

Die Werkstatt zeigt Gesicht

amz autohelden kommt, das neue Magazin für Autofahrer. Anders als alle anderen Magazine auf dem Markt konzentriert es sich ganz auf die freie Werkstatt und ihre Kunden.

Damit bekommt der freie Kfz-Servicemarkt ein Gesicht. Viermal im Jahr wird amz autohelden gemacht: von Experten für Autofahrer. Eine abwechslungsreiche Mischung aus Beiträgen rund um Auto, Teile und Service gibt Autobesitzern Sicherheit und Knowhow beim Einkauf von Werkstattleistungen.

Ersatzteile und Zubehör verschiedener Hersteller werden vorgestellt und Praxisbeispiele geliefert. Werkstätten berichten von ihrer Arbeit und zeigen ihr Können in Sachen Kraftfahrzeuge. So bekommt der Autofahrer ein Bild von der Arbeit an seinem Auto in der Werkstatt.

Nicht das Auto einer bestimmten Marke, der Autotest oder gar ein Automobilclub stehen im Vordergrund der



Berichterstattung. Bei amz autohelden geht es um das Leben mit dem Auto. Denn Mobilität ist ein wichtiger Bestandteil im Leben der meisten Menschen. Gemacht wird ein Großteil davon in der Kfz-Werkstatt.

amz autohelden profitiert vom Wissen und der langjährigen Erfahrung der Fachzeitschrift amz. Gleichzeitig spricht amz autohelden die Sprache des Endkunden. Dabei lernen die Autobesitzer echte „Autohelden“ kennen.

Werkstätten können das Magazin als Marketing-Instrument für ihren Betrieb nutzen. Ein personalisierter Umhänger zeigt dem Kunden, woher das Heft kommt. Egal, ob es im eigenen Betrieb ausliegt oder beim Friseur oder beim Bäcker um die Ecke: das interessant und professionell gestaltete Magazin sorgt immer für ein gutes Image. Die individualisierte Ausgabe ist schon ab einer Auflage von 100 Stück erhältlich. fw

Weitere Informationen gibt es unter www.amz-autohelden.de

„Ein Modell macht Schule“

Die Seminarfacharbeit des Heinrich-Böll-Gymnasiums beleuchtet Marketingkonzept von Rameder und bietet dem Unternehmen wertvolle Erkenntnisse.

Mit dem Einfluss von Marketinginstrumenten auf das Kaufverhalten der Konsumenten beschäftigte sich ein Schülertrio des Heinrich-Böll-Gymnasiums in Saalfeld. Als Gegenstand der Untersuchung entschieden sich Kevin Stoltz, Joe Schöler und Thai Nguyen Duy für das Unternehmen Rameder aus dem benachbarten Munschwitz. Mit einem Jahresumsatz

von mehr als 50 Millionen Euro ist der deutsche Anbieter für Anhängerkupplungen und Transportzubehör ein wichtiger Arbeitgeber in der Region. Rameder Anhängerkupplungen und Autoteile GmbH wurde 1996 gegründet und gilt mit weit über 180.000 deutschlandweit versendeten Anhängerkupplungen im Bereich Nachrüstung von Anhängerkupplungen und Elektrosätze als Marktführer.

Marketingleiter Jens Waldmann begleitete die drei Gymnasiasten durch das Projekt. Der vollständige Titel der Seminarfacharbeit lautet „Analyse über die Beeinflussung des Kaufverhaltens von Konsumenten mittels diverser Vermarktungsinstrumente zur Stärkung einer Marke beziehungsweise des Markennamens.“ Am Beispiel von Rameder beschäftigte man sich mit dem komplexen Wirkungsgeflecht zwischen Marketingaktivitäten und Kundenwünschen im Rahmen von ausführlichen Erläuterungen, Statistiken und Analysen. Dabei wurden auch Slogans, Kundenstruktur und Werbemaßnahmen untersucht. Über das gelungene Projekt freuten sich nicht nur die Seminarfachlehrer, sondern auch Geschäftsführer Dirk Schöler, der anmerkte: „Die umfangreiche Systematik, die hier nach wissenschaftlichen Kriterien erstellt wurde, bietet auch für uns noch wertvolle Erkenntnisse.“ Als Dank überreichte man den drei bereits volljährigen Schülern jeweils einen Gutschein für ein Fahrsicherheitstraining. jr.



Thai Nguyen Duy (von links), Joe Schöler, Nicole Trautsch und Kevin Stoltz bei der Übergabe des Gutscheins für ein Fahrsicherheitstraining. Foto: Rameder