder der Volkswagen Golf vor Mercedes-Benz und BMW.

Der Audi A4 rangiert aktuell auf Platz 6 und macht damit zwei Plätze gut im Vergleich zum Vorquartal. Neu ins Ranking schafft es der Volkswagen Polo und löst damit den Volkswagen Passat auf Platz 15 ab.

Rang	Q2/2024	Q3/2024	Q2/2025	Q3/2025
1	VW Golf	VW Golf	VW Golf	VW Golf
2	MB C	MB C	MB C	MB C
3	MB E	MB E	MB E	MB E
4	BMW 3er	BMW 3er	BMW 3er	BMW 3er
5	BMW 5er	Audi A4	BMW 5er	BMW 5er
6	Audi A6	Audi A6	VW Tiguan	Audi A4
7	VW Tiguan	BMW 5er	Audi A6	VW Tiguan
8	Audi A4	VW Tiguan	Audi A4	Audi A6
9	VW Touran	VW Touran	VW Touran	VW Touran
10	Audi A3	Audi A3	MB A	Opel Astra
11	MB A	MB A	Opel Astra	Ford Focus
12	BMW 1er	Opel Astra	BMW 1er	MB A
13	Opel Astra	BMW 1er	Ford Focus	Audi A3
14	VW Passat	Ford Focus	Audi A3	BMW 1er
15	Ford Focus	VW Polo	VW Passat	VW Polo

Grafik 6:  
Beliebtheitsranking



Bildquelle: © Summit Art Creations/Shutterstock.com

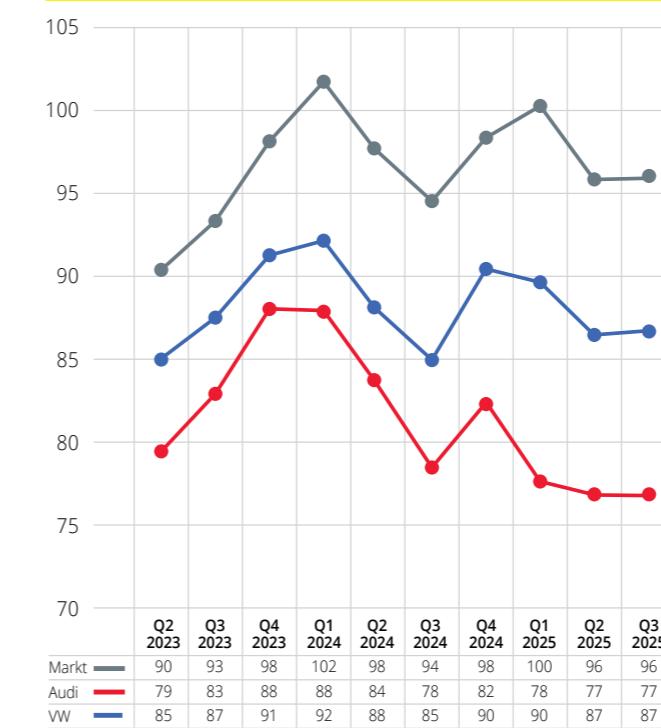
## Standage von Volkswagen und Audi Gebrauchtwagen

Im Gesamtmarkt standen Fahrzeuge im Schnitt 55 Tage bis zum Verkauf – zwei Tage kürzer als im Vorquartal, aber drei Tage länger als vor einem Jahr. Audi lag mit 55 Tagen gleichauf, während bei Volkswagen Modellen 54 Tage zwischen Veröffentlichung eines Inserats und Verkauf vergingen. Im Jahresvergleich drehen die Fahrzeuge jedoch etwas langsamer: Bei beiden Marken dauert es im Schnitt vier Tage länger als noch vor einem Jahr. Beim Lageralter

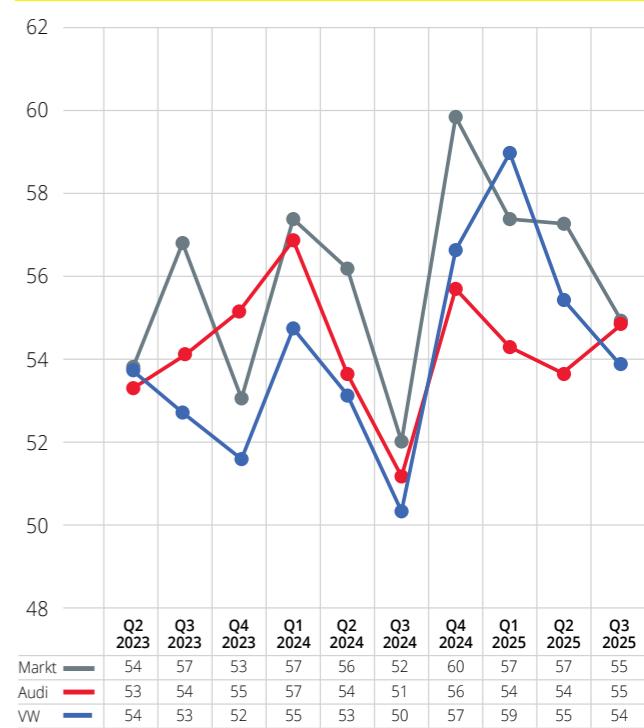
zeigen sich beide Marken in einer gesunden Struktur. Während der durchschnittliche Gebrauchtwagenbestand im Gesamtmarkt derzeit 96 Tage alt ist, liegt der Volkswagen Bestand bei 87 Tagen, der von Audi bei 77 Tagen. //

Unser Autor ist Senior Director Sales Strategy & Operations bei AutoScout24.

Grafik 7: Durchschnittliches Alter des Lagerbestands



Grafik 8: Durchschnittliche Tage bis zum Verkauf



# APS - die wirtschaftliche Kraft des Partnerverbands

Von AUTOBUSINESS ■

Im Gespräch erläutern Alexander Sauer-Wagner, Vorsitzender des VAPV, und Sebastian Struck, Geschäftsführer der Autobusiness Partner Service GmbH (kurz: APS), die wichtige Aufgabe der verbandseigenen APS für die Mitglieder.

► **AUTOBUSINESS:** Herr Sauer-Wagner, der Volkswagen und Audi Partnerverband versteht sich als starke Stimme des Handels. Welche Rolle spielt die APS innerhalb dieses Verbandsgefüges – und warum ist sie so wichtig für die Mitglieder?

**Alexander Sauer-Wagner:** Die APS ist eine zentrale Säule im Verbundverbund. Wir bündeln die Schwarmintelligenz unseres Netzwerks, verbinden die Nähe zum Hersteller mit der gelebten Praxis in den Autohäusern und leiten daraus sehr konkrete Handlungsfelder ab. Unser Ziel ist es, die Bereiche zu identifizieren, in denen Prozesse verbessert, Systeme vereinfacht und wirtschaftliche Bedingungen optimiert werden können. Gleichzeitig nutzen wir die Größe unseres Netzwerks, um Preis- und Konditionsvorteile zu erzielen. Die APS schafft damit einen spürbaren Mehrwert für die Betriebe.

► **AUTOBUSINESS:** Herr Struck, wie würden Sie das Selbstverständnis der APS in wenigen Worten beschreiben?

**Sebastian Struck:** Wir handeln ganz klar nach dem Prinzip: von der Organisation für die Organisation. Jede Aktivität der APS muss

einen konkreten Nutzen für unsere Mitglieder stiften. Unser Anspruch ist es, Impulse zu setzen, die direkt zur Weiterentwicklung des Geschäftsmodells Autohaus beitragen – operativ, praxistauglich und auf Basis realer Herausforderungen aus dem Handel.

► **AUTOBUSINESS:** Der Automobilhandel steht vor tiefgreifenden Veränderungen – Elektromobilität, neue Vertriebsmodelle, Digitalisierung. Wie beeinflusst das die Arbeit des Partnerverbands und der APS?

**Alexander Sauer-Wagner:** Wenn man Elektromobilität als Beispiel nimmt, wird deutlich: Ein E-Fahrzeug benötigt antriebsbedingt weniger Service als ein klassischer Verbrenner. Das verändert das gesamte wirtschaftliche Gefüge der Partnerbetriebe.

► **AUTOBUSINESS:** Viele Mitglieder wissen, dass die APS attraktive Konditionen verhandelt. Können Sie ein Beispiel nennen, wie ein Betrieb heute konkret profitiert?

**Sebastian Struck:** Sehr gerne. Bei unserer

identifizierten Herausforderungen in passende Kooperationen, Werkzeuge und – ganz neu – Bildungsangebote über unsere APS-Akademie. Alles, was wir tun, geht von einem realen Bedarf unserer Mitglieder aus.

► **AUTOBUSINESS:** Was unterscheidet die APS von klassischen Dienstleistern oder Einkaufsplattformen?

**Sebastian Struck:** Wir verfolgen einen klaren Qualitätsanspruch: Eine Kooperation kommt für uns nur infrage, wenn zuvor ein echter Bedarf im Netzwerk identifiziert wurde. Wir nehmen nicht jedes Angebot an, das optisch attraktiv wirkt. Entscheidend ist, dass die Lösung einen messbaren Nutzen für den Autohaus-Alltag bietet.

► **AUTOBUSINESS:** Viele Mitglieder wissen, dass die APS attraktive Konditionen verhandelt. Können Sie ein Beispiel nennen, wie ein Betrieb heute konkret profitiert?

**Sebastian Struck:** Sehr gerne. Bei unserer

Cooperation mit PERSOX erhalten Mitglieder beispielsweise einen Kickback von 50 Prozent auf die Einrichtungsgebühr – direkt über die APS. Oder nehmen Sie die Zusammenarbeit mit RWKMP: Dort profi-



Alexander Sauer-Wagner



Sebastian Struck

tieren unsere Mitglieder regelmäßig von Sonderkonditionen auf Schulungen und Veranstaltungen. Eine vollständige Übersicht aller Vorteile finden die Mitglieder in unserem geschützten Bereich auf haendlerverband.de – machen Sie sich selbst ein Bild und sprechen Sie uns an, wenn aus Ihrer Sicht etwas fehlt!

► **AUTOBUSINESS:** Wie stellen Sie sicher, dass Qualität, Preis und Nutzen eines potenziellen Partners wirklich stimmen?

**Sebastian Struck:** Jeder Kooperationspartner durchläuft eine sorgfältige Vorprüfung. Wir evaluieren Angebote gemeinsam mit den jeweiligen Fachreferenten aus dem Verband und hinterfragen Nutzen, Qualität und Wirtschaftlichkeit sehr kritisch. Erst wenn diese internen Kriterien erfüllt sind, wird ein Angebot Teil unseres Netzwerks.

► **AUTOBUSINESS:** Welchen Beitrag leisten die APS-Erlöse für das Verbandsbudget?

**Alexander Sauer-Wagner:** Unsere Erlösstruktur verfolgt zwei klare Ziele. Erstens wollen wir gerade in wirtschaftlich anspruchsvollen Zeiten den Anteil der Mitgliedsbeiträge an der Verbandsfinanzie-

rung entlasten. Zweitens fließen die Mittel direkt in die Leistungsfähigkeit des Verbands zurück – zugunsten aller Mitglieder.

► **AUTOBUSINESS:** Welche Projekte treiben Sie aktuell besonders voran, um die Händlerbetriebe zukunftsstark aufzustellen?

**Sebastian Struck:** Unser jüngstes Projekt ist die APS-Akademie. Viele Betriebe standen vor

nau auf die Anforderungen des Handels abzustimmen. So entsteht ein Gleichgewicht, das allen Beteiligten zugutekommt.

► **AUTOBUSINESS:** Zum Schluss: Wie würden Sie einem Autohaus, das noch kein Verbandsmitglied ist, in einem Satz erklären, warum sich die Mitgliedschaft lohnt?

**Alexander Sauer-Wagner:** Als Teil eines starken Netzwerks profitieren Sie von einer Interessenvertretung, die Ihre wirtschaftlichen Rahmenbedingungen spürbar verbessert – ergänzt um wichtige Informationen, einen verlässlichen Ansprechpartner und maßgeschneiderte Impulse für Ihren Betrieb. //

 **Weitere Informationen**

Alle APS-Kooperationen auf einen Blick



# So starten Autohäuser jetzt mit KI durch

Künstliche Intelligenz ist längst Teil unserer Realität. Tools wie ChatGPT werden immer stärker genutzt, um Ideen zu entwickeln oder Texte zu formulieren. Doch geht es um die Einführung von KI im Autohaus, prägen neben der Begeisterung auch oft ungeklärte Fragen das Bild. Eine Anleitung zum Roll-Out.

Von Sophie Fortschneider

Die Fragen rund um KI sind vielfältig. Was ist mit den Datenschutzvorgaben? Welches ist das richtige Tool? Wo sind die (rechtlichen) Grenzen? Viele Projekte starten euphorisch, verlaufen dann aber doch im Sand. Das ist kein Zufall. In der Praxis zeigt sich: Der Engpass liegt nicht in der Technologie, sondern in der Strategie, mit der KI im Autohaus implementiert wird: dem Roll-out. Häufig fehlt schlicht ein klares Konzept. So wird KI zur Einzelmaßnahme ohne nachhaltige Wir-

kung im Tagesgeschäft. Während manche Mitarbeitenden begeistert experimentieren, bleiben andere außen vor. Die Folgen sind Wissensinseln, Unsicherheit, im schlimmsten Fall: Ablehnung. Und genau dadurch verlieren Autohäuser wertvolle Zeit- und Effizienzpotenziale.

Denn fehlt ein klares Konzept, wird KI zur Einzelmaßnahme ohne nachhaltige Wirkung im Tagesgeschäft. Während manche Mitarbeiter begeistert experimentieren,

bleiben andere außen vor. Es entstehen Wissensinseln, Unsicherheit und im schlimmsten Fall: Ablehnung. Und genau dadurch verlieren Autohäuser wertvolle Zeit- und Effizienzpotenziale.

## Wenn eine KI das Autohaus wirklich versteht

Aus all diesen Gründen wurde das KI-Tool CARvinci® entwickelt: Die erste datenschutzkonforme Autohaus-KI, die speziell für die Prozesse und alltäglichen Abläufe

## Exklusiv für VAPV-Mitglieder: Ihre Vorteile auf einen Blick

### 1. Zertifizierte Ausbildung zum Autohaus-KI-Manager im Wert von 5.599 Euro kostenlos

Mit dieser Ausbildung holen Sie sich nachhaltiges KI-Know-how direkt in Ihr Autohaus. Der KI-Manager wird zur Schlüsselfigur der Transformation: Neben der gezielten Anwendung von CARvinci® erhält er kostenlos Zugang zu exklusiven Schulungen über Themen wie Prozessautomatisierung und moderne Arbeitsorganisation im Autohaus. So entstehen KI-Prozesse sowie Strukturen, die Zeit sparen und Abläufe dauerhaft vereinfachen.

### 2. Persönliche Betreuung durch Ihren Key Account Manager

Für alle Fragen rund um den Einsatz von CARvinci® im Autohaus steht Ihnen einer unserer Key Account Manager zur Seite. Er begleitet Sie bei der Umsetzung und unterstützt Sie bei Ihrem Weg auf die Überholspur.

### 3. Teilhabe an einem starken Netzwerk

Mit CARvinci® werden Sie Teil eines stetig wachsenden Kreises aus Autohausentscheidern, die gemeinsam an einem Ziel arbeiten: KI erfolgreich, sicher und wirtschaftlich im Tagesgeschäft unserer Autohäuser zu verankern.



Starten auch Sie in eine effizientere Zukunft:  
[www.carvinci.ai](http://www.carvinci.ai)



im Autohaus geschaffen wurde. Entwickelt in enger Zusammenarbeit mit mehr als 30 Autohäusern, ist CARvinci® schon heute bei über 4.000 Autohaus-Mitarbeitenden täglich im Einsatz. Ob Reklamationsbearbeitung, Fragen zum Gewährleistungshandbuch oder die Analyse von Gebrauchtfahrzeugen – CARvinci® bietet mehr als 150 praxiserprobte Anwendungen für jede Abteilung im Autohaus und

liefert in Sekunden nutzbare, DSGVO-konforme Ergebnisse.

Ohne Frage: Die nachhaltige Implementierung von KI braucht mehr als ein gutes Tool – sie braucht Menschen, die das Thema KI verstehen und intern im Autohaus weiter vorantreiben. Die strukturierte Ausbildung einer Ihrer Mitarbeitenden zur Autohaus-KI-Managerin oder zum

KI-Manager erfüllt genau das: Sie ist ein komplettes Schulungssystem, welches sicherstellt, dass KI verstanden, weiterentwickelt und gewinnbringend in Ihrem Autohaus eingesetzt wird – und damit die Wettbewerbsfähigkeit Ihres Autohauses nachhaltig stärkt. //

Unsere Autorin ist Brand Managerin bei Autohaus der Zukunft.



## Wer steckt hinter CARvinci®?

Für eine KI in der Automobilbranche braucht es zwei wichtige Bausteine: tiefe Branchenkenntnisse sowie technische Expertise.

**Sascha Röwekamp** ist Branchenexperte und hat mit mehr als 20 Jahren Erfahrung im Automobilhandel wertvolle Einblicke in die Herausforderungen und Potenziale der Branche.

**Constantin Michel** ist studierter Wirtschaftsinformatiker. Mit tiefem Know-how in KI, neuronalen Netzen sowie Robotic Process Automation (RPA) bringt er modernste Technologien direkt in Unternehmen ein.



# Mehr Marge, weniger Risiko:

## Wie Ihr Recruiting mit bis zu 4.300 Euro gefördert werden kann

Von Quirin Silbernagl ■

In einem angespannten Marktumfeld, wie dem aktuellen, suchen viele Autohausverantwortliche nach Stellschrauben, die sie wirklich selbst beeinflussen können. Die Autobusiness Partner Service GmbH (APS) sowie der deutsche Staat gehören in dieser Situation zu den wenigen Partnern, die Ihnen als Entscheider ganz konkrete finanzielle Hebel an die Hand geben – für messbare Ergebnisse im Recruiting und in der BWA.

**S**o erhalten Sie 1.500 Euro Cashback von der Autobusiness Partner Service GmbH (APS), wenn Sie sich als Neukunde für eine Zusammenarbeit mit PERSOX entscheiden. Gleichzeitig können alle Betriebe – egal ob Neu- oder Bestandskunden – eine staatliche BAFA-Förderung in Höhe von mindestens 1.750 Euro, teilweise bis zu 2.800 Euro, erhalten. Diese Zuschüsse stehen Ihnen zu, weil die PERSOX GmbH akkreditierte BAFA-Berater im Team hat und Sie ein Mitglied des VAPV sind.

### Produktivkräfte als echter Renditehebel – gerade jetzt

Ein einzelner Kfz-Mechatroniker erwirtschaftet im Schnitt 30.000 Euro Umsatz pro Monat (siehe Grafik).

Nach Abzug aller Kosten – Lohn, Sozialabgaben, Gemeinkosten – bleiben rund 10.000 Euro Gewinn pro Monat. Wer also eine unbesetzte Werkstattstelle hat, lässt Monat für Monat Marge liegen.

Die Rechnung ist einfach: Je schneller Sie diese Stellen besetzen, desto schneller profitieren Sie. Und mit APS- und BAFA-Förderungen sinkt die Einstiegshürde auf ein Minimum.

### Was oft übersehen wird: Recruiting ist steuerbar – Zinsen, Herstellerpolitik oder Inflation nicht

Viele äußere Rahmenbedingungen entziehen sich Ihrer Kontrolle. Doch wie gut und professionell Sie Ihre Werkstatt besetzt haben, liegt ganz in Ihrer Hand. Genau hier setzen die Fördermöglichkeiten an:

- 1.500 Euro Cash Back von der APS für Neukunden
- Bis zu 2.800 Euro staatliche BAFA-Förderung für alle Kunden
- Zusammen bis zu 4.300 Euro Förderung, um Ihr Recruiting nachhaltig aufzubauen

### ROI-Rechnung\* (Monat)

<b>Stunden/Monat</b>	<b>152</b>
<b>erzielter VS/Stunde</b>	<b>130,00 €</b>
<b>Produktivität</b>	<b>80 %</b>
<b>Lohnumsatz</b>	<b>15.808,00 €</b>
<b>Faktor Teile</b>	<b>0,9</b>
<b>Gesamtumsatz</b>	<b>30.035,20 €</b>
<b>Gewinn</b>	<b>≈ 10.000 €</b>

\*Rechenbeispiel

### „Wir haben gerade weniger Aufträge“ – ein Denkfehler mit Folgen

Selbst wenn die Auftragslage kurzfristig rückläufig ist, entscheidet die Leistungsfähigkeit Ihrer Werkstatt darüber, wie schnell und zuverlässig Kunden bedient werden – und wie wahrscheinlich Sie beim nächsten Mal wiederkommen. Gerade jetzt entscheiden sich viele Betriebe unbewusst gegen



Wachstum, weil sie beim Personal auf Sparmodus schalten.

### „Wir können uns das aktuell nicht leisten“ – das stimmt nicht

Durch Fördermittel sinkt Ihr Eigenaufwand erheblich – bei vollem Nutzen. Und die wirtschaftliche Logik ist bestechend: Ein Mechatroniker bringt Ihnen nachweislich rund 120.000 Euro Gewinn pro Jahr. Eine professionelle Besetzung kostet – durch Förderungen – häufig weniger als ein einzelner Monatsgewinn.

### Ein Beispiel aus der Praxis

Ein Autohaus investiert 7.200 Euro in ein strukturiertes Recruitingprojekt mit Einstellungs-Garantie – gefördert mit 2.800 Euro vom Staat und 1.500 Euro Cashback von der APS.

### Effektive Investition: 2.900 Euro

Der neue Mechatroniker bringt ab dem ers-

ten Monat rund 10.000 Euro Gewinn – der Break-Even ist also bereits im ersten Monat erreicht.

gleiten wir Sie nicht nur bei der Umsetzung – sondern sorgen auch dafür, dass Ihr Projekt maximal gefördert wird.

Buchen Sie sich ein kostenfreies Erstgespräch unter: [www.persox.de](http://www.persox.de) //

Unser Autor ist Geschäftsführer der PERSOX GmbH.



### Kontakt:

PERSOX GmbH  
Quirin Josef Silbernagl

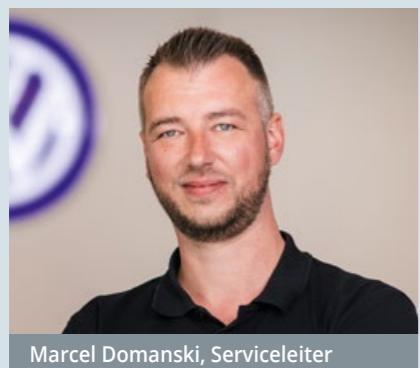
Carl-Benz-Straße 6  
82266 Inning am Ammersee

Telefon: +49 8143 9999-089  
E-Mail: [info@persox.de](mailto:info@persox.de)  
Internet: [www.persox.de](http://www.persox.de)

# Finanzprozesse im Wandel: Entlastung für Handel und Service

Mit „Autonomous Finance“ etabliert bezahl.de einen neuen Standard für Finanzprozesse im Autohaus: Die Prozesse laufen integriert, automatisiert und zuverlässig im Hintergrund. Zahlungen werden digital angestoßen, automatisch zugeordnet und verbucht.

Das Ziel von bezahl.de ist klar: Der Kooperationspartner der Autobusiness Partner Service GmbH unterstützt Händler und Servicebetriebe dabei, ihre Finanzprozesse zu digitalisieren und zu beschleunigen. Auf diese Weise sollen Abläufe vereinfacht, die Liquidität verbessert und Mitarbeitende im Alltag spürbar entlastet werden.



Wie sich diese Vereinfachung in der Praxis bewährt, zeigt das Beispiel des Autohauses Ernst aus Coburg: „Mit bezahl.de wollten wir unsere Zahlungsprozesse digitalisieren und die manuelle Arbeit in der Buchhaltung reduzieren. Die Zahlungsmoral hat sich deutlich verbessert, seit wir bezahl.de nutzen. Kunden werden regelmäßig daran erinnert, ihre Rechnungen zu begleichen, was zu schnelleren Zahlungseingängen führt“, so Serviceleiter Marcel Domanski.

## Mehr als 1.900 Partnerbetriebe setzen bereits auf die Plattform

Mit bezahl.de bietet die Aufinity Group eine Plattform für „Autonomous Finance“. Gemeint sind damit Finanzprozesse, die im Hintergrund selbstständig laufen. Zahlungen

werden digital angestoßen, automatisch zugeordnet und verbucht. Das reduziert Komplexität, spart Zeit und schafft Transparenz über den Zahlungsstatus.

Über 1.900 Partnerbetriebe in Deutschland setzen bereits auf diese Lösung. Auf der Plattform werden rund 900 Millionen Euro pro Monat verarbeitet. Das Ergebnis: Die Order-to-Cash-Zeit sinkt von durchschnittlich 15 auf unter fünf Tage. Teams sparen im Schnitt 19 Minuten pro Fahrzeugverkauf und 14 Minuten pro Servicevorgang. Zurückzuführen ist dies vor allem auf deutlich effizientere Prozesse. „Mit bezahl.de konnten wir die Forderungs- und Zahlungsprozesse so standardisieren, dass wir deutlich schneller bezahlt werden, ohne Mehraufwand im Backoffice. Das sorgt im Sales für eine frühere Auslöse der Kapitallinien und eine geringere Zinslast sowie im Service für weniger offene Posten und Personaleinsatz“, bekräftigt Markus Bichowski, Kaufmännischer Leiter bei Autohaus Becker-Tiemann (Bielefeld).



Markus Bichowski,  
Kaufmännischer Leiter,  
Autohaus Becker-Tiemann (Bielefeld)

Mitglieder des Volkswagen und Audi Partnerverbands profitieren zusätzlich von exklusiven Sonderkonditionen auf die Nutzung von bezahl.de mit reduzierten Set-up-Kosten und vergünstigten monatlichen Gebühren. So entsteht ein messbarer Mehrwert für Verbandsmitglieder: weniger Aufwand, schnellere Liquidität und spürbare Effizienz im gesamten Zahlungsprozess. //

Unsere Autorin ist Communications Manager der Aufinity Group.



## Kontakt:

Aufinity Group  
**Peter Kropf**  
Head of Strategic Partnerships  
E-Mail: [vertrieb@bezahl.de](mailto:vertrieb@bezahl.de)

Oder den  
QR-Code scannen

Zum Leistungsumfang gehören digitale Zahlungseinladungen, verschiedene Zahlmethode über alle Kanäle, Transparenz zum Zahlungsstatus in Echtzeit und die nahtlose Anbindung an bestehende Systeme. Optional stehen Add-ons wie Geldwäsche-Checks, digitale Ratenzahlungen, White-Label und automatisiertes Mahrwesen zur Verfügung. Damit wird der gesamte Zahlungsprozess durchgängig abgedeckt und manuelle Arbeit deutlich reduziert. Oder kurz und knapp zusammengefasst: Mit Autonomous Finance schafft bezahl.de die Basis für einen neuen Standard von Finanzprozessen im Autohaus, integriert, transparent und effizient.

[www.rwkmp.de/fuehrung-der-zukunft](http://www.rwkmp.de/fuehrung-der-zukunft)

# FÜHRUNG DER ZUKUNFT

## das #1 Coaching-Programm für Verkaufsleiter

Schluss mit Führungsseminaren, die nur kurzfristige Impulse liefern. Wir sind Entwickler des ersten nachhaltigen Ansatzes, um ECHTE Ergebnisse in der Führung Ihrer Verkaufsleiter zu erzielen!



Persönlichkeitsmotive



Führungspsychologie



Strategische Planung



Effektives Zeitmanagement



Verkäufersteuerung & Controlling



Stressmanagement



Digitale Führung



Künstliche Intelligenz



### LIVE Vor-Ort-Coaching

Wir arbeiten live mit Ihren Verkaufsleitern vor Ort an ihrer Führungsstrategie und der Entwicklung ihrer Mannschaft.



### Digitale Lernplattform

Über 400 Umsetzungsimpulse speziell für Verkaufsleiter. Nur einen Knopfdruck entfernt - auch im Homeoffice.



### Monatliche digitale Workshops

Konstanter Erfahrungsaustausch mit Sascha Röwatkamp und seinem Team für die Umsetzung der Führungsziele.



### Wöchentliche Sprechstunden

Ob das Controlling der Vertriebskennzahlen oder Führungsfragen - jede Woche ist Zeit für die nachhaltige Entwicklung.



### Support Gruppe mit Fragen-Flatrate

Experten-Rat in unter 24 Stunden für Ihre Verkaufsleiter bei akuten Problemen im Tagesgeschäft.



### Wachstum in der Community

Vernetzung mit Verkaufsleitern aus anderen Autohäusern und Marken - für neue Perspektiven und echten Insider-Austausch.

**Jetzt rechtzeitig Platz sichern,  
bevor das Programm ausgebucht ist!**

 Nur für kurze Zeit!

[www.rwkmp.de/fuehrung-der-zukunft](http://www.rwkmp.de/fuehrung-der-zukunft)



# APS Sales im Härtetest

Von Iris Lange ■

Mit APS Sales steht KFZ-Servicebetrieben im Geschäftsfeld Fahrzeughandel ein neuer Verkäuferarbeitsplatz zur Verfügung. Die two S GmbH hat ihr bestehendes Dealer-Management-System speziell an die Bedürfnisse von Volkswagen und Audi Partnern angepasst. Ein erster Praxisbericht.



**S**ein fast 60 Jahren ist Auto Schneider an der schleswig-holsteinischen Ostseeküste für seine Kundinnen und Kunden da. Zu den Services des Familienunternehmens aus Timmendorf bei Lübeck gehören Verkauf, Meisterwerkstatt, Finanzierung & Leasing, Autopflege und Pannen-Service. Das Unternehmen ist fa-

miliengeführt, mit Philip Schneider ist bereits die dritte Generation in der Geschäftsleitung vertreten.

Im Geschäftsfeld Fahrzeughandel bietet Auto Schneider in erster Linie Gebraucht- und Jahresswagen sowie EU-Fahrzeuge an. Der Bestand liegt im Schnitt bei 50 bis 60 Fahrzeu-

gen. Das Absatzziel beträgt rund 400 Verkäufe pro Jahr, verrät Schneider. Um dieses Business zukunftssicher aufzustellen, hat Auto Schneider in diesem Jahr entschieden, in sichere, digitale und automatisierte Workflows zu investieren – und deshalb das System „APS Sales“ der two S GmbH aus Sittensen eingeführt.

## Fahrzeugverwaltung und CRM in einem

Das neue Sales-System wurde im Juli 2025 eingeführt. Auf der Suche nach einer Alternative für das nicht mehr weiterentwickelte Vorgängersystem hatte Auto Schneider zuvor verschiedene Optionen ausgelotet. Für APS Sales habe vor

Suchparameter für Fahrzeugbörsen geeignet sind. Beim Erstellen von Fahrzeugangeboten unterstützt APS Sales ebenfalls auf verschiedene Weise: Die Möglichkeiten reichen vom Preisschilddruck über die Bildbearbeitung und KI-gestützte Texterstellung bis zum Börsenexport.

## Stetige Weiterentwicklung, guter Support

APS Sales ist bereits mit verschiedenen Archivierungs- und Dokumentensystemen vernetzt. Auto Schneider hofft ergänzend auf eine bereits angedachte Schnittstelle zum DMS Cross, das im Werkstattbereich genutzt wird. Über-



**“ Deutliche Verbesserungen konnten dank APS Sales im CRM erreicht werden. Der Workflow ist einfacher und die Datenqualität viel besser.**

Philip Schneider, Mitglied der Geschäftsleitung von Auto Schneider

allem gesprochen, dass es Fahrzeugverwaltung und Customer-Relationship-Management vereint, unterstreicht der kaufmännische Geschäftsführer. „Mit dem Systemumfang sind wir sehr zufrieden. Wir wollten so wenige Einzelsysteme wie möglich und keine Insellsolutions schaffen. Das war auch der Grund, warum wir APS Sales gewählt haben“, so Schneider weiter. APS Sales unterstützt Auto Schneider nicht nur bei Basics wie der Erstellung von Verträgen und Dokumenten im Corporate Design des Autohauses. Die Software bietet darüber hinaus diverse Schnittstellen und Ressourcen, die den Alltag des Sales-Teams einfacher machen.

In der Fahrzeugverwaltung von APS Sales helfen geprüfte Schnittstellen zu Data Service Providern wie Schwacke und DAT bei der Anlage und Anreicherung von Fahrzeugdaten. Per VIN-Abfrage wird eine einfache, schnelle und präzise Fahrzeugidentifikation inklusive der Serien- und Sonderausstattungen ermöglicht. APS Sales strukturiert und veredelt diesen Datenbestand mithilfe einer KI-gestützten Ausstattungserkennung. Diese schlüsselt die relevanten Daten auf und bereitet sie so auf, dass diese auch als

## Einfach Kundenbeziehungen gestalten

„Was wir bislang nutzen, ist wahrscheinlich nur die Spitze des Eisbergs. Wir sind noch dabei, uns in die Tiefe vorzuarbeiten“, sagt Philip Schneider. Deutliche Verbesserungen konnten nach seinen Worten mit APS Sales bereits in der Pflege von Kunden- daten und -kontakten erreicht werden. Der Workflow sei deutlich einfacher als im Vorgängersystem, die Datenqualität sehr viel besser. Wenn in einem Bereich von APS Sales eine Aktion mit Kundenbezug durchgeführt wird, erhält auch die zentrale Kundendatenbank einen entsprechenden Eintrag. Es werden automatisch Wiedervorlagen und Aktionen im Kalender erstellt. Außerdem ist im Verkäuferarbeitsplatz das zentrale Bearbeiten von Anfragen aus allen Vertriebskanälen und Plattformen möglich.

Der gesamte Verkaufsprozess wird in APS Sales lückenlos dokumentiert. Alle Dokumente wie Aufträge, Gutachten und Rechnungen werden in der zentralen Wissensdatenbank für den Verkäuferarbeitsplatz abgelegt. Dort stehen sie für alle Anwender aus dem Unternehmen zur Verfügung.

Unsere Autorin ist Prokuristin der two S GmbH.

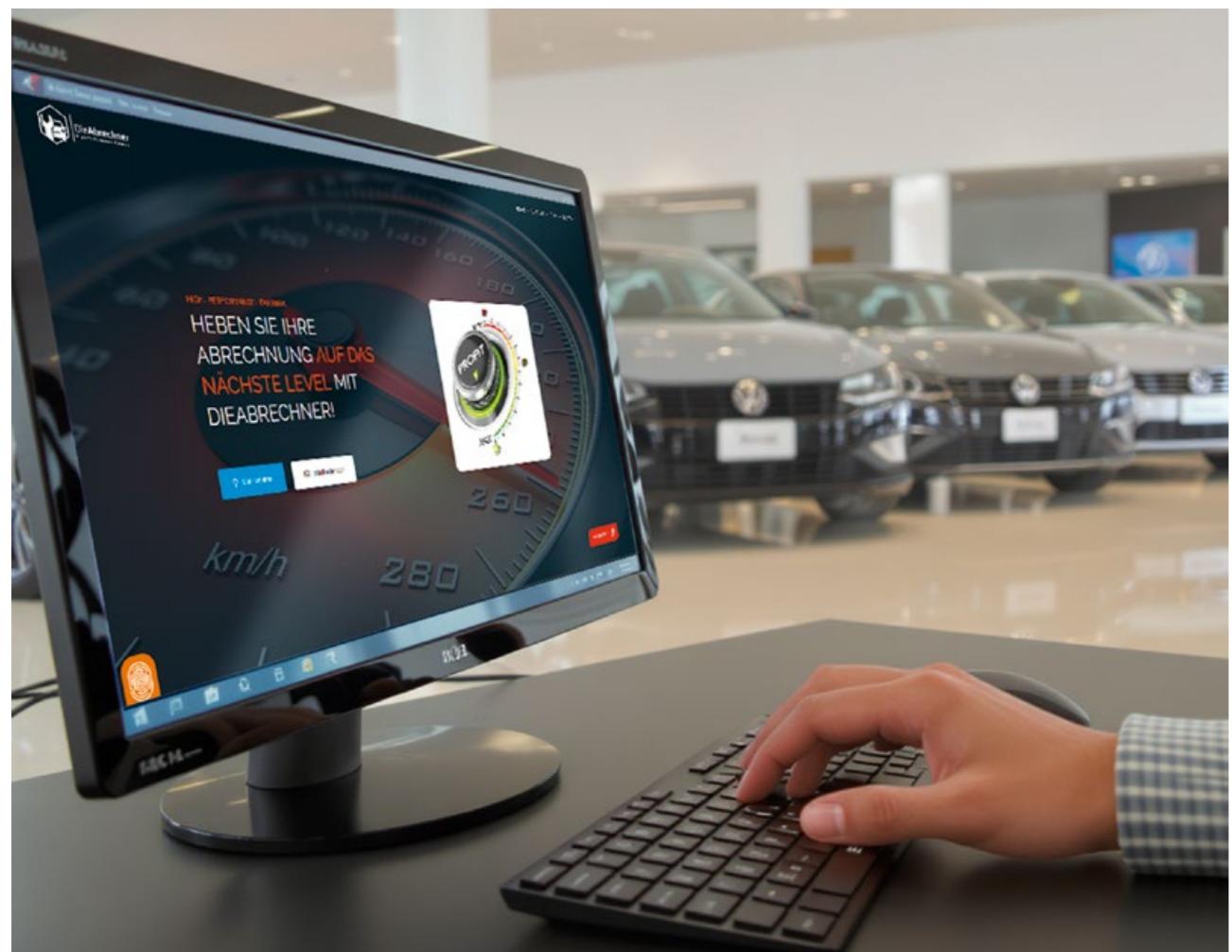


## Kontakt:

**Rainer Linke**  
CEO & Founder two S GmbH  
Hamburger Str. 8a  
27419 Sittensen  
  
Telefon: +49 4282-5944-0  
E-Mail: [sales@twos.de](mailto:sales@twos.de)

# Mehr (finanzielle) PS durch Potenzial-prüfung

Von Boris Dähne, Michael Schäfer und Leonel Martins ■



Die Kooperation von APS und DieAbrechner bietet den VAPV-Mitgliedsbetrieben einen klaren finanziellen Vorteil. Mit der exklusiven Auftragspotenzialprüfung entdecken Werkstätten bislang ungenutzte Erlöse – und das mit minimalem Risiko.

Wenn es um die Wirtschaftlichkeit von Servicebetrieben geht, zählt jedes Detail. Genau hier setzt DieAbrechner GmbH an: Mit der Auftragspotenzialprüfung wird aufgedeckt, was im Tagesgeschäft oft unbemerkt bleibt – nämlich Umsatzpotenziale, die in der Abrechnung schlüssig verloren gehen. Im Gegensatz zu klassischen Prüfungen wie etwa durch ControlExpert oder herstellerseitige Gewährleistungsaudits zielt die Analyse von DieAbrechner GmbH nicht auf das Aufdecken von Überabrechnungen ab. Es geht vielmehr um das Gegenteil: Welche Leistungen wurden erbracht, aber nicht vollständig oder gar nicht fakturiert?

## Vier Prüfbereiche – ein Ziel: zusätzlicher Umsatz

Der Ansatz ist dabei praxisnah und konkret. Für jedes teilnehmende Autohaus werden 60 Aufträge aus den Bereichen Unfallschaden, Leasingabrechnung, Gewährleistung und Endkundengeschäft intensiv geprüft. Ziel ist es, das Abrechnungsverhalten zu analysieren und Potenziale sichtbar zu machen, die im Alltag zwischen Routine, Zeitdruck und Systemkomplexität untergehen. Die Ergebnisse sprechen eine deutliche Sprache: Im Durchschnitt der letzten 100 Prüfungen zeigte sich, dass bei Leasingaufträgen durchschnittlich 53 und bei Unfallschäden sogar 545 Euro pro Auftrag nicht abgerechnet wurden – Beträge, die sich im Jahresverlauf zu beachtlichen Summen addieren.

## Potenzielle, die sich realisieren lassen

Ein entscheidender Vorteil der Prüfung liegt darin, dass Leasing- und Unfallschadenumfänge der letzten drei Monate nachberechnet werden können. Damit sind die ermittelten Potenziale kein theoretischer Wert, sondern können tatsächlich realisiert werden. In den meisten Fällen gleichen sich die Kosten der Prüfung dadurch vollständig aus – oder sie werden durch die Nachverrechnung sogar mehrfach kompensiert.

Ein zusätzlicher Mehrwert besteht darin, dass die aus der Prüfung gewonnenen Erkenntnisse gezielt an die eigenen Mitarbeitenden weitergegeben werden können. So lassen sich interne Schulungen durchführen, die das Bewusstsein für eine saubere und vollständige Abrechnung stärken. Bei den Schulungen unterstützen wir Sie auch sehr gerne mit Die-Autohausberater. Wer möchte, kann nach der Analyse auch direkt die Abrechnung (oder einen Teil davon) durch die spezialisierten Mitarbeiter der DieAbrechner GmbH beauftragen. So wird

aus Erkenntnis unmittelbar Umsetzung – und aus Potenzial tatsächlicher Ertrag.

## Ein Gewinn in jeder Hinsicht

„Viele Betriebe sind überrascht, wie viel Umsatzpotenzial in ihren alltäglichen Abläufen verborgen ist“, erklärt Boris Dähne, geschäftsführender Gesellschafter der DieAbrechner GmbH. „Unser Ziel ist es, dieses Potenzial sichtbar zu machen – und so den wirtschaftlichen Erfolg der Partner langfristig zu sichern.“ Darüber hinaus bietet die Kooperation mit der APS GmbH die Möglichkeit, die gewonnenen Erkenntnisse gezielt in weitere Optimierungsmaßnahmen einzubinden. So können etwa Prozesse in der Gewährleistungsbearbeitung, die Kommunikation mit Leasinggesellschaften oder die Kalkulation von Unfallschäden gezielt verbessert werden. Mit der Auftragspotenzialprüfung liefert DieAbrechner somit einen echten Mehrwert – nicht nur in Euro und Cent, sondern auch in Know-how und Prozesssicherheit. //

Unsere Autoren sind geschäftsführende Gesellschafter von DieAbrechner GmbH.

## Kontakt:

DieAbrechner GmbH  
Gabelsbergerstr. 4  
59069 Hamm  
  
Telefon: +49 2385 7091143  
E-Mail: [kontakt@dieabrechner.de](mailto:kontakt@dieabrechner.de)  
Internet: [www.dieabrechner.de](http://www.dieabrechner.de)

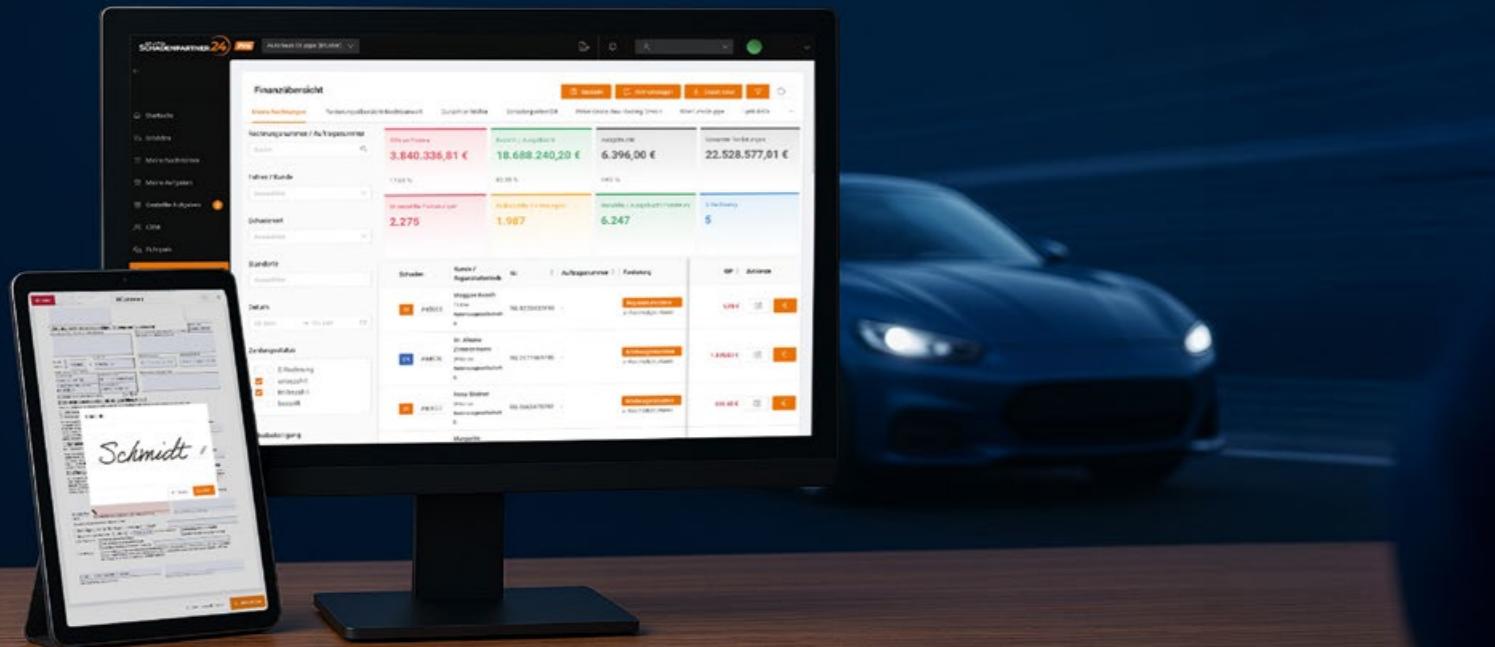


Michael Schäfer, Leonel Martins, Boris Dähne (v. l. n. r.)



## Exklusive Konditionen für VAPV-Mitglieder

Für Mitglieder des Volkswagen und Audi Partnerverband e. V. (VAPV) wurde ein besonders attraktives Angebot geschaffen, das wir Ihnen bei Interesse gerne vorstellen. Damit erhalten Mitgliedsbetriebe nicht nur exklusive Konditionen, sondern auch ein klares Plus an Wirtschaftlichkeit und Prozessqualität. Die Ergebnisse der Prüfung liefern zudem wertvolle Impulse für die interne Schulung, Prozessoptimierung und Qualitätssicherung im After Sales.



# Schadenmanagement neu gedacht

Von Giuseppe Visone ■

After Sales ist eine der wichtigsten Ertragssäulen im Autohaus – doch gerade im Schadenmanagement kosten komplexe Abläufe oft viel Zeit und Marge. Mit Schadenpartner24 bietet carento eine digitale Lösung, die Transparenz schafft, Prozesse vereinfacht und die Wirtschaftlichkeit steigert.

**D**er Bereich After Sales zählt ohne Frage zu den profitabelsten, aber auch anspruchsvollsten Geschäftsbereichen im Autohaus. Effizienz und Transparenz entscheiden hier über Ertrag und Kundenzufriedenheit. Genau an diesem Punkt setzt der Neunkirchner Software-Entwickler carento mit „Schadenpartner24“ an, einem digitalen Schadenportal, das Abläufe im Autohaus spürbar vereinfacht, beschleunigt und optimiert.

Für Mitglieder des VAPV bietet carento eine besonders maßgeschneiderte Lösung: Neben attraktiven Sonderkonditionen pro-

fitieren diese von zusätzlichen Services, exklusiven Integrationen und individueller Betreuung. Ziel ist es, den administrativen Aufwand deutlich zu reduzieren und gleichzeitig die Steuerung des Schadenprozesses vollständig im Autohaus zu halten.

## Mehr Überblick dank Kennzahlen und Benchmarking

Ein zentraler Vorteil von Schadenpartner24 liegt in der hohen Transparenz über alle Schadensfälle. Mithilfe von Benchmark-Analysen lassen sich interne Abläufe und externe

Partnerleistungen direkt vergleichen. Dies schafft eine objektive Datengrundlage, mit

der Betriebe Prozesse gezielt steuern, Kosten senken sowie Erträge steigern können. Die relevanten Kennzahlen stehen jederzeit übersichtlich im Portal zur Verfügung – von Durchlaufzeiten bis zur Ertragsentwicklung pro Schadenfall. Besonders wertvoll für Volkswagen und Audi Händler und Servicepartner ist zudem die tiefe Integration in gängige Dealer-Management-Systeme wie Cross, VAUDIS(X) und über 30 weitere DMS.

**Das Ergebnis:** schnellere Abläufe, weniger Rückfragen und spürbare Entlastung im Tagesgeschäft. Betriebe gewinnen wertvolle Zeit für das, was zählt – die Kundenbetreuung.

## Partnerorientierte Entwicklung

### – praxisnah umgesetzt

Die enge Kooperation mit der APS stellt sicher, dass neue Funktionen direkt an den Bedürfnissen der Autohäuser ausgerichtet werden. Ein Beispiel für diese Win-win-Situation ist der kostenlose Unfall-Meldelink in Autohaus-Cl: Kunden melden ihren Schaden direkt online – einfach, markenkonform und ohne Umwege. Das stärkt die Servicequalität, Kundenzufriedenheit sowie Bindung ans Autohaus.

Angesichts dieses überzeugenden Gesamtpakets ist das durchweg positive Feedback aus Betrieben nicht überraschend: „Schon nach kurzer Zusammenarbeit mit carento konnten wir die Prozesse im Schadenmanagement optimieren und die Erträge im Unfallgeschäft deutlich steigern“, sagt etwa Markus Sander, kaufmännischer Leiter des Autohauses Brandt in Bremen. Und Stefan Matt, Serviceleiter Autohaus Röder (Duisburg) ergänzt: „Wir nutzen Schadenpartner24 täglich und gewinnen vor allem Struktur und Tempo. Das Programm bildet den gesamten Prozess ab – von der Fahrzeugannahme bis zum Rechnungsausgleich.“

### Unabhängigkeit im Schadenprozess sichern

Ganz wichtig: Mit Schadenpartner24 behalten Autohäuser die volle Kontrolle über ihre Abläufe – unabhängig von Versicherungen oder externen Dienstleistern. Sachverständige, Rechtsanwälte und Lackierer lassen sich zentral über das Portal steuern.

Damit bleibt das Schadenmanagement in der eigenen Hand, Entscheidungen werden schneller getroffen, und die Kundenerfahrung bleibt vollständig im Einflussbereich des Autohauses.



carento entwickelt die Plattform natürlich konsequent weiter. Künftig sollen KI-gestützte Entscheidungsfindungen und automatisierte Prozessschritte die Effizienz weiter erhöhen. Bereits heute profitieren Nutzer von erweiterten Finanzübersichten und der direkten Anbindung an Partnerkanzleien – alle offenen Posten sind transparent einsehbar, Forderungen werden schneller abgewickelt. Das Ergebnis: mehr Sicherheit, weniger Aufwand und eine nachhaltige Steigerung der Ertragskraft.

wird das Schadenmanagement einfacher, schneller und wirtschaftlicher. Auf diese Weise sichern sich Autohäuser nicht nur kurzfristig Effizienzgewinne, sondern stärken zugleich ihre Position im After Sales – einem Bereich, der entscheidend für Ertrag und Kundenbindung bleibt. //

Unser Autor ist Teamleiter Marketing bei der carento GmbH.



### Kontakt:

carento GmbH  
Ben Geissel

An der alten Ziegelei 2d  
66538 Neunkirchen

Telefon: +49 6821 7903-514  
E-Mail: [vertrieb@carento.de](mailto:vertrieb@carento.de)

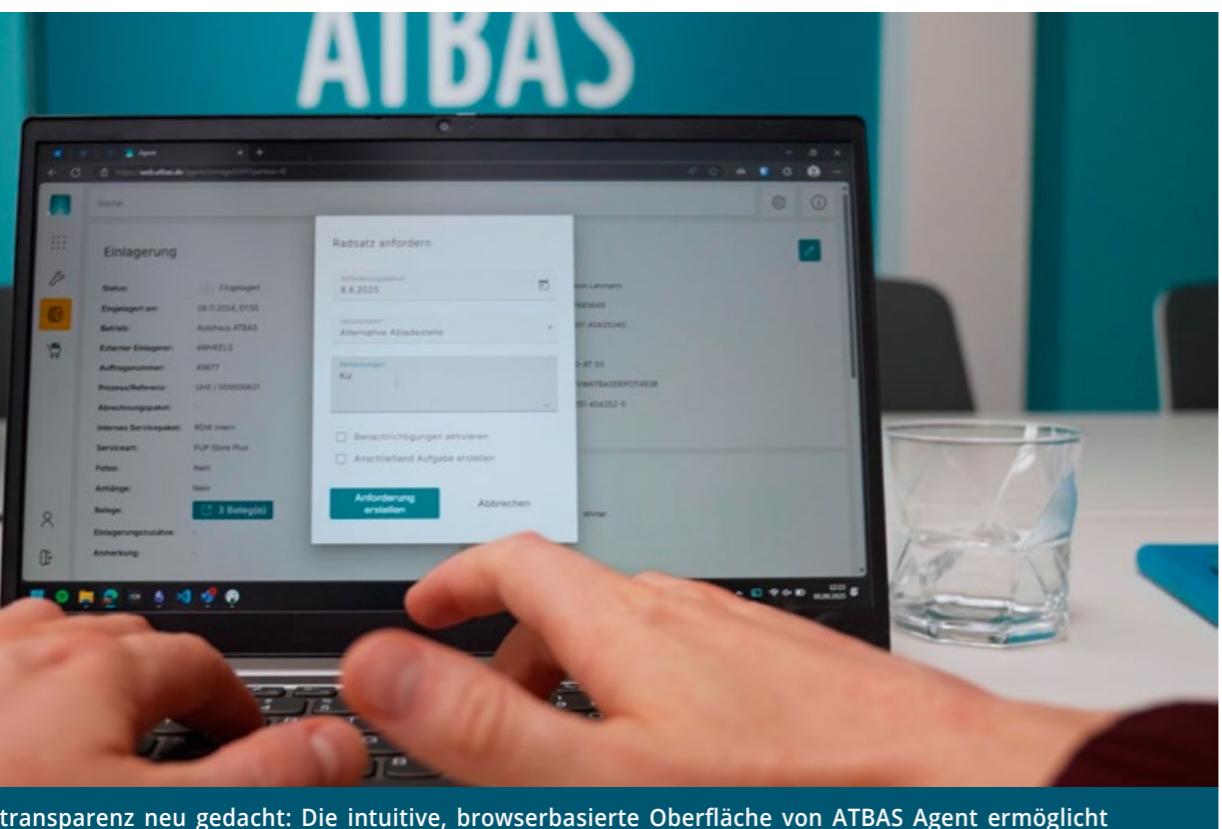


Terminbuchung unter:

# Alle Daten stets verfügbar

Von Anja Döhler ■

Als Pilotpartner gestaltet die Volkswagen Group Retail Dresden (VGRDD) zusammen mit der Softwarefirma ATBAS die Zukunft digitaler Service-Prozesse. Ein erster Erfahrungsbericht über ATBAS Agent, die neue webbasierte Anwendung für den automobilen After-Sales-Bereich.



Datentransparenz neu gedacht: Die intuitive, browserbasierte Oberfläche von ATBAS Agent ermöglicht eine standortübergreifende Suche und verknüpft Daten aus ATBAS NET und ATBAS DEPOT in Echtzeit

Im Alltag großer Handelsgruppen laufen täglich unzählige Kundenanfragen über verschiedene Systeme, Standorte und Zuständigkeiten. Bislang mussten Mitarbeitende oft zwischen mehreren Anwendungen wechseln oder sich Informationen mühsam zusammensuchen. ATBAS Agent vereint erstmals alle relevanten Daten in einer mandantenübergreifenden, intelligenten Suche – sichtbar, aktuell und für alle Beteiligten zugänglich. So finden Service-

mitarbeitende bei VGRDD in Sekunden, was sie brauchen: Kundenhistorien, Werkstattaufträge, Informationen zu eingelagerten Radsätzen oder Teileverfügbarkeiten – alles in einer Oberfläche.

Was vorher Minuten oder gar Stunden dauerte, ist heute in wenigen Klicks erledigt. Ob Anfragen der Kundschaft, Räderlogistik oder Terminorganisation – ATBAS Agent sorgt dafür, dass Informationen automatisch dorthin

gelangen, wo sie benötigt werden. Dadurch werden Entscheidungen schneller, Abläufe klarer und der Service spürbar reibungsloser. „Wir können heute viel flexibler reagieren und unseren Kunden schneller Lösungen anbieten“, unterstreicht Lara Liebscher, Teamleiterin für die Serviceassistenzen bei Audi Dresden am Standort Kesselsdorfer Straße. „Früher mussten viele Schritte manuell erledigt werden – jetzt läuft vieles automatisiert im Hintergrund.“



## Sonderkonditionen für Mitglieder

Durch die Kooperation mit der ATBAS GmbH profitieren Mitglieder des Volkswagen und Audi Partnerverbands von exklusiven Vorteilen: ATBAS bietet Verbandsmitgliedern eine kostenlose Prozessberatung vor Ort rund um Rädersaison und Reifenvermarktung im Wert von 2.400 Euro an. Für individuelle Beratungsgespräche steht das ATBAS-Vertriebsteam unter [vertrieb@atbas.de](mailto:vertrieb@atbas.de) zur Verfügung.

### ATBAS GmbH

Die ATBAS GmbH mit Sitz in Dresden ist seit fast 25 Jahren ein führender Anbieter praxisnaher Softwarelösungen für den automobilen After-Sales-Bereich. Aus dem Autohaus für das Autohaus entwickelt ATBAS digitale Anwendungen, die Prozesse vereinfachen, beschleunigen und transparenter machen – von der Teilelogistik über die Rädereinlagerung bis hin zum Kundenkontakt. Mehr als 1.500 Autohäuser in Deutschland vertrauen auf die Kombination aus innovativer Technologie, tiefgreifendem Prozess-Know-how und partnerschaftlichem Service. Weitere Informationen finden sich unter [atbas.de](http://atbas.de).

### ATBAS Agent

ATBAS Agent schafft Transparenz über Systeme und Standorte hinweg und bringt Daten dorthin, wo sie gebraucht werden.

- Webbasierte Anwendung bündelt Daten mandantenübergreifend
- Entscheidungen werden fundierter und schneller getroffen
- VGRDD als Pilotpartner etabliert das Tool in der Praxis
- Exklusive Prozessberatung für Mitglieder des Volkswagen und Audi Partnerverbands
- Herkunft und Kompetenz in der Volkswagen/Audi Welt prägen die DNA von ATBAS



VGRDD-Pilotnutzerin Lara Liebscher und ihr Team profitieren mit ATBAS Agent von schnelleren Abläufen und klareren Informationswegen

Betriebe, die ihren Kundinnen und Kunden schnelle, präzise Antworten geben wollen, brauchen Transparenz über alle Vorgänge hinweg – von der Terminvereinbarung bis zur Revisionsunterstützung für Garantie- und Versicherungsvorgänge. Wie das in der Praxis gelingen kann, zeigt die Volkswagen Group Retail Dresden (VGRDD) gemeinsam mit der Dresdner Softwarefirma ATBAS. Das Mittel dazu: der ATBAS Agent, die neue webbasierte Anwendung für den automobilen After-Sales-Bereich.

Lara Liebscher erläutert dies an einem echten Praxisbeispiel: „Wenn eine Kundin ihre Räder bei uns am Standort eingelagert hat, aber an einem anderen Standort schneller einen Termin findet, können wir über ATBAS Agent sofort unserem Dienstleister Bescheid geben. Der schickt dann automatisiert den Radsatz der Kundin an den gewünschten Standort – wir müssen uns um nichts mehr kümmern.“ Die neue Transparenz schafft damit nicht nur Geschwindigkeit, sondern auch Vertrauen im Team und im Kundenkontakt.

**Neue Produktgeneration, klare Vision**  
Mit ATBAS Agent beginnt ohne Zweifel eine

neue Ära: Die Anwendung ist vollständig browserbasiert, sofort nutzbar und nahtlos in bestehende Systeme wie ATBAS NET und ATBAS DEPOT integrierbar. „ATBAS Agent ist der Startpunkt für ein datenzentriertes Ökosystem, in dem unsere Kunden nahtlos zwischen Anwendungen wechseln können, ohne Informationen mehrfach zu pflegen“, erklärt Sylvio Röthig, Gründer und Gesellschafter von ATBAS. „Unser Ziel ist es, Informationen dort bereitzustellen, wo diese gebraucht werden – klar, vernetzt und zugänglich für alle Beteiligten.“ //



### Kontakt:

ATBAS GmbH

Anja Döhler

Head of Marketing

Telefon: +49 1511 4182003

E-Mail: [presse@atbas.de](mailto:presse@atbas.de)

# Nachhaltigkeit als Wettbewerbsvorteil

## – auch ohne CSRD-Pflicht

Von Markus Adler ■

Mit dem EU-Omnibus-Vorschlag fällt für viele mittelständische Unternehmen, auch im Automobilsektor, die Pflicht zur Nachhaltigkeitsberichterstattung weg. Auf den ersten Blick scheint das eine Entlastung. Doch die Anforderungen aus Lieferketten, von Banken oder Investoren bleiben bestehen – teilweise sogar in verschärfter Form.

Im April 2025 haben sowohl das Europäische Parlament als auch der Rat der EU den EU-Omnibus-Vorschlag zur CSRD-Berichterstattung angenommen. Hauptziele sind bekanntlich die Reduzierung des administrativen Aufwands für Unternehmen, die Verschiebung der Berichtspflichten für die zweite und dritte CSRD-Welle um zwei Jahre sowie die Anhebung von Schwellenwerten für die Berichtspflicht. Das hört sich alles gut an, doch weiterhin gilt: Die Anforderungen aus Lieferketten, von Banken oder Investoren mit Blick auf das Mega-Thema Nachhaltigkeit bleiben bestehen – teilweise sogar in verschärfter Form. Gerade deshalb lohnt es sich für Unternehmen, Nachhaltigkeit strukturiert anzugehen.

Die Code Gaia GmbH setzt an diesem Punkt an: Das Unternehmen aus München bietet

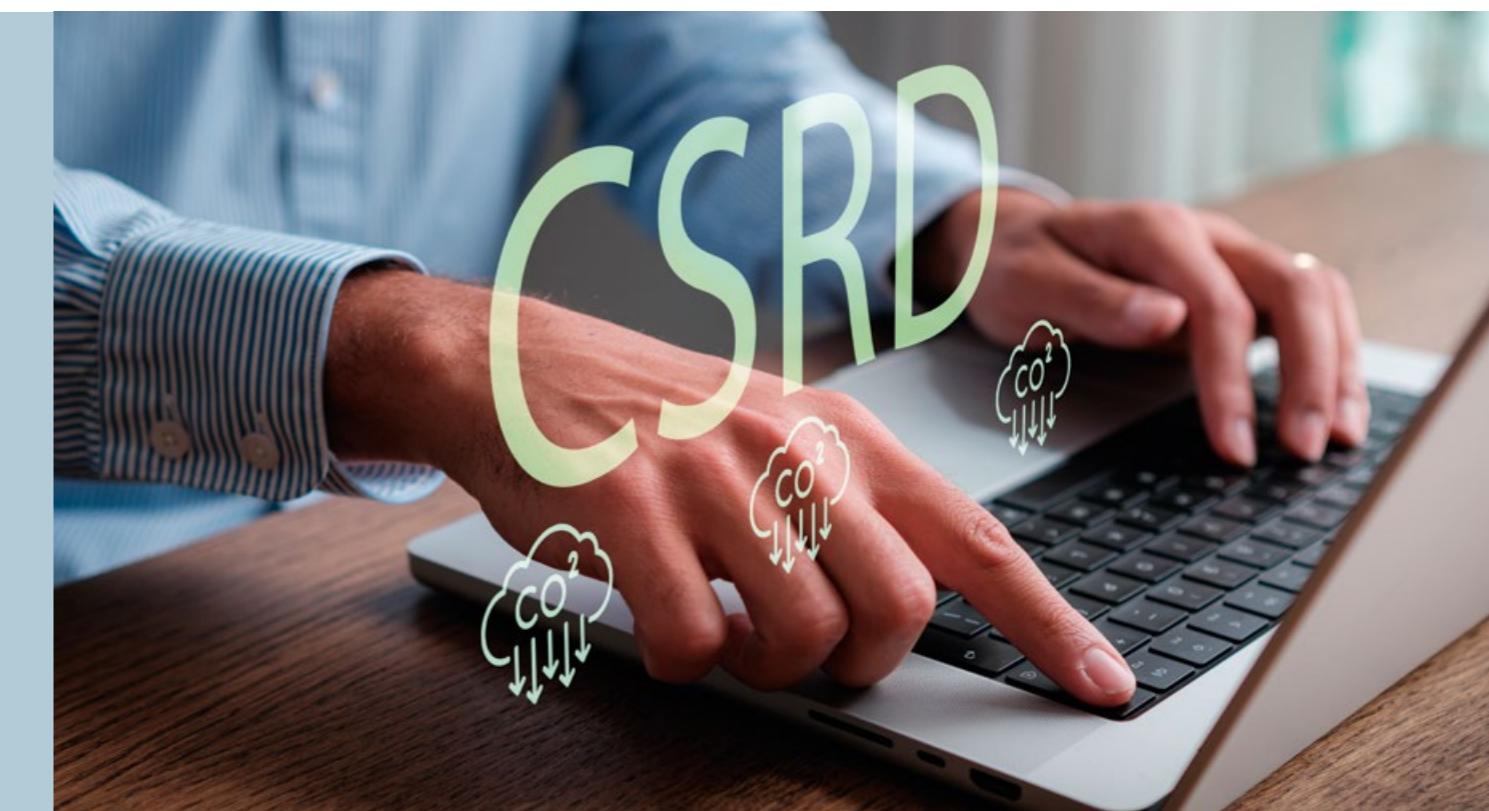
ein Betriebssystem für profitables Nachhaltigkeits- und EHS-Management – angetrieben von intelligenter Software und persönlichem Support. Das Ziel: mehr Wirtschaftlichkeit und Resilienz, um nicht nur regulatorische Anforderungen zu erfüllen, sondern auch handfeste Wettbewerbsvorteile zu schaffen. Ein weiteres Plus: Für Verbandsmitglieder gibt es attraktive Sonderkonditionen.

### Effizienz im Alltag

Oft arbeiten Verantwortliche im Nachhaltigkeitsbereich noch mit verstreuten Excel-Tabellen und Word-Dokumenten. Das Umweltmanagement-Modul von Code Gaia bündelt diese Informationen in einem auditfähigen System. Auf diese Weise reduziert sich der Dokumentationsaufwand um bis zu 70 Prozent. Nachweise nach ISO 14001 oder EMAS (Eco-Management and Audit Scheme) können zudem jederzeit bereitgestellt werden.

Für die Verantwortlichen bedeutet das Klarheit und Sicherheit – insbesondere dann, wenn kurzfristig Anfragen von Kundinnen und Kunden eintreffen.

Ohne Zweifel: Nachhaltigkeit wird zunehmend als Frage der Wettbewerbsfähigkeit verstanden. Mit dem Transformations- und Strategiemodul von Code Gaia lassen sich Ziele sowie Maßnahmen definieren, Verantwortlichkeiten hinterlegen und Fortschritte sichtbar machen. Reduktionsziele für Energie oder Kohlendioxid (CO2) können direkt mit Maßnahmen wie einer Fuhrparkumstellung oder Energieeffizienzprojekten verknüpft werden. Im Management-Cockpit sind diese Fortschritte jederzeit nachvollziehbar und können auch gegenüber Stakeholdern kommuniziert werden. Damit wird Nachhaltigkeit von der Pflichtübung zum echten Steuerungsinstrument.



Bildquelle: © Sidney van den Boogaard - shutterstock.com

### Transparenz in Lieferketten, Berichten und Strategien

Auch ohne CSRD-Pflicht steigen die Erwartungen an Transparenz. OEMs (Original Equipment Manufacturers) verlangen von ihren Zulieferern zunehmend belastbare CO2-Daten. Mit dem Product-Carbon-Footprint-Modul lassen sich Produktfußabdrücke effizient und auditfähig berechnen, da Produktionsdaten und Eingangsrechnungen automatisiert eingelesen werden. Ebenso wächst die Nachfrage nach standardisierten Nachhaltigkeitsberichten – sei es von Banken, Fördermittelgebern oder Geschäftspartnern.

Mit Code Gaia können Reports – beispielsweise nach GRI, DNK oder BAFA – auf Basis der bestehenden Daten erstellt und direkt aus der Software heraus exportiert werden. Anschließend können sie in das eigene Corporate Design übertragen werden. Damit bleiben Unternehmen jederzeit auskunftsähig, ohne zusätzlichen Aufwand. Ergänzend bietet die „Wesentlichkeitsanalyse light“ Orientierung: Diese hilft, Chancen und Risiken systematisch zu erfassen sowie die relevanten ESG- und EHS-Themen zu identifizieren. So entsteht eine klare Grundlage für strategische Entscheidungen und die Positionierung im Markt.

### Fazit: Nachhaltigkeit lohnt sich – gerade jetzt

Der Wegfall der CSRD-Pflicht entlastet viele Unternehmen, doch die Erwartungen aus Märkten und Lieferketten bleiben bestehen. Mit Code Gaia profitieren mittelständische Betriebe von Effizienzgewinnen, nutzen Nachhaltigkeit als Steuerungsinstrument, erfüllen steigende Kundenanforderungen und bereiten sich auf künftige Regulierungen vor. So wird Nachhaltigkeit nicht zur Belastung, sondern zum Motor für wirtschaftliche Stärke und Zukunftsfähigkeit – gerade im Automobilsektor. //

Unser Autor ist Co-Founder und CEO von Code Gaia.



### Kontakt:

Code Gaia GmbH  
**Leonie Stumpf**  
Senior Sustainability Account Executive  
Kochelseestraße 8  
81371 München

Telefon: +49 89 3803554  
E-Mail: [leonie.stumpf@codegaia.io](mailto:leonie.stumpf@codegaia.io)  
Internet: [www.codegaia.io](http://www.codegaia.io)



Code Gaia GmbH  
**Theresa Zöckler**  
VP Growth  
Kochelseestraße 8  
81371 München

Telefon: +49 89 3803554  
E-Mail: [theresa.zoeckler@codegaia.io](mailto:theresa.zoeckler@codegaia.io)  
Internet: [www.codegaia.io](http://www.codegaia.io)

# Haben Sie Ihre Unternehmensnachfolge schon geregelt?

Von Lennard Paul Naumann ■

Ein Autohaus aufzubauen, das ist mehr als ein Job – es ist ein Lebenswerk. Aber irgendwann kommt für jeden Unternehmer der Moment, an dem er sich fragt: Wie geht es weiter, wenn ich einmal kürzertreten möchte? Eine Handlungsempfehlung.

**V**or der schwierigen Aufgabe, sein Unternehmen, sein „Baby“, in neue Hände zu geben, stehen aktuell viele Unternehmer. Unternehmer wie Gert Möller (Name geändert), Mandant der Valuniq Business Consulting GmbH. Über 30 Jahre lang hat er sein Autohaus erfolgreich geführt. Der Betrieb wuchs, die Zahlen stimmten, die Kunden waren treu – doch die Struktur war komplex: mehrere Gesellschaften, darunter eine GmbH & Co. KG, hohe Steuerlast. Und nicht zuletzt drängte die Frage, wie die beiden Söhne das Geschäft überneh-

men können, ohne dass zu viel Geld beim Finanzamt landet. Gert Möller kam zu uns, zur Valuniq Business Consulting GmbH, mit einem klaren Wunsch: eine sichere Rente für ihn, eine steueroptimierte Nachfolge für die Söhne und ein zukunftsähiges Konstrukt für das Autohaus.

**Neue Holding-Gesellschaften entstehen**

Dafür haben wir für die beiden Söhne jeweils eine eigene Holding-Gesellschaft aufgebaut. Außerdem wurde die bisherige Autohaus-GmbH & Co. KG in eine klassische GmbH überführt, als Tochter der

beiden Brüder-Holdings. Damit können Gewinne aus dem Autohaus heute nahezu steuerfrei – mit lediglich 1,6 Prozent Belastung – in die Holding übertragen werden. Die operative Autohaus-GmbH zahlt beiden Geschäftsführern ein Gehalt von jeweils 100.000 Euro aus. Vom Jahresgewinn von ursprünglich 600.000 Euro bleiben nach Gehältern rund 400.000 Euro, die mit etwa 30 Prozent versteuert werden. Damit verbleiben netto rund 280.000 Euro im Unternehmen, die investiert werden können oder steuerbegünstigt in die Holdings der Brüder fließen.



## Weitere Informationen

Wenn auch Sie überlegen, wie Sie Ihr Autohaus sauber in die nächste Generation führen, oder wenn Sie das Gefühl haben, dass in Ihrer aktuellen Struktur zu viele Steuern abfließen, sprechen Sie uns an. Unser besonderes Angebot für Sie als VAPV-Mitglied: Die Ersteinschätzung ist kostenfrei – nicht nur das Erstgespräch, sondern eine echte Analyse Ihrer Situation.

Weitere Informationen finden Sie unter: [www.valuniq-businessconsulting.de](http://www.valuniq-businessconsulting.de)

Der zweite zentrale Baustein war die Immobilie: Diese lag zuvor in einer GbR, an der beide Brüder und ihr Vater beteiligt waren, und die steuerlich hoch belastet wurde. Durch die Überführung in eine neu gegründete Immobilien-GmbH – gehalten von den beiden Holdings – konnte Gert Möller seinen Anteil an der Immobilie verkaufen – und auf diese Weise seine Rente finanzieren. Das Objekt wird dabei aus dem laufenden Geschäft der Autohaus-GmbH heraus finanziert, sodass kein zusätzlicher Liquiditätsaufwand entsteht. Für die Familie bedeutet die Struktur außerdem, dass künftige Mietentnahmen, die von der operativen Autohaus-GmbH gezahlt werden, nicht mehr mit fast 40, sondern nur noch mit 15 Prozent besteuert werden.

### Für die Zukunft richtig aufgestellt

Für Gert Möller bedeutet das Konzept einen sorgenfreien Ruhestand, finanziert durch den Immobilienverkauf. Die Söhne

profitieren nicht nur von klaren Strukturen, sondern auch von einer jährlichen Steuerersparnis von ca. 55.000 bis 130.000 Euro im Vergleich zur alten Konstruktion. Und sollte das Autohaus eines Tages verkauft werden, sind 95 Prozent des Gewinns steuerfrei – ein entscheidender Vorteil für die nächste Generation.

Genau solche Fälle sind unser Alltag. Die Valuniq Business Consulting GmbH begleitet Unternehmer dabei, Nachfolge, Verkauf, Zukauf und Kapitalaufbau steuerlich sowie rechtlich optimal zu gestalten. Unser Vorteil: Wir vereinen Juristen, Makler & Unternehmensberatung unter einem Dach – und übernehmen für unsere Konzepte die volle Haftung. So können sich unsere Mandanten jederzeit sicher fühlen. //

Unser Autor ist Geschäftsführer der Valuniq Business Consulting GmbH.

### Kontakt:



Valuniq Business Consulting  
**Lennard Paul Naumann**  
Geschäftsführer  
Prinzregentenplatz 15  
81675 München

Telefon: +49 8927 79011-0  
E-Mail: [office@valuniq-bc.de](mailto:office@valuniq-bc.de)  
Internet: [valuniq-businessconsulting.de](http://valuniq-businessconsulting.de)

### Anzeige

**Ihr offizieller Partner der Volkswagen AG  
für das New Brand Design Interieurkonzept  
am Handelsplatz**

- ▶ Projektmanagement
- ▶ Planung + Beratung
- ▶ Produktion
- ▶ Logistik + Montage

Ihr Kontakt für die  
VW NBD Implementierung

### Timo Breuer

Tel.: +49 231 7100 – 264  
E-Mail: [timo.breuer@dula.de](mailto:timo.breuer@dula.de)  
[www.dula.de](http://www.dula.de)



Ladengestaltung · Innenausbau  
Planung · Produktion · Montage

# Die E-Rechnung: Was Betriebe jetzt wissen müssen

Von Stephan Hachmeyer und Julius-Martin Kaune ■

Seit dem 1. Januar 2025 müssen Autohäuser und Kfz-Werkstätten E-Rechnungen empfangen und archivieren können. Die Pflicht zur Erstellung erfolgt schrittweise bis zum Jahr 2028.

**A**m 1. Januar 2025 begann für alle Autohäuser und Kfz-Werkstätten in Deutschland eine neue Form der Rechnungsstellung: Die E-Rechnung ist seit diesem Datum Pflicht – und das betrifft nicht nur große Handelsgruppen, sondern auch jedes einzelne Autohaus, jede Werkstatt etc., unabhängig von Größe oder Umsatz. Die Umstellung ist Teil einer europaweiten Initiative zur Digitalisierung und Betrugsbekämpfung im Umsatzsteuerbereich.

Eine E-Rechnung im Sinne der neuen gesetzlichen Vorgaben ist ein strukturiertes, maschinenlesbares Datenformat, das der europäischen Norm EN 16931 entspricht. Gängige Formate sind beispielsweise XRechnung oder ZUGFeRD (ab Version 2.0.1). Ein einfaches PDF, eine Excel-Datei oder ein eingescanntes Papierdokument erfüllen diese Anforderungen nicht.

## Gestaffelte Einführung

Die Einführung der E-Rechnung erfolgt stufenweise. Bereits seit dem 1. Januar 2025 müssen alle inländischen Unternehmen in der Lage sein, E-Rechnungen zu empfangen und revisionssicher zu archivieren. Für den Versand von E-Rechnungen gelten Übergangsfristen: Unternehmen mit einem Jahresumsatz von mehr als 800.000 Euro müssen von 2027 an E-Rechnungen im B2B-Bereich ausstellen, ein Jahr später gilt diese Pflicht für alle Unternehmen. In den ersten beiden Jahren dürfen Papier- sowie PDF-Rechnungen weiterhin verschickt werden.

**„Die E-Rechnung ist ein notwendiger Schritt in Richtung Zukunft. Starten Sie frühzeitig und besprechen Sie die Versandanforderungen mit Ihrem DMS-Anbieter und nutzen Sie die Unterstützung der VW FS. Gemeinsam sorgen wir dafür, dass Ihr Autohaus rechtzeitig vorbereitet ist.“**

Waleri Halinger,  
Projekt-Manager im Schaden- & Dienstleistungs-Management bei VW FS

Für Unternehmen bedeutet dies ganz konkret, dass sie eine E-Mail-Adresse einrichten müssen, an die E-Rechnungen gesendet werden können. Es empfiehlt sich hierfür, eine separate Adresse wie beispielsweise „rechnungen@autohaus-mustermann.de“ bzw. ein E-Rechnungsportal zu verwenden. So lassen sich die eingehenden Rechnungen leichter automatisieren und verarbeiten.

## Archivierung über acht Jahre

Die E-Rechnungen müssen im Original (also im strukturierten Datenformat) für acht Jahre revisionssicher archiviert werden. Nur mit Vorliegen der original E-Rechnung – Ausdrucke oder einfache Back-ups reichen nicht aus – ist der Vorsteuerabzug möglich. Die Umstellung betrifft alle Geschäftsbereiche. Für Rechnungen unter 250 Euro brutto gelten zwar Ausnahmen, doch auch hier empfiehlt sich, eine frühzeitige Umstellung, um die Vorteile der Automatisierung zu nutzen.

Die technische Umsetzung ist eine Herausforderung, aber auch eine Chance. Viele Branchensoftwarelösungen unterstützen bereits die Verarbeitung und Archivierung von E-Rechnungen. Entscheidend ist, dass die eingesetzte Software die Formate XRechnung und ZUGFeRD verarbeiten kann – und eine revisionssichere Archivierung gewährleistet. Es ist daher ratsam, die eigenen Prozesse gemeinsam mit dem Steuerberater zu überprüfen und gegebenenfalls anzupassen. Die vollautomatische Verarbeitung spart Zeit sowie Kosten, reduziert Fehler und erleichtert die Einhaltung gesetzlicher Vorgaben. //

Unsere Autoren: Stephan Hachmeyer ist Steuerberater und Wirtschaftsprüfer, Julius-Martin Kaune Steuerberater bei der Gehrke Econ Steuerberatungsgesellschaft.



## Kontakt:

**Stephan Hachmeyer**  
Geschäftsführender Gesellschafter  
Gehrke Econ GmbH  
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft  
Aegidientorplatz 2 b  
30159 Hannover  
  
Telefon: +49 511 70050-189  
E-Mail:  
[stephan.hachmeyer@gehrke-econ.de](mailto:stephan.hachmeyer@gehrke-econ.de)

## So funktioniert die Umstellung auf E-Rechnung in der Zusammenarbeit mit der Volkswagen Financial Services

Wie vorher beschrieben dürfen Rechnungen an Geschäftskunden von 2027 an nur noch elektronisch im EU-Standardformat EN 16931 (zum Beispiel XRechnung) gestellt werden. Die technische Umsetzung der E-Rechnung erfolgt über Ihren Dealer-Management-System Anbieter. Für die Zusammenarbeit mit Volkswagen Financial Services (VW FS) ist deshalb eine rechtzeitige Anbindung über Ihr DMS erforderlich. Damit die Umstellung reibungslos verläuft, ist Ihre frühzeitige Mitarbeit entscheidend. Klar ist: Je früher Betriebe die Anbindung mit ihrem DMS-Anbieter abstimmen, desto einfacher wird der Umstieg im laufenden Betrieb. Wer rechtzeitig startet,

- garantiert sich eine gesetzeskonforme Rechnungsstellung,
- sichert sich stabile Prozesse,
- profitiert von einer schnelleren Zahlungsabwicklung
- und vermeidet Rückfragen bzw. Umwege.

### Tipps zur Vorbereitung

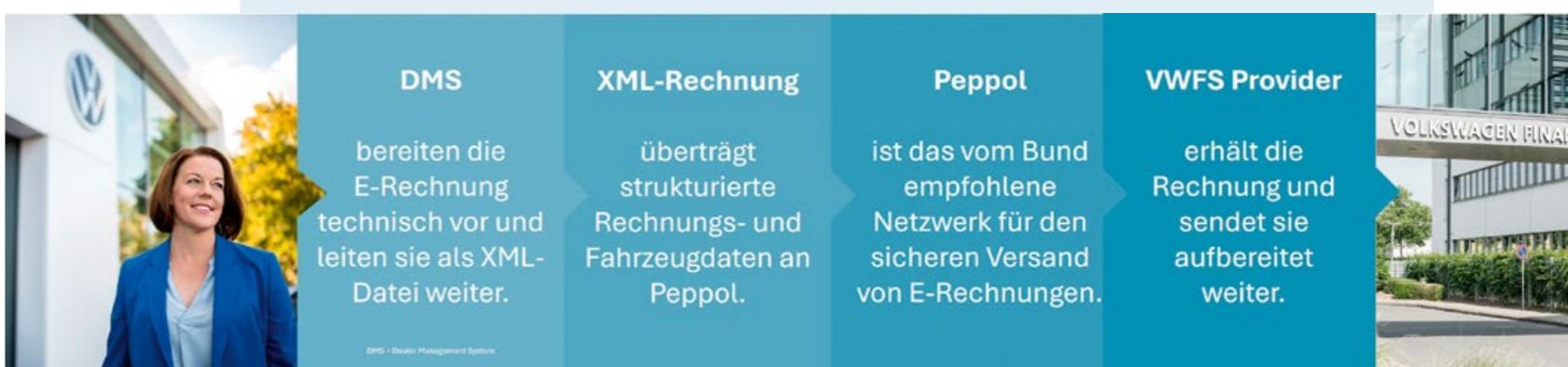
1. Fragen Sie proaktiv bei Ihrem DMS-Anbieter nach, ob die Anbindung an die VW FS bereits geplant oder vorbereitet wird.
2. Klären Sie frühzeitig, welche Bedingungen und Schritte erforderlich sind, damit die E-Rechnung reibungslos aus Ihrem System gesendet werden kann.
3. Benennen Sie eine Ansprechperson in Ihrem Haus, die für Rückfragen erreichbar ist.
4. Signalisieren Sie Ihr Interesse an einer frühen Umsetzung.
5. Melden Sie Probleme oder Unklarheiten frühzeitig.

### Der Ablauf der Anbindung

1. Kontaktaufnahme mit dem DMS-Anbieter: erste Abstimmung zu Anforderungen und Planung
2. Technische Vorbereitung: Abstimmung zu Rechnungsinhalten, fahrzeugbezogenen Daten und technischen Übermittlungswegen
3. Erste Umsetzung und Funktionstest: technische Anbindung und erste Testrechnungen
4. Auswahl eines Pilot-Autohauses bei Händlergruppen: realer Testlauf
5. Testphase und Validierung: Prüfung der E-Rechnungen durch VW FS
6. Roll-out-Vorbereitung: Gruppenbildung und Zeitplan für Anbindung
7. Produktiver Versand: E-Rechnungen werden automatisiert über das DMS an die VW FS gesendet

### Unterstützung bei jedem Schritt

Die Volkswagen Financial Services begleiten den gesamten Prozess – von den ersten Fragen bis zum Roll-out. Die technische Umsetzung erfolgt über den DMS-Anbieter, bei Rückfragen können Sie sich aber jederzeit über unsere Support-Adresse melden: [support-eRechnungsversand@vws.com](mailto:support-eRechnungsversand@vws.com)



# Auf dem Weg in die komplexe Welt der Nachhaltigkeitsberichterstattung

Von Ellen Schmidt ■

Mithilfe des Beratungsunternehmens ESIIS (zukünftig Ecovice) erlernen Autohäuser aus dem Volkswagen Konzern die Berichterstattung nach der Corporate Sustainability Reporting Directive. Dazu gehören nicht nur die Wertschöpfungskette zu definieren, Stakeholder zu kategorisieren, die Wesentlichkeit der vorgegebenen Europäischen Nachhaltigkeitsberichtsstandards (ESRS) zu bestimmen. Darunter fallen vielmehr auch, eine Klimabilanz aufzustellen und zu wissen, wie sich die Kennzahlen nach der EU-Taxonomie ermitteln.

Die von der Autobusiness Partner Service GmbH (kurz: APS) organisierten Online-Lehrgänge zur Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD) und zu freiwilligen Standards für kleine und mittlere Unternehmen (VSME) sind als Gruppenberatung angelegt. Dies ermöglicht einen praxisbezogenen Dialog unter den Teilnehmern. Jens Harig, Geschäftsführer des Beratungsunternehmens ESIIS, erklärt: „Unser Ziel bei der Durchführung der Workshop-Reihe ist es, die Regulatorik nach CSRD und VSME für die teilnehmenden Unternehmen einfach sowie pragmatisch effizient umsetzbar zu machen. Hierfür liefern wir



Jens Harig  
Geschäftsführer der ESIIS GmbH

konkrete Vorlagen, Textvorschläge und Hilfestellungen aus unserer umfangrei-

chen praktischen Erfahrung aus einer Vielzahl an Projekten mit verschiedenen involvierten Wirtschaftsprüfungsgesellschaften.“

## Doppelte Wesentlichkeitsanalyse

Zwei der Workshops (und auch zwei der Fragen- und Antworten-Termine aus der Reihe) widmeten sich dem wichtigen Thema der doppelten Wesentlichkeitsanalyse. Dies geschieht vor dem Hintergrund, dass im Rahmen der CSRD-Nachhaltigkeitsberichterstattung eine solche verpflichtend durchzuführen ist. Es ist zu bewerten, inwieweit die vorgegebenen Standards (European Sustainability Reporting Standards, abgekürzt ESRS), die sich

in die Bereiche Umwelt, Soziales und Unternehmensführung gliedern, nicht nur wesentliche Auswirkungen auf das Unternehmen haben. Es gilt zudem zu erkennen, welche Risiken und Chancen diese Standards in sich bergen.

Warum doppelte Wesentlichkeit? Es werden zwei Perspektiven eingenommen:

- die Inside-out-Perspektive: Auswirkungen der Geschäftstätigkeit auf Umwelt und Gesellschaft (negativ oder positiv)
- die Outside-in-Perspektive: Auswirkungen von Nachhaltigkeitsthemen auf den Unternehmenserfolg (Risiko oder Chance).

Ein Nachhaltigkeitsaspekt ist dann berichtspflichtig, wenn die Auswirkungen, Risiken und Chancen in einer oder beiden Perspektiven als wesentlich eingestuft wurden. Die Auswirkungen werden im Englischen mit dem Wort „Impacts“ beschrieben und die Risiken und Chancen mit „Risk and Opportunities“. Abgekürzt werden diese drei Wörter dann mit IRO.

## Unterstützungsleistungen des Volkswagen Konzerns

Ausgehend von dem komplexen Thema der Wesentlichkeitsanalyse und der äußerst umfangreichen Liste der ESRS bietet die Volkswagen Group Hilfestellung. Im Rahmen ihres Projektes goTOzero Retail stellt diese Templates sowie Leitfäden zur Verfügung, die auch im Infoportal verfügbar gemacht wurden. Diese Templates basieren auf branchenspezifisch gewählten Kriterien. Sie sollen als Orientierungshilfe für die unternehmensindividuelle Auswahl der wesentlichen Nachhaltigkeitsaspekte dienen. Auch in den Workshops wurde auf die auf Autohäuser angepasste IRO-Vorschlagsliste zurückgegriffen, um die Webinare mit zusätzlichen Beispielen anzureichern.

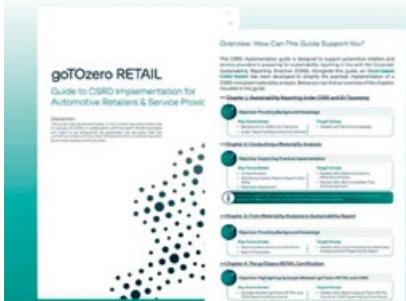
## Klimabilanz

Das Thema Klimabilanz, auch unter CO<sub>2</sub>-Bilanz bekannt, wurde in einem Grundlagen-Workshop und einem Fragen- und Antworten-Termin behandelt. Die Bilanz zeigt dabei den Fußabdruck des Unternehmens in Bezug auf dessen Kohlenstoffdioxid-Emissionen wie auch anderer Treibhausgase auf. Die verschiedenen Emissionsdaten aus den ver-

## Kostenlose CSRD-Unterstützung für den Automobilhandel

VOLKSWAGEN GROUP

### Schriftlicher CSRD-Leitfaden



- ✓ Gewinnen Sie detailliertes Hintergrundwissen über die CSRD und regulatorische Entwicklungen
- ✓ Erhalten Sie praktisches Wissen zur Durchführung einer Wesentlichkeitsanalyse und zur Identifizierung individueller Berichtsanforderungen
- ✓ Identifizieren Sie Synergien zwischen Ihrer goTOzero RETAIL-Leistung und Ihren Berichtspflichten

### Excel-Basiertes CSRD-Toolkit



#### Gebrauchsfertiges Template für die Durchführung einer Wesentlichkeitsanalyse:

- ✓ Vorausgefüllte Wertschöpfungskettenanalyse & Stakeholder Mapping
- ✓ ~190 Automobilhandel-spezifische Auswirkungen, Risiken und Chancen (IROs)
- ✓ Vorlagen für die Durchführung der Wesentlichkeitsbewertung direkt im Excel, einschließlich Ergebnisübersicht

## Workshopreihe

„Der Workshop vermittelt die Inhalte des komplexen und umfangreichen Themas Nachhaltigkeitsberichterstattung sehr anschaulich. Im Fokus stehen der Bezug auf unsere Branche und die Umsetzung in der betrieblichen Praxis. Dadurch ist der Workshop ausgesprochen hilfreich und bietet eine sehr gute Vorbereitung auf die künftigen Berichtspflichten.“

**Mario Pommer**, LÖHR & BECKER AG



## Unterstützungsleistungen der VW Group

„Als modern aufgestellte Autohaus-Gruppe ist es uns ein besonderes Anliegen den Wandel hin zur nachhaltigen Mobilität aktiv mitzugestalten und zu beschleunigen. Das CSRD-Toolkit ermöglicht alle wichtigen Nachhaltigkeitsaspekte entlang unserer Wertschöpfungskette zu messen und Verbesserungspotenziale zu identifizieren.“

**Dr. Kai Förstl**, Autohaus Michel GmbH & Co. KG



schiedenen Emissionsquellen werden im ersten Schritt der Bilanzierung erfasst, um sie so dann in CO<sub>2</sub>-Äquivalente umzurechnen. Diese Datenbasis soll dazu dienen, die größten Emissionsquellen im Unternehmen zu identifizieren sowie Maßnahmen zur Reduzierung festzulegen. Dies ist zumeist nicht nur mit Einsparpotenzialen auf Emissionsseite, sondern auch auf Ausgabenseite verbunden.

den regulatorischen Änderungen zur Nachhaltigkeitsberichterstattung integriert. Die letzten Termine im neuen Jahr sind darauf ausgerichtet, den Teilnehmern die zum Jahrhenden hoffentlich feststehenden Regelungen zu vermitteln.

Derzeit ist zu erwarten, dass sich die Unternehmensgrößen zur CSRD-Berichtspflicht nach oben verändern werden. So soll die Berichtspflicht voraussichtlich ab 1.750 Mitarbeitern wie auch 450 Mio. Euro Umsatz gelten.

Unternehmen, die diese Schwellen nicht überschreiten, werden sich dennoch mit Aussagen zu Nachhaltigkeitskennziffern konfrontiert sehen: Dies aufgrund der Anforderungen in der Lieferkette und von Banken und Versicherungen. So wird eine Orientierung der Berichterstattung am freiwilligen VSME-Standard immer wahrscheinlicher. //

Unsere Autorin ist Referentin Business Management beim VAPV.

# Stabübergabe

## bei der VAPS GmbH

Von AUTOBUSINESS ■

Mit mehr als 35 Jahren Erfahrung als IT-Dienstleister für Autohäuser im Volkswagen und Audi Umfeld ist die VAPS GmbH heute Marktführer. Anfang Oktober 2025 hat Wolfgang Franz Pelousek die Geschäftsführung von Troy Rass übernommen. AUTOBUSINESS sprach mit beiden Managern über die digitale Transformation und die künftige geschäftliche Ausrichtung.

**W**enn der scheidende VAPS-Geschäftsführer Troy Rass auf die vergangenen vier Jahre zurückblickt, wird schnell klar: Hier wurde nicht an der Oberfläche gearbeitet. „Als ich 2022 anfing, stand die VAPS vor großen Herausforderungen. Wir hatten gewachsene Strukturen, veraltete Prozesse und eine IT-Landschaft, die dringend modernisiert werden musste“, erklärt Rass. Was folgte, war eine konsequente Modernisierung – technisch, strukturell und strategisch.

Die Digitalisierung der Prozesse war der erste Schritt. „Wir haben systematisch analysiert, wo manuelle Arbeitsschritte unsere Partner und uns selbst ausgebremst haben, und diese automatisiert“, so Rass. Parallel dazu entwickelte er eine umfassende Cloud-Strategie für die gesamte Gruppe und die angeschlossenen Autohäuser. „Cloud ist kein Selbstzweck, sondern die Basis für Flexibilität, Skalierbarkeit und moderne Services.“

Ein besonderer Schwerpunkt lag auf IT-Sicherheitskonzepten. „Die Bedrohungslage hat sich in den letzten Jahren massiv verschärft. Wir haben einen kompletten

Sicherheitswandel durchgeführt – von der Infrastruktur bis zu den Prozessen“, betont Rass.

Im Zuge neuer regulatorischer Anforderungen und stetig wachsender Datenvolumina stand in diesem Rahmen eines der bislang größten Digitalisierungsprojekte im Autohandel an. Mit ihrer Erfahrung hat die VAPS den flächendeckenden Roll-out von D3-Edge-Servern erfolgreich umgesetzt und den Handel technologisch entscheidend gestärkt. Ziel war es, Datenverarbeitung und IT-Sicherheit auf ein neues Niveau zu heben. Darüber hinaus übernimmt die VAPS den weiterführenden Service und Support – und realisierte das gesamte Projekt in bemerkenswert kurzer Zeit. Das Ergebnis: deutlich höhere Sicherheitsstandards für alle Kunden und die gesamte Gruppe.

Hinzu kam der Ausbau von Managed Services. „Wir wollten den Autohäusern mehr abnehmen – nicht nur Produkte liefern, sondern auch umfassende Services bereitstellen, die sie entlasten“, erklärt Troy Rass. Diese Services sind heute fester Bestandteil des VAPS-Portfolios und werden von den Partnern intensiv genutzt.

### Die Übergabe – ein geplanter Schritt

Die Übergabe der Geschäftsführung ist kein abrupter Wechsel, sondern ein durchdachter Prozess. „Wolfgang Pelousek hat zum 1. Oktober offiziell übernommen, aber ich bleibe bis Ende 2025 als Geschäftsführer an Bord“, erklärt Troy Rass. „Das gibt uns Zeit für einen reibungslosen Übergang und stellt sicher, dass nichts verloren geht.“ Für ihn ist es der richtige Zeitpunkt: „Die technische Transformation ist abgeschlossen. Die Systeme laufen stabil, die Prozesse sind digitalisiert, die Cloud-Strategie steht. Jetzt geht es darum, auf dieser Basis weiterzubauen – und dafür ist Wolfgang genau der Richtige.“

### Die Zukunft – Pelousek setzt auf Services und Kundenfokus

„Die VAPS ist ein Unternehmen vom Handel für den Handel – und genau darin liegt unsere Stärke“, erklärt Wolfgang Pelousek gleich zu Beginn. Die besondere Konstellation aus Volkswagen und Audi Partnerverband sowie Wirtschaftsbetrieben verleiht der VAPS GmbH eine einzigartige Nähe zum Markt. „Unsere Ausrichtung basiert auf den konkreten Anforderungen der Vertragspartner. Wir

verstehen ihre Prozesse, ihre Herausforderungen – und stellen Services bereit, die wirklich helfen.“

Sein Fokus liegt ganz klar auf der Weiterentwicklung der digitalen Strategie und auf einem klaren Kundenfokus. „Jetzt geht es darum, diese Services noch stärker auf die Bedürfnisse unserer Kunden auszurichten“, so Pelousek.

IT-Sicherheit bleibt dabei ein zentrales Thema. „Die Anforderungen steigen weiter – von Herstellerseite und durch die allgemeine Bedrohungslage. Wir entwickeln unsere Sicherheitslösungen kontinuierlich weiter und bieten unseren Partnern hier maximale Unterstützung.“

### Der Kunde im Mittelpunkt

Ein zentrales Anliegen von Wolfgang Pelousek ist es, den Dialog mit den Kunden zu intensivieren. „Für mich steht der Austausch mit unseren Partnern im Mittelpunkt. Wir wollen noch genauer verstehen, was sie brauchen, und gemeinsam Lösungen entwickeln“, erklärt er.

Diese Kundenorientierung ist kein Schlagwort, sondern Programm. „Unsere Lösungen entstehen aus der Perspektive des Autohauses. Wir denken vom Kunden her – nicht vom Produkt“, betont Pelousek. Das bedeutet auch: praxisnahe Umsetzung der Herstellervorgaben. „Unsere Aufgabe ist es, die Anforderungen der Hersteller für unsere Partner praktikabel und effizient umzusetzen – und dabei immer die Perspektive des Autohauses im Blick zu behalten.“

Dabei setzt Pelousek auf Verlässlichkeit: „Wir sagen nicht nur, was wir vorhaben – wir setzen es auch um. Darauf können sich unsere Partner verlassen.“

### Ausblick

Die VAPS GmbH steht auf solidem Fundament. Troy Rass hat in vier Jahren die technische Basis geschaffen, Wolfgang Pelousek

führt diese Arbeit fort und setzt neue Schwerpunkte. „Stillstand ist keine Option“, sagt Pelousek. „Die Anforderungen verändern sich – und wir entwickeln uns mit ihnen.“

Auch neue Geschäftsfelder rücken in den Fokus. „Unser Know-how ist übertragbar. Wir sehen Potenzial darin, unsere Lösungen auch für andere Marken und Bereiche zu öffnen – ohne unsere Kernkompetenz im Volkswagen und Audi Umfeld zu verlieren“, erklärt Pelousek.

Die Übergabe ist ein Beispiel dafür, wie Führungswechsel funktionieren können: durchdacht, respektvoll und mit klarem Blick nach vorne. Mit Dankbarkeit für das Erreichte und Tatendrang für das, was noch kommt.

**AUTOBUSINESS** bedankt sich bei Troy Rass für vier erfolgreiche Jahre und wünscht Wolfgang Pelousek viel Erfolg für die Zukunft der VAPS GmbH. //



Wolfgang Franz Pelousek und Troy Rass



# VAPS und SEG: Lösungen aus der Gruppe

## Wir verstehen das Autohaus-Business – ganzheitlich und partnerschaftlich.

Die Anforderungen an moderne Autohäuser wachsen – digital, organisatorisch und sicherheitstechnisch.

VAPS und SEG, zwei starke Partner mit tiefem Branchenverständnis, bündeln ihre Kompetenzen und bieten gemeinsam Lösungen, die exakt auf die Praxis zugeschnitten sind.

Von Jennifer Woyke ■

**E**in Blick auf unser Schaumbild zeigt: Vom Verkauf über Service und Werkstatt bis zur Verwaltung – wir sind in allen Bereichen präsent und unterstützen mit praxisnahen, wirtschaftlichen und starken IT-Dienstleistungen. Unsere Dienstleistungen greifen ineinander und unterstützen dort, wo es zählt: direkt im Tagesgeschäft.

Autohaus und liefern Lösungen, die funktionieren. Aus der Praxis, für die Praxis – mit einem tiefen Verständnis für Ihre täglichen Herausforderungen. ■■

Unsere Autorin ist Communication Manager bei der VAPS GmbH.

**VAPS und SEG – gemeinsam stark für Ihr Autohaus.**

## Ihre Expertise liegt im Fahrzeugverkauf – unsere in Ihrer IT

Ob Prozessoptimierung, IT-Sicherheit, digitale Infrastruktur oder branchenspezifische Anwendungen: Wir kennen die Abläufe im

### Mobilitätslösungen

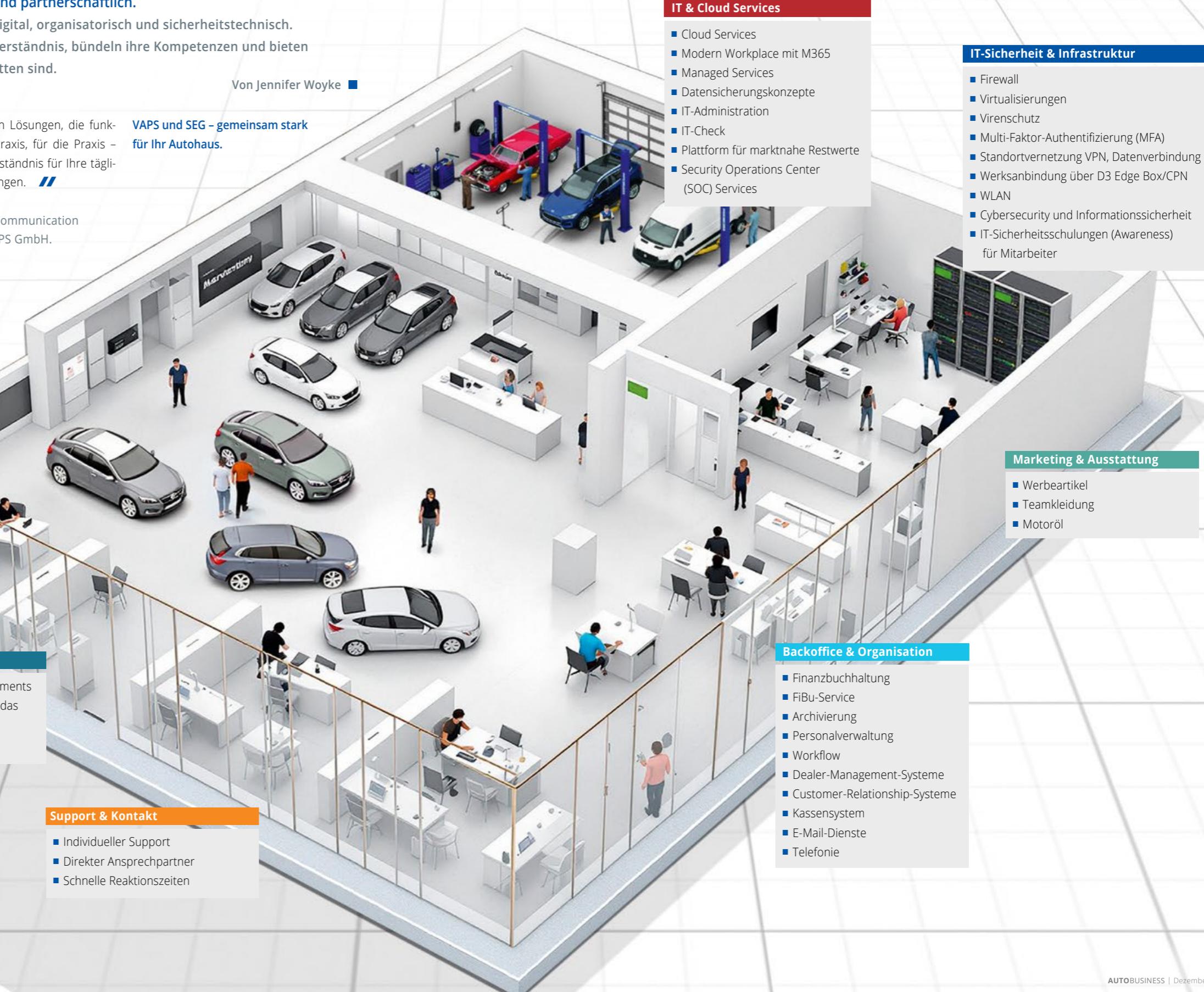
- Fahrzeug-Vermietsoftware
- Mobilitätskonzepte

### Fahrzeugverwaltung

- Prozesssteuerung des Fahrzeugmanagements
- Steuerung von Verkaufsprozessen über das Smartphone
- Fahrzeugakte

### Support & Kontakt

- Individueller Support
- Direkter Ansprechpartner
- Schnelle Reaktionszeiten



# Sicher unterwegs im IT-Dschungel

Von Stefan Wasse ■

In der heutigen digitalen Welt wird die Nutzung von IT-Lösungen ohne Frage immer komplexer. Die VAPS unterstützt ihre Kunden mit einer Vielzahl an Hardware- und Software-Lösungen sowie umfangreichen Service-Angeboten.



haben wir beispielweise den Patch-Prozess für die Firewall-Systeme (VASEC) auf ein höheres Niveau gehoben. Dadurch können wir jetzt noch besser auf Bedrohungen reagieren sowie neue Sicherheitslücken schneller schließen.

## VAPS-Service-Modell

Das neue Service-Modell der VAPS wurde durch einen Managed Service erweitert. Eine detaillierte Übersicht (siehe rechte Seite) beschreibt den Service „Server-Virtualisierung“. Premium-Service-Elemente sind darüber hinaus bereits in der Entwicklungsphase.

Zum Abschluss noch ein paar wichtige Neuigkeiten sowie ein kleiner Überblick über die Service Roadmap:

Zum großen Service-Portfolio der VAPS gehören neben Projekte & Implementierungen natürlich auch Support, Infrastruktur und Netzwerk & Security Services. So unterstützen wir unsere Kunden bei der Installation von neuen Hardware-Komponenten (inklusive der Konfiguration) und – bei Bedarf – bei der Migration der Daten auf das neue System.

heitsumfrage gecheckt. Nach dem Abschluss jedes Tickets gab es die Möglichkeit, den Service zu bewerten und diese durch einen Kommentar zu ergänzen. Das Ergebnis: Der NPS-Wert (Net-Promoter-Score) lag höher als 80. Das bedeutet: Sie sind mit unserer Dienstleistung sehr zufrieden!

## Infrastruktur und Netzwerk & Security Services

Ist dieser Schritt geschafft, bleiben wir selbstverständlich an Ihrer Seite – Stichwort Support. Unsere erfahrenen Mitarbeitenden leisten telefonische Unterstützung im Falle von Anfragen oder Störungen. Dazu ein Hinweis: Wie gut unsere Leistung bewertet wird, haben wir seit April 2025 mithilfe einer Zufrieden-

■ **Hyper-V und Azure Local:** Hyper-V und Azure Local werden als Alternative zu VMware angeboten

■ **VMware Version 9:** Die Lizenzierung wird komplexer und in der Regel kostspieliger. Wir beraten und unterstützen Sie bei dem Wechsel auf einen neuen Hypervisor

■ **Immutable Cloud Back-up:** Im Laufe des vierten Quartals 2025 werden wir eine Immutable-Back-up-Lösung anbieten. Das ist Ihre Versicherung, um auf eine Ransomware vorbereitet zu sein. (Hinweis: Ein immutable Back-up kann nicht modifiziert oder verschlüsselt werden.)

Offerings	Beschreibung
Managed Service	Das System wird bis zur Oberkante Betriebssystem betreut. Die administrativen Aufgaben werden von der VAPS übernommen.
Premium Service	Individuelle Anforderungen können durch einzelne Service-Elemente wie zum Beispiel „Back-up Management“ erfüllt und das IT-Team dauerhaft und nachhaltig entlastet werden.
Remote Support Service	Remote-Unterstützung bei der Administration und im Falle von Störungen.
Basis-Plus Paket	Planung, Koordination, Installation & Konfiguration. Übernahme der existierenden Virtuellen Maschinen (VMs) & bei Bedarf Migration. Test, Abnahme und Übergabe inkl. Systemdokumentation.
Basis Paket	Server & Storage System auf Basis Microsoft Hyper-V oder VMware. Bei Bedarf kann das System durch eine Back-up-Lösung ergänzt und durch eine unterbrechungsfreie Stromversorgung (USV) abgesichert werden.

■ **Managed Service für Server-Virtualisierung:** Von Ende des Jahres an bietet die VAPS einen Managed Service für Hyper-V und Azure Local an. In Kürze folgt der Service für VMware Systeme.

■ **Managed Service für M365:** Der Service ist in der Entwicklungsphase und wir starten in Kürze den ersten Piloten mit einem Kunden. Anfang 2026 wird das VAPS-Portfolio durch diesen neuen Service ergänzt.

■ **IT-Admin:** Der Service bekommt ein Update und kann durch neue Service-Optionen erweitert werden. Zudem kann dieser durch eine Integration mit weiteren Services zusätzliche Anforderungen leichter erfüllen.

■ **Zusatznutzen-Verträge:** Diese werden durch produktspezifische Supportverträge ersetzt und können ebenfalls durch weitere Optionen an individuelle Kundenbedürfnisse angepasst werden.

■ **Security Service:** Um die regulatorischen Anforderungen einfacher zu erfüllen, werden wir maßgeschneiderte Services Service und Pakete anbieten. Im ersten Quartal 2026 werden weitere Services die Security-Service-Familie erweitern. //

Unser Autor ist IT-Director bei der VAPS GmbH.

## Kontakt:

VAPS GmbH  
Stefan Maletz  
Kollberg 9  
30916 Isernhagen

Telefon: +49 5136 9362-455  
E-Mail: [stefan.maletz@vaps.de](mailto:stefan.maletz@vaps.de)  
Internet: [www.vaps.de](http://www.vaps.de)



# Zuverlässig, partnerschaftlich, zukunftssicher

Von Tim Kaufmann ■

Mit VAPS als Partner setzen Autohäuser auf eine IT-Sicherheitsstrategie, die nicht nur schützt, sondern auch Vertrauen schafft – bei Kunden, Mitarbeitenden und Herstellern.

In einer zunehmend digitalisierten Welt, in der moderne Autohäuser auf vernetzte Systeme und sensible Kundendaten angewiesen sind, gewinnt IT-Sicherheit massiv an Bedeutung. Die VAPS hat sich als spezialisierter Dienstleister für IT & Schutz im Autohaus etabliert und bietet seit Jahren zuverlässige, praxisnahe sowie auf die Branche zugeschnittene Sicherheitslösungen – und das mit einem bemerkenswerten Erfolgsnachweis: Bis heute ist kein sicherheitsrelevanter Vorfall auf eine von VAPS verantwortete Lösung zurückzuführen.

**Partnerschaft mit den Marktführern**  
VAPS setzt konsequent auf Qualität und arbeitet eng mit den führenden Herstellern der IT-Sicherheitsbranche zusammen. Die Grundlage bildet ein intelligentes IT-Security-Bundle, das speziell für die Anforderungen im Autohaus konzipiert wurde. Dieses umfasst:

## ■ **KI-basierte Next-Generation Firewall von Palo Alto Networks**

Diese bietet Schutz auf höchstem Niveau durch automatisierte Bedrohungserkennung und -abwehr.

### ■ **Endpoint Protection**

#### ● **NG-Endpoint Security mit Palo Alto Cortex XDR**

Auf diese Weise gelingt eine ganzheitliche Absicherung der Endgeräte mit proaktiver Bedrohungsanalyse.

#### ● **Klassischer Virenschutz mit bewährten Lösungen wie Symantec Antivirus oder Windows Defender**

Ergänzende Sicherheit für bekannte Bedrohungsszenarien wird so garantiert.

### ■ **Managed Services für maximale Sicherheit**

Ein besonderes Highlight im Portfolio von VAPS ist der neue VAPS Managed Service für Server-Infrastrukturen. VAPS übernimmt dabei die komplette Betreuung der IT-Systeme im Autohaus – unabhängig davon, ob diese lokal, hybrid oder in der Cloud betrieben werden. Von regelmäßiger Wartung über Sicherheitsupdates bis hin zur kontinuierlichen Systemüberwachung: VAPS sorgt dafür, dass die Infrastruktur stets auf dem neuesten Stand ist und zuverlässig vor Cyberbedrohungen geschützt bleibt. So gewinnen Autohäuser nicht nur Sicherheit, sondern auch wertvolle Zeit für ihr Kerngeschäft.

### ■ **Maßgeschneiderte Sicherheit – ohne Kompromisse**

Die Lösungen von VAPS sind nicht nur technologisch führend, sondern auch praxisnah und wirtschaftlich sinnvoll. Sie orientieren sich konsequent an den realen Anforderungen im Autohaus und lassen sich flexibel skalieren.

Das Ergebnis: Ein Höchstmaß an Sicherheit, ohne den operativen Betrieb zu beeinträchtigen. Mit VAPS als Partner setzen Autohäuser auf eine IT-Sicherheitsstrategie, die nicht nur schützt, sondern auch Vertrauen schafft – bei Kunden, Mitarbeitenden und Herstellern. Die Kombination aus technischer Exzellenz, Branche-Kenntnis sowie partnerschaftlicher Zusammenarbeit macht VAPS zum verlässlichen Begleiter in einer digitalen Zukunft. //

Unser Autor ist Head of Sales bei der VAPS GmbH.

### **Kontakt:**

VAPS GmbH

**Tim Kaufmann**

Head of Sales

Kollberg 9

30916 Isernhagen

Telefon: +49 5136 9362-102

E-Mail: [tim.kaufmann@vaps.de](mailto:tim.kaufmann@vaps.de)



# Innovationen aus gelebter Partnerschaft

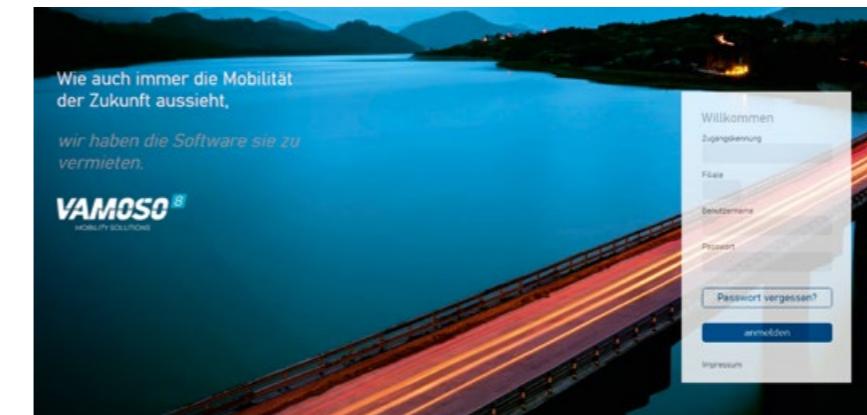
Von Lars Kaiser ■

Seit mehr als 30 Jahren verbindet die VAPS GmbH und die Euromobil GmbH eine enge und vertrauliche Zusammenarbeit. Gemeinsam unterstützen die Partner Händler und Kunden mit innovativen Lösungen, die den Mobilitätsalltag im Autohaus nachhaltig verbessern.

Die Partnerschaft von VAPS und Euromobil hat sich ohne Frage im Laufe der Zeit von einer losen Kooperation zweier Tochterunternehmen zu einer starken Gemeinschaft gewandelt. Ein Meilenstein dieser Zusammenarbeit war die Einführung der SaaS-Plattform VAMOSO

schen VAPS und Euromobil fließen Ideen schnell in konkrete Lösungen ein. Die Plattform überzeugt durch ihre intuitive Benutzeroberfläche, die Prozesse beschleunigt sowie Fehlerquellen reduziert. Dank der cloudbasierten Architektur ist VAMOSO jederzeit aktuell, sicher und ortsunabhängig nutzbar.

zelle Marke beschränkt. Die Plattform unterstützt Mehrmarken-Betriebe und freie Autohäuser gleichermaßen und wächst kontinuierlich durch die Zusammenarbeit mit zahlreichen Herstellern, Importeuren und Mobilitätsdienstleistern. So entsteht ein breites Partnernetzwerk, das den Nutzern echten Mehrwert bietet.



vor vier Jahren. Mit dem Ziel, moderne und flexible Prozesse für die Fahrzeugvermietung zu schaffen, übernahm die VAPS GmbH als Systemführer die Verantwortung für die Weiterentwicklung der Lösung. Das Ergebnis: eine Plattform, die heute als führende Vermiet-Software im Autohaus gilt – und den höchsten Marktanteil in diesem Segment erreicht.

### **VAMOSO – die Nummer Eins der Vermiet-Software**

Was VAMOSO besonders macht, ist die enge Verzahnung mit den Anforderungen des Marktes. Durch den offenen Austausch zwi-

Ein weiterer Vorteil liegt in der modularen Struktur: Händler können die Software individuell auf ihre Bedürfnisse zuschneiden – vom kleinen Betrieb bis zum großen Mehrmarkenhaus. Die einfache Integration in bestehende Systemlandschaften wie DMS, CRM, Archiv- oder Buchhaltungslösungen sorgt für maximale Effizienz. Auch im Bereich Reporting und Controlling bietet VAMOSO umfassende Auswertungsmöglichkeiten, die Transparenz sowie strategische Planung fördern.

### **Mehr als eine Lösung – ein wachsendes Netzwerk**

VAMOSO ist längst nicht mehr auf eine ein-

Die Partnerschaft zwischen VAPS und Euromobil ist ein Paradebeispiel für gelebtes Vertrauen und gemeinsames Wachstum. Diese zeigt, wie aus langjähriger Zusammenarbeit echte Innovation entstehen kann – nah am Markt, nah am Kunden. Mit VAMOSO haben beide Unternehmen eine Plattform geschaffen, die das Vermietgeschäft im Autohaus nicht nur digitalisiert, sondern auch strategisch weiterdenkt. //

Unser Autor ist Head of Product & Customer Relations/Sales bei der VAPS GmbH.



### **Kontakt:**

VAPS GmbH

**Lars Kaiser**

Kollberg 9

30916 Isernhagen

Telefon: +49 5136 9362-372

E-Mail: [lars.kaiser@vaps.de](mailto:lars.kaiser@vaps.de)

# Digitalisierung im Autohaus: Wenn Prozesse den Unterschied machen

Von Tobias Meyer ■

In Zeiten steigender Komplexität, zunehmender Anforderungen der Hersteller und knapper Personalressourcen ist es wichtiger denn je, Prozesse im Autohaus nicht dem Zufall zu überlassen. Mit easy-car-sales lassen sich Abläufe digital strukturieren, steuern und auswerten.

Im modernen Automobilhandel sind reibungslose Abläufe mehr als nur ein Wettbewerbsfaktor – diese sind eine Grundvoraussetzung für wirtschaftlichen Erfolg. Ob Hereinnahme, Verkauf oder Auslieferung – in vielen Autohäusern sind die

Prozesse zwar klar im Kopf, aber nicht immer klar im System. Dieser Umstand führt zu Medienbrüchen, Datenverlust, ineffizienter Kommunikation und last but not least zu unzufriedenen Mitarbeitenden sowie Kunden.

Mit dem Geschäftsprozess-Modul von easy-car-sales bietet die SEG System-EDV und Organisationsgesellschaft mbH eine praxisorientierte Lösung für genau dieses Problem: ein digital gestütztes Prozessmanagement, das Transparenz schafft, Ver-

antwortlichkeiten klärt und dabei hilft, auch bei komplexen Abläufen den Überblick zu behalten.

## Vom Ankauf bis zur Auslieferung – alles im Blick

Das Geschäftsprozess-Management von easy-car-sales bildet sämtliche Schritte im Verkaufszyklus eines Fahrzeugs im Autohaus systematisch ab: vom Fahrzeugankauf über den Verkaufsprozess bis hin zur Übergabe an den Kunden. Jeder Schritt ist digital geführt, nachvollziehbar dokumentiert und mit Eskalationsmechanismen versehen, um Engpässe frühzeitig zu erkennen sowie zu beheben.

## 1. Strukturierter Fahrzeugankauf und Hereinnahme-Prozess

Bereits bei der Hereinnahme eines Fahrzeugs wird die Basis für einen erfolgreichen Verkauf gelegt. Das Modul bietet unter anderem:

- eine strukturierte Erfassung aller Fahrzeugdaten in Verbindung mit der Schnittstelle zum DMS
- eine standardisierte Checkliste zur Übergabe des Fahrzeugs an das Autohaus und

- eine gezielte Weiterleitung der relevanten Gewerke (zum Beispiel Werkstatt, Aufbereitung, Lackiererei).

Diese Prozessführung stellt sicher, dass keine Informationen verloren gehen und alle beteiligten Abteilungen effizient zusammenarbeiten.

## 2. Verkaufsprozess und Genehmigung

Der Verkauf eines Fahrzeugs ist längst kein rein vertrieblicher Vorgang mehr, sondern ein interdisziplinärer Prozess. Hier bietet easy-car-sales:

- eine durchgängige Kalkulation inklusive Erlösen, Nachlässen und Prämien,
- die automatisierte Provisionsberechnung bereits bei Eingabe der Verkaufsmeldung durch Verkäufer,
- eine digitale Fahrzeugakte,
- einen integrierten Genehmigungsprozess (optional zweistufig) und
- eine zentrale Koordination der Auslieferung am Arbeitsplatz oder direkt am Fahrzeug mit der salesmate-App.

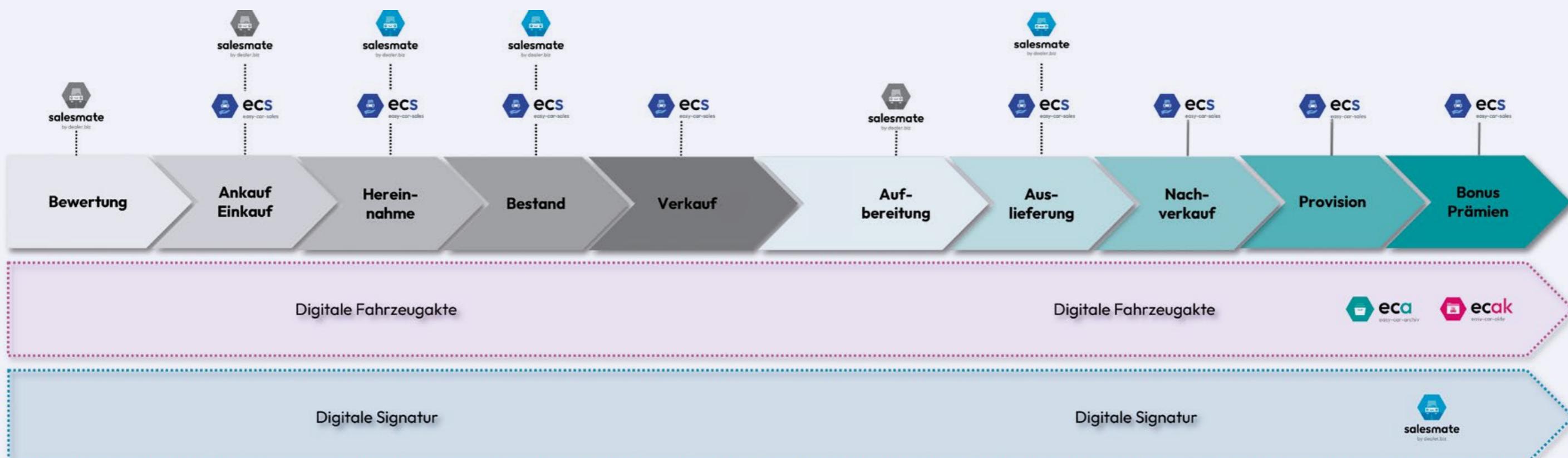
## 3. Abrechnung und Forderungsmanagement

Die Abrechnung erfolgt transparent und nachvollziehbar:

- mit einem detaillierten Abrechnungsbo gen je Fahrzeug,
- der vollständigen Darstellung aller Forderungen sowie
- der Übersicht aller Zahlungseingänge.

## 4. Controlling und Performance-Monitoring

Mit den integrierten Recherche- und Analyse-Tools lassen sich nicht nur Prozesse im Nachgang detailliert auswerten, sondern auch gezielt Optimierungspotenziale identifizieren. Neben der reinen Prozessperformance – beispielsweise Durchlaufzeiten, Eskalationen oder Verzögerungen – ermöglicht easy-car-sales zudem umfassende Auswertungen zu Auftragseingängen und Auslieferungen, zur Finanzdienstleistungsquote sowie Soll-Ist-Vergleiche auf Verkäufer- oder Teamebene. Diese fundierte Datenbasis erlaubt eine präzise Steuerung des gesamten Vertriebsprozesses und hilft dabei, wirtschaftliche Potenziale gezielt zu heben.



### Gängige Probleme – und wie easy-car-sales sie löst

In der Praxis zeigen sich in vielen Autohäusern trotz hoher Professionalität und engagierter Mitarbeitenden ähnliche Herausforderungen im Tagesgeschäft. Diese treten vor allem dann auf, wenn Prozesse nicht strukturiert abgebildet sind. Typische Probleme sind:

- verteilte Informationsquellen: Fahrzeugdaten, Kundendetails, Kalkulationen oder Werkstattaufträge sind in verschiedenen Systemen oder Excel-Tabellen abgelegt. Eine einheitliche Sicht auf den Verkaufsprozess ist dadurch kaum möglich.
- unklare Verantwortlichkeiten: Wer übernimmt den nächsten Schritt im Prozess? Wer ist für Freigaben zuständig? Ohne digitale Steuerung sind Abstimmungen zeitaufwändig und fehleranfällig.
- Prozesse nach Bauchgefühl: Fehlen standardisierte, digital abgebildete Abläufe, wird stark nach persönlicher Erfahrung oder Gewohnheit gearbeitet – mit allen Risiken für Qualität sowie Nachvollziehbarkeit.
- Eskalationen: Verzögerungen im Verkaufs- oder Auslieferungs-Prozess werden häufig zu spät erkannt – etwa, weil eine Fahrzeugfreigabe stockt oder Dokumente fehlen. Eine gezielte Steuerung und rechtzeitige Reaktion sind dann kaum noch möglich.

“

*Seit der Einführung des Prozessmoduls von easy-car-sales haben wir eine vollständige Transparenz in unseren Abläufen. Die geführten Prozesse reduzieren Rückfragen und beschleunigen die Durchlaufzeiten spürbar. Besonders hilfreich ist das integrierte Eskalationsmanagement. Auf diese Weise behalten wir auch bei hohem Verkaufsvolumen stets die Kontrolle über den Status jedes einzelnen Fahrzeugs.*

Thomas Häßler, Verkaufsleiter  
Autohaus Schmidt am Sachsenring

Diesen Herausforderungen begegnet easy-car-sales mit einem durchgängigen, digital geführten Prozessmanagement. Alle am Verkaufsprozess beteiligten Abteilungen – vom Einkauf über den Verkauf und Disposition bis hin zur Buchhaltung – arbeiten auf einer zentralen Datenbasis mit einheitlichen, klar definierten Abläufen. So entstehen digitale Leitplanken, die Orientierung geben und Fehlerquellen minimieren.

Ein besonderer Vorteil sind die integrierten Schnittstellen:

- Die Anbindung an das Dealer-Management-System sorgt für den automatisierten Datenaustausch, wodurch eine doppelte Datenpflege entfällt.
- Schnittstellen zu Zahlungsdienstleistern ermöglichen eine sichere und transparente Abwicklung von Kundenzahlungen direkt im System.
- Über digitale Anbindungen zu Zulassungsdienstleistern können Zulassungsvorgänge ohne Medienbruch oder manuelle Abstimmungen direkt angestoßen und verfolgt werden

Auf diese Weise entsteht ein nahtloser, digital gestützter Verkaufsprozess, der nicht nur die tägliche Arbeit vereinfacht, sondern auch die Kundenzufriedenheit steigert. Klar ist: Wer intern strukturiert arbeitet, kann extern besser performen.

#### Fazit: Struktur schafft Effizienz und Raum für Verkauf

In Zeiten steigender Komplexität, zunehmender Herstelleranforderungen und knapper Personalressourcen ist es wichtiger denn je, Prozesse im Autohaus nicht dem Zufall zu überlassen. Mit easy-car-sales lassen sich Abläufe digital strukturieren, steuern und auswerten. Dies entlastet die Mitarbeitenden, erhöht die Transparenz und steigert nachhaltig die Effizienz. Prozesse laufen immer – die Frage ist nur, wie gut. Mit easy-car-sales werden sie systematisch, nachvollziehbar und erfolgreich dargestellt. //

Unser Autor ist System Consultant bei der SEG System-EDV und Organisationsgesellschaft mbH.

### Die SEG-Produktfamilie für Ihre digitale Zukunft



#### easy-car-workflow

- Digitale Steuerung von Eingangsrechnungen
- Gesetzeskonforme Verarbeitung von E-Rechnungen
- Unterstützung der zentralen Rechnungslegung
- Individuelle Anpassung an die Geschäftsprozesse

#### easy-car-sales

- Ganzheitliches Fahrzeugmanagementsystem
- Workflowbasierte Begleitung und Steuerung aller Verkaufsprozesse
- Verkäuferprovisionsabrechnung
- Individuelle Gestaltung der Verkäuferprovisionen
- Umfangreiche Börsenexporte
- Auswertung aller relevanten KPIs

#### easy-car-archiv

- Gesetzeskonforme digitale Aufbewahrung von Dokumenten
- Automatisierte Belegübernahme per Schnittstellen
- Sofortiger Zugriff
- Vereinfachte Suche

#### easy-car-akte

- Prozessbegleitende digitale Vorgangsakte
- Belegorientiert
- Hohe Transparenz
- Ortsunabhängig
- Revisionsunterstützung
- Bidirektionale Schnittstelle zur DiVA

#### easy-car-fibunet

- Leistungsfähige und sichere Buchhaltungssoftware
- Entspricht den gesetzlichen Anforderungen
- Erfassung bzw. Verbuchung von Geschäftsvorfällen

#### salesmate

- Innovative App für ein smartes Tagesgeschäft
- Der Fahrzeugbestand in der Hosentasche
- Abwicklung von Probefahrten über das Smartphone
- Einfache Standortlokalisierung
- Digitale Signatur
- Inventur - zertifiziert nach IDW PS 880
- Mobiles Scannen



## Ihr mobiler Autohaus Assistent

### salesmate – die smarte App für Ihr Autohaus

Optimieren Sie Ihre Verkaufsprozesse mit salesmate. Behalten Sie Ihre **Fahrzeugbestände** jederzeit im Blick, koordinieren Sie **Probefahrten** und wickeln Sie Ihre Verträge ganz einfach mit einer **digitalen Unterschrift** ab. Auch Ihre gesamte **Inventur** lässt sich in nur vier Schritten durchführen. salesmate stellt Ihnen alle Werkzeuge zur Verfügung, um den Fahrzeugverkauf effizient und zukunftsorientiert zu gestalten!



Mobil



Ortsunabhängig



Zeitsparend

Buchen Sie Ihren  
persönlichen Beratungstermin.



Hier geht es zur salesmate-Webseite:  
[www.seghamburg.de/salesmate](http://www.seghamburg.de/salesmate)

**SEG**