

## AHG-Gruppe gewinnt „Internet Sales Award“

**Die Fachzeitschrift „Kfz-Betrieb“ hat den Standort Villingen-Schwenningen der AHG-Gruppe mit dem „Internet Sales Award 2014“ ausgezeichnet. Der BMW- und Mini-Händler überzeugte die Jury mit ihren Marketing- und Vertriebsaktivitäten eines „virtuellen Autohauses“ in einem Verkaufsgebiet ohne eigenen Standort. Zudem waren das selbstprogrammierte Intranet und eine intelligente Homepage mit cookiebasiertem Remarketing ausschlaggebend für den Erfolg. Erstmals wurde auch der „Sonderpreis Service“ vergeben. Er ging an das Toyota-Autohaus Chemnitz, das für seinen Kunde ein Onlinetool bereithält, mit dem sie eigenständig Werkstatttermine buchen können.**

Die weiteren Plätze des Inter-Sales-Award belegten Euro-Car Landshut, die Franz Rüschkamp GmbH in Lüdinghausen (Opel, Chevrolet, Peugeot, Suzuki, Saab), Auto Witzel in Bochum (Renault, Dacia, Alfa Romeo, Fiat, Jeep, Lancia), Auto Klaus (Opel, Fiat, Alfa Romeo) in Zell an der Mosel, das Kempener Autohaus Scharfenberg (Skoda Service), der Pforzheimer Opel-Händler Gerstel, die Hamburger Renault-Retail-Niederlassung und das Dortmunder Ebbinghaus am Tierpark sowie das Audi-Zentrum Regensburg.

„Kfz-Betrieb“ schreibt den Internet Sales Award seit 2004 bundesweit und markenübergreifend aus. Als Sponsoren sind Autoscout 24 und die Bank Deutsches Kraftfahrzeuggewerbe (BDK) beteiligt. Der Wettbewerb richtet sich an Autohäuser und freie Handelsbetriebe, die Neu- und Gebrauchtwagenverkauf über das Internet betreiben. (ampnet/jri)