

MARKETING

Marius Schwering



- Aktuelle Verkaufsprogramme
- Probefahrtkampagne SUV Range
- Kommunikation Q3-Plan
- Swiss Editions inkl. 48H Aktion
- Konfigurator neues Desgin opel.ch
- Opel@ Streetparade 2018

VERKAUFSPROGRAMME Q3



DE		MO ⁶	5)	FLEXPRÄMIE / TESTDRIVE-PRÄMIE / DIESELPRÄMIE	LAGERPRÄMIEN / LOYALITÄTSPRÄMIE / EINTAUSCHPRÄMIE / PREISSCHUTZ	RED TAG-PRÄMIE AUGUST	48H-AKTION (24./25.08.2018)		
		Aktion 050/18			Aktion 110/18	Aktion 602/18 Aktion 612/18	Aktion 610/18	ersetzt einfache Lagerprämie am 24./25. August	
	Karl	4%	6 4	B 1.5%		150 ¹⁾	Lagerprämie: 1'000 ²)		-
	ADAM	6%	6 6	5.5%		1'250 ¹⁾	Lagerprämie: 1'000 ²⁾ ET-Prämie: 1'000 ⁹⁾	Red Tag: 1'500 ¹⁰⁾ (1.9%-Leasing 750)	
CORSA	Corsa	6%	6 6	5.5%	7%	2'750 ¹⁾	Lagerprämie: 1'000 ²⁾ Loyalitätsb.: 500 ³⁾ ET-Prämie: 1'000 ⁹⁾	Red Tag: 1'500 ¹⁰⁾ (1.9%-Leasing 750)	
8	Corsa Swiss Edition (NP-Modell)			6%		Gem. VM-MA-2472 ab 15'990 (5T. / MT) ab 17'990 (5T. / AT)	Lagerprämie: 1'000 ²⁾ ET-Prämie: 500 ⁹⁾		
	Crossland X	6%	6 6	5.5%	7%	2'250 ¹⁾ (Testdrive: +750 ⁷⁾)	Lagerprämie: 1'000 ²⁾	Red Tag: 1'500 ¹⁰⁾ (1.9%-Leasing 750)	CASH: 2'000 ²⁾ LEASING: 1'000 ²⁾
	Mokka X	6%	6 6	5.5%	7%	2'250 ¹⁾ (Testdrive: +750 ⁷⁾)	Lagerprämie: 1'000 ²⁾ ET-Prämie: 1'000 ⁹⁾	Red Tag: 1'500 ¹⁰⁾ (1.9%-Leasing 750)	CASH: 2'000 ²⁾ LEASING: 1'000 ²⁾
¥	Astra	8%	6 8	3.5%	-	2°250 1)	Lagerprämie: 1'500 ²⁾ Preisschutz: 1'000 ³⁾ ET-Prämie: 1'500 ⁹⁾	Red Tag: 2'000 ¹⁰⁾ (1.9%-Leasing 1'000)	CASH: 4'500 ²⁾ LEASING: 1'500 ²⁾
ASTRA	Astra Swiss Edition (NP-Modell)	8%	6		-	Gem. VM-MA-2395 ab 24'290,- (5T. / MT) ab 25'490,- (ST / MT)	Lagerprämie: 1'500 ²⁾ ET-Prämie: 1'500 ⁹⁾		CASH: 4'500 ²⁾ LEASING: 1'500 ²⁾
	Combo Life	6%	6		1	Benzin: 1'000 ¹⁾ Diesel: 2'500 ¹⁾			
	Zafira	6%	6 6	5.5%	-	2'750 ¹⁾	Lagerprämie: 1'500 ²⁾ ET-Prämie: 1'500 ⁹⁾	Red Tag: 2'000 ¹⁰⁾ (1.9%-Leasing 1'000)	CASH: 3'000 ²⁾ LEASING: 1'500 ²⁾
	Cascada	6%	6 6	5.5%	7%	3'350 ¹⁾	Lagerprämie: 1'000 ²⁾	Red Tag: 1'500 ¹⁰⁾ (1.9%-Leasing 750)	
(Grandland X	6%	6.	.5%	7%	2'750 ¹⁾ (Testdrive: +250 ⁷⁾) Diesel-Pr.: 1'000 ⁸⁾	Lagerprämie: 1'000 ²⁾	Red Tag: 2'000 ¹⁰⁾ (0%-Leasing 1'000)	CASH: 2'000 ²⁾ LEASING: 1'000 ²⁾
	Insignia 8% 8.5% 9%		4'250 ¹⁾ 'Diesel-Pr.: 1'000 ⁸⁾	Lagerprämie: 1'500 ²⁾	Red Tag: 2'000 ¹⁰⁾ (1.9%-Leasing 1'000) (Demo 1'000)	CASH: 3'000 ²⁾ LEASING: 1'500 ²⁾			
	Ampera-e								

Aktuelle Programme Q3:

- Probefahrtprämie SUV Range
- Eintauschprämie für Corsa,
 Adam, Astra, Zafira, Mokka X
- Dieselprämie GLX, Insignia
- Red Tag Prämien
- 48H Prämien

Konstante Programme:

- Flex-Prämie
- Lagerprämie

ÜBERBLICK WETTBEWERB



Actions

Brand	Commercial strategy	Actions
SEAT	Service Pack 50% discount for all models	Special Bonus
S	Advantage Prime from CHF 1'200 3'000	Special Bonus
S	Contract Prime CHF 500 1'000 (Mii, Arona, Alhambra)	Special Bonus
S	Driving School features for free	Special Bonus
S	1 of 3 Swiss Packs for free, up to CHF 2'740	Special Bonus
S	2.9% Sommer-Leasing (gültig bis 31.08.2018) / 3.9% (gültig ab 01.07.2018)	Leasing

Brand	Commercial strategy	Actions
(Ford)	Sixty Prime on every carline from 1'500 to 4'000	Anniversary Campaign
Flored	ST-Line Bonus on every carline from 500 to 1'500	Bonus Campaign
Tird	Stock prime on every carline from 500 to 750	Stock Campaign
Tird	Ford Leasing von 0.6% (Lagerfahrzeuge) / 1.4% (Neubestellungen), 20'000 km/Jahr / 0.6%/1.4% für 12 bis 36 Monate, 3.99% für 37 bis 48 Monate	Leasing
(Ford)	Ford Credit Loyalitätsprämie von CHF 500 bis 750	Bonus Campaign
(Ford)	Eco Bonus on following carlines> Fiesta, Focus, Kuga, EcoSport, C-Max from 4'000 to 7'500(Not combinable with other campaigns)	Bonus Campaign

Brand	Commercial strategy	A	ctions	
Volkseragen	Goal Promotion from 4 to 6% on every carline (just until 15.07.2018) Campaign has	Agressiv	e Camp	oaign
Velkswagen	Anniversary bonus up to CHF 750 5'500	Anniverso		Brand
Volkswagen	Advantage Prime from CHF 1'500-3'000 (nur gültig mit Garantie+)	Bonus	Campo	RENAU
Volkswagen	Summary of max. bonus on every carline: Polo 3'500/ Golf 5'000/ T-Roc 2'880/	1	otal	
,				RENAU

Hier nur Kunden-Kampagne; Keine Händlerkampagnen, wie red tag

Campc W	70th Allinversary models with customer benefit from 400 to 1 150	Special Models
otal (PENAL	Stock bonds from 1 000. to 5 000.	Stock clearance
RENAU	5 W 155 DOMAS ITOM 2 000. 10 4 000.	Bonus Campaign
RENAL	F I BONUS ON CHO AND MEDANE (230 FOI EACH CHAMBIONSHIP BOINT THEY FEACH)	Special Bonus

Commercial strategy



SUV RANGE KAMPAGNE

Marius Schwering

MARKET RESEARCH

Fieldwork: 04/07/2018 - 10/07/2018







Grandland X
Testdrive_Klopp_25

STRENGTHS

- Strong Recognition and in consequence Breakthrough
- Above average Likeability
- Above average Understanding
- Above average Opinion
- High potential to Actively Involve the audience
- Above average Relevance, Credible News and emotional connection (Vehicle Appeal)
- High activation to take a test drive, talk to model owners and read consumer reports or other reviews.
- Overall above average Message Takeout

CHALLENGES

- Below average Branding
- Below average Brand Fit
- Average Ad Distinctiveness

September Kampagne: Stärkere Hervorhebung von Opel als Brand

KEY TAKEOUT

Opel SUV Range MP4 (ON) performed weaker than Opel Grandland X's "Testdrive_Klopp_25". The ad was well Recognized and reached strong Breakthrough potential, despite average Branding. With above average Understanding the ad communicated Interesting Price and Nice Design. However, the ad didn't incite the viewer to have a closer look at the vehicle, as this information was only averagely Relevant and Credible. Additionally, Swiss SUV intenders did not feel motivated to take a closer look at the vehicle and were averagely driven to talk to Opel SUV owners, read consumer reports/reviews or go to Opel's website.

MARKET RESEARCH

Fieldwork: 04/07/2018 - 10/07/2018





ON



STRENGTHS

- Strong Recognition and in consequence Breakthrough
- Above average Understanding

CHALLENGES

- Average Branding
- Average Ad Distinctiveness
- Average Likeability
- Below average potential to encourage Intenders to take a closer look at the vehicle

September Kampagne: Neue Banner

KEY TAKEOUT

Opel SUV Range (ON) performed weaker than Opel Grandland X's "Testdrive_Klopp_25". The ad was well Recognized and reached strong Breakthrough potential, despite average Branding. With above average Understanding the ad communicated Interesting Price and Nice Design. However, the ad didn't incite the viewer to have a closer look at the vehicle, as this information was only averagely Relevant and Credible. Additionally, Swiss SUV intenders did not feel motivated to take a closer look at the vehicle and were averagely driven to talk to Opel SUV owners, read consumer reports/reviews or go to Opel's website.

ONLINE PERFORMANCE SUV-RANGE



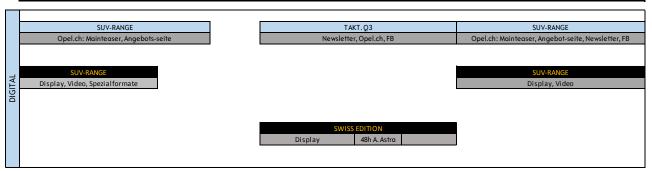
- 14.06. 31.07. Digital SUV-Range inkl. Probefahrt Prämie mit TV-Spots,
 Online-Bannern, Plakaten und Radiospots (im Juni)
- Impressions SUV-Range Online Kampagne: 24'277'684
- Besuche SUV-Range Webseite: 64'289
- Leads Probefahrt/Angebot SUV-Range: 181 (70 Facebook)
- Leads Probefahrt/Angebot generell: 478



KOMMUNIKATIONSPLAN Q3



						Q3/2018						
	J	ULI			AUG	UST				SEPTEMBER		
27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39
02.07. 08.07.	09.07. 15.07.	16.07. 22.07.	23.07. 29.07.	30.07. 05.08.	06.08. 12.08.	13.08 19.08.	20.08. 26.08.	27.08. 02.09.	03.09. 09.09.	10.09. 16.09.	17.09. 23.09.	24.09. 30.09.



	SUV-RANGE TV Spot 25"	SUV-RANGE TV
skampagnen		SWISS EDITION OOH 48H A. ASTRA
ATL QUARTALS	LCV OOH, Movano Gartenbau&Bau	Radio



SWISS EDITIONS

Marius Schwering

ONLINE PERFORMANCE SWISS EDITION



 Swiss Edition Kampagne im August mit Online Bannern, Plakaten und Radiospots

Online seit dem 13.08.:

- Impressions Swiss Edition Online Kampagne: 978'427
- Besuche Swiss Edition Webseite: 9'777
- Leads Probefahrt/Angebot Swiss Edition: 160
- Leads Probefahrt/Angebot generell: 287



48H AKTION ASTRA SWISS EDITION



- Angebot: CHF 10'000.- Kundenvorteil am 24./25.2018 Opel Astra Swiss Edition
- Medien: Digital / Radio (Abbinder möglich)
- Lokalwerbesujet auf Opel-Ad
- 75% Opel Beteiligung an Lokalwerbung





ASTRA SWISS EDITION PERFORMANCE



Anzahl von Units	
Zeilenbeschriftungen	_T_XZDK_
∃1	24
ATLAS SION	1
BELLE-CROIX SA	10
BOUBY-ROLLS SA	
DE BLASIO	
FRANZEN VISP	
GAILLOUD	3
GARAGE AUTOS GT SA	
GARAGE BERGER	2
GRIMM - CHEVALLEY	1
GUEX SA	1
LANTHEMANN SA	3
LERCH + CIE	
MAURICE BONNY SA	
MILLIET SA	1
RAIS DELEMONT	
SIMPLON MARTIGNY S	A 2

Anzahl von Units	
Zeilenbeschriftungen 🔻	_XZDK_
□2	20
ASAG AG	4
AUTO STUDER AG	
AUTO-BETTSCHEN AG	3
AUTO-GERMANN AG	2
AUTO-MUELLER AG	1
AUTO-STADELMANN AG	
BELWAG BERN	
BOEHI AG	1
GALLIKER AG AARBURG	7
GARAGE EGLI AG	
GARAGE MARTI AG	1
GARAGE WITSCHI AG	1
GRAEDEL + CIE	
RUEFENACHT GARAGE	
WENGER AG	

Anzahl von Units		Ar
ZeilenbeschriftungenXZDK_		Ze
=3	9	
AUTO HELLER AG		
AUTO SCHNEIDER AG	2	
AUTO WYDER AG		
BRAND AUTOMOBILE AG		
DELLA SANTA SA		
DOSCH		
EFAG SIHLBRUGG	L	
EMIL FREY		
ERICH HUBER		
FIRST-GARAGE AG		
GARAGE AUTO SUTER		
GARAGE IM STEIGER AG	3	
GARAGE SEEHOLZER		
GARAGE SPORT LUGANO		
NEC SA	L	
RUEDI TINNER AG	L	
SCHURTER AG	L	Ge

Anzahl von Units	
Zeilenbeschriftungen	_T _XZDK
∃4	2
AIGNER AG	
AUTO EBERLE AG	
EMIL FREY	
ERNST RUCKSTUHL AG	
GARAGE SULSER AG	
HESS	
K. FLAMMER	
KLAEUI AG	
KUHN SARGANS	
MEIER EGNACH AG	
METROPOL GARAGE AG	i
PSA RETAIL (SUISSE)	
TIEFENBACH-GARAGE A	١G
WILDBACHGARAGE	
ZIL GARAGE AG	
ZUEND MOBILCENTER	
Gesamtergebnis	7

CORSA SWISS EDITION PERFORMANCE



Anzahl von Units	
Zeilenbeschriftungen	_ XGGJ_
■1	19
ATLAS SION	1
BELLE-CROIX SA	2
BOUBY-ROLLS SA	2
DE BLASIO	
FRANZEN VISP	
GAILLOUD	
GARAGE AUTOS GT SA	
GARAGE BERGER	1
GRIMM - CHEVALLEY	
GUEX SA	11
LANTHEMANN SA	1
LERCH + CIE	
MAURICE BONNY SA	
MILLIET SA	1
RAIS DELEMONT	
SIMPLON MARTIGNY S	Д
<u> </u>	

Anzahl von Units	
Zeilenbeschriftungen 🔻 _X	(GGJ_
■2	21
ASAG AG	8
AUTO STUDER AG	1
AUTO-BETTSCHEN AG	
AUTO-GERMANN AG	
AUTO-MUELLER AG	
AUTO-STADELMANN AG	
BELWAG BERN	2
BOEHI AG	
GALLIKER AG AARBURG	5
GARAGE EGLI AG	
GARAGE MARTI AG	3
GARAGE WITSCHI AG	1
GRAEDEL + CIE	
RUEFENACHT GARAGE	
WENGER AG	1

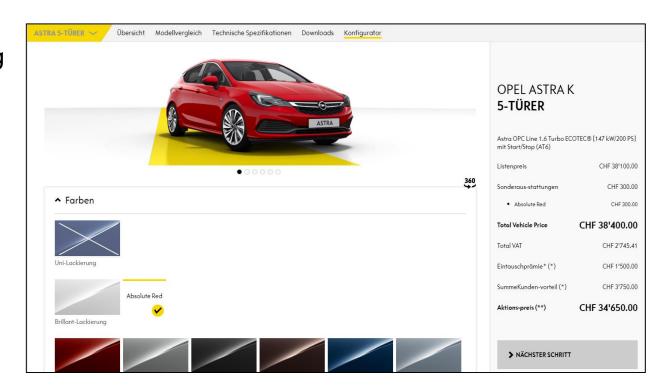
Anzahl von Units	
Zeilenbeschriftungen J	_XGGJ_
∃3	31
AUTO HELLER AG	
AUTO SCHNEIDER AG	2
AUTO WYDER AG	2
BRAND AUTOMOBILE AG	
DELLA SANTA SA	4
DOSCH	2
EMIL FREY	1
ERICH HUBER	2
FIRST-GARAGE AG	5
GARAGE AUTO SUTER	
GARAGE IM STEIGER AG	
GARAGE SEEHOLZER	
GARAGE SPORT LUGANO	
NEC SA	9
RUEDI TINNER AG	
SCHURTER AG	4

Anzahl von Units	
Zeilenbeschriftungen 🔟	XGGJ_
-4	26
AIGNER AG	3
AUTO EBERLE AG	4
EMIL FREY	
ERNST RUCKSTUHL AG	7
GARAGE SULSER AG	
HESS	1
K. FLAMMER	1
KLAEUI AG	
KUHN SARGANS	
MEIER EGNACH AG	2
METROPOL GARAGE AG	
PSA RETAIL (SUISSE)	
TIEFENBACH-GARAGE AG	1
WILDBACHGARAGE	
ZIL GARAGE AG	4
ZUEND MOBILCENTER	3
Gesamtergebnis	97

NEUER KONFIGURATOR



- Neues aufgeräumtes Design
- Einfacheres Handling
- Mobile kompatibel
- MY19 Umstellung im Gange





STREETPARADE 2018

Marius Schwering



- Wann: am 11. August 2018, Wo: am exklusivsten Platz dem Bürkliplatz
- Star der diesjährigen Street Parade 2018 war unser Grandland X
- Anzahl Gäste: ca. 700 Gäste (200 Händler, 160 Fleet/Interne)
- Bewerbung via Radio 105, Facebook, Opel.ch + Ticketverlosungen











Ticketverlosung via Facebook, Faces, Blick, Radio 105, Opel.ch

Anzahl Teilnehmer Wettbewerb:

552 (je 2 Tickets)

Anzahl eingeladene Gäste:

323 (je 2 Tickets)

Anzahl Gäste auf dem Stand:

350

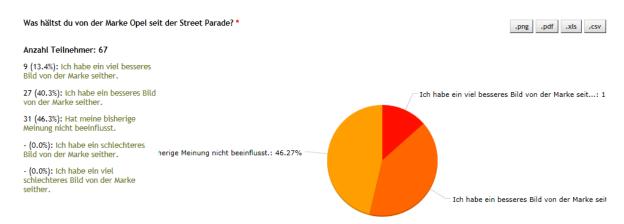
Anzahl Teilnehmer der Gäste-Umfrage:

67

Aus der Umfrage generierte Leads:



- Auswertung Umfrage Gäste
 - Anzahl Teilnehmer: 67
 - Opel VIP Stand kam bei allen sehr gut an,
 - 50% haben nun ein besseres oder gar ein viel besseres Bild von Opel (Rest, Meinung wurde nicht beeinflusst)
 - Wir konnten 8 Leads generieren wurden nun an die Händler zur Bearbeitung weitergeleitet





- Auswertung Radio 105
 - Unterseite 105, On Air Nennungen, Facebook Post, Reporterin vor Ort
 - Header Startseite (31.07-11.08.18): 143'755 Visits, 128 Clicks
 - Promotionsseite (31.08-11.08.18): 304 Visits, 172 Anmeldungen
 - Social Media: 8'800 erreichte Personen, 18 Reaktionen, 159 Klicks auf Beiträge





LIFE IS GRAND 105 SUCHT DIE SCHÖNSTEN AUTOMOMENTE		
LIFE	S GRAND	
105 SUCHT DEINE SCI	TOS.ch ⊕ OPEL	
	treet Parade P Tickets und mit ein bisschen Glück hast du ein halbes pass mit einem Opel Grandland XI	
beim Bürkliplatz. Sonnenschirme, dich. Hier anmeld	ade sowie das Top DJ-Line Up an vorderster Front direkt Eine exklusive Atmosphäre mit Liegestühle, kühlen Drinks sowie Verpflegungsmöglichkeiten erwarte den:	
LIFE IS GRAND		
Name*	9	
Vorname*		
PLZ/Ort*		
E-Mail*		
Alter*		
Your Story (optional):		
Daten**	Ja	
SENDEN		
	ne am Wettbewerb, erklären Sie sich mit	
	sregeln von Planet 105 einverstanden. n gesetzten Häkchen akzeptieren Sie, dass Ihre	



Q & **A**

- Astra Corsa Swiss Edition in Eurotax und Auto-I implementiert?
- Flexibilität für Lokalwerbesujets



OTC

Opel Schweiz

Aftersales

August 2018

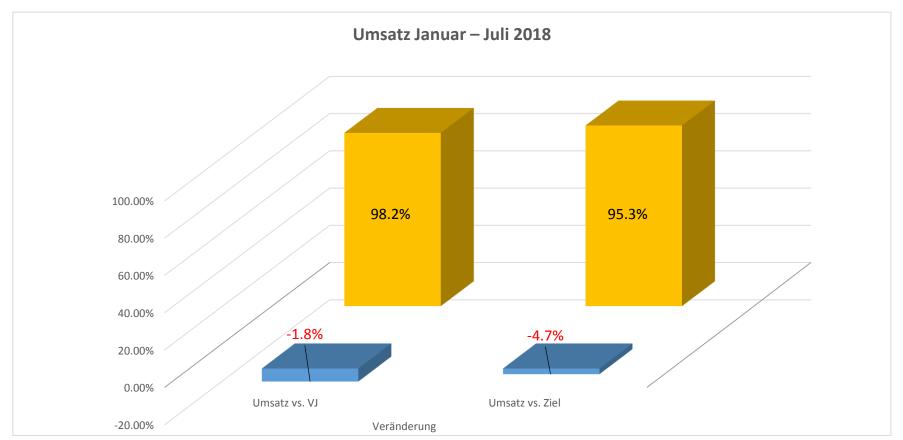
AGENDA



- Sales Update
- WKR Programm 2018/2019
- Herbst-/Winterkampagne 2018
- ESA 3.0 / eVHC-Update
- Navigationsupdates Grand- & Crossland X
- Vorschlag / Idee 2019 (Sell Out Aktion)

Umsatzzahlen Januar bis Juli 2018





WKR Programm 2018/2019



- Neu: Teilnahme am europäischen WKR Programm von Opel
- Reifenstrategie
 - Continental und Semperit (Vereinzelt Bridgestone oder Pirelli)
- WKR-Kondititionen
 - 36% Rabatt Voroderphase (31.07.18 08.09.18)
 - 29% Rabatt während der Saison (10.09.18 31.05.19)
- Genauere Details finden sie im Bulletin
 - T&Z A / 28 2018





Opel Winter-Check

01.10. - 28.02.2019

Batterie-Check-Tage

01.10. - 31.12.2018



01.10. - 30.11.2018

Sell-Out Aktionen für Endkunden





01.09. - 30.11.2018



01.09. - 30.11.2018



Online-Werbemassnahmen

- Display Banner Werbung auf den frequentiertesten Online Plattformen
- SEA / Google Adwords
- Native Advertising
- Gesponserte Beiträge auf Facebook
- Integration in die Opel & myOpel Newsletter



Mit unserem 20-Punkte-Check machen wir Ihren Opel

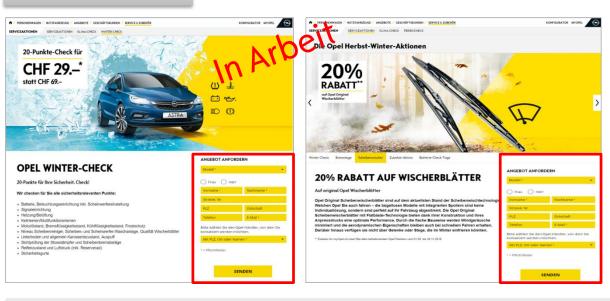
fit für die kalte lahreszeit



LEADGENERIERUNG / WERKSTATTBESUCH!



Landingpages:



WICHTIG:

Sicherstellen, dass in Lead Connect für den Kundendienst die richtige E-Mail Adresse hinterlegt ist!

→ Mitarbeiter informieren!

• Call to Action für die Leadgenerierung an den Opel Partner



Weitere Werbemassnahmen

- E-Mailing-Vorlage im Opel Marketingportal
- Bildmaterial im Opel Marketingportal



POS-Material

- Flyer (8-Seitig / DIN Lang)
- A4-PDF für Thekenaufsteller







Informationen:

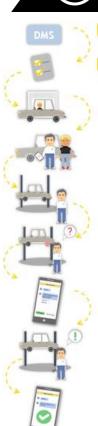
- Bulletin T&Z A-30-2018 / 17.08.2018
 - Übersicht Herbst-/Winterkampagne 2018
 - A4-PDF Thekensteller
 - OnePager f
 ür Lead Connect Einstellung



ESA 3.0 / eVHC / myDigitalService

3

- Updates:
 - Übersichtlicheres App-Design
 - DMS & Menu Pricing-Integration (Status je nach DMS Anbieter unterschiedlich)
 - myDigitalService
 - Onlinebeauftragung zwischen Opel Partner und Kunden
 - Foto & Videofunktion
 - Service Statusabfrage (Check-in / Sichtkontrolle / In Service / Zur Abholung bereit)
 - Details mit einem Benutzerhandbuch wurden am 10.08.2018 T&Z G-37-2018 und am 13.08.18 T&Z G-37-2018 via Bulletin kommuniziert
 - Voraussichtliches Go-Live Datum: 16.08.2018
 - MTV-Schulung in Planung Weitere Informationen zu gegebener Zeit



Navigationsupdates



- Gratis Navigationsupdate f
 ür alle Opel Grandland X und Crossland X Fahrer (Navi 5.0 IntelliLink)
 - Download exklusiv über myOpel.ch (nur PC)
 - Anleitung und Download über "Exklusive Angebote"
- Für sämtliche Kunden, welche kein myOpel Konto möchten, bleibt die Möglichkeit das Update beim Opel Partner durchführen zu lassen.
 - Für OSP's steht das Update in ESA zum Download bereit
- Demnächst: E-Mailing an Grand- & Crossland X Fahrer über myOpel
- Informationen / Anleitungen: T&Z G-38-2018 (17.08.2018)

Vorschlag / Idee 2019



 Um in den Umsatzschwachen Monaten (Februar und März) die Werkstattauslastung zu erhöhen, wird folgender Vorschlag gemacht:

Endkundenaktion für Service- & Verschleissarbeiten

- 10% auf Arbeit, Teile und Flüssigkeiten
- Warenkorb:
 Sämtliche Serviceteile, Bremsen,
 Wischerblätter, Auspuffschalldämpfer
- Konditionen:
 - Handel übernimmt die 10% Rabatt auf die Arbeit
 - Opel Suisse übernimmt die 10% Rabatt auf Opel Teile & Opel Flüssigkeiten (Netto)



VIELEN DANK



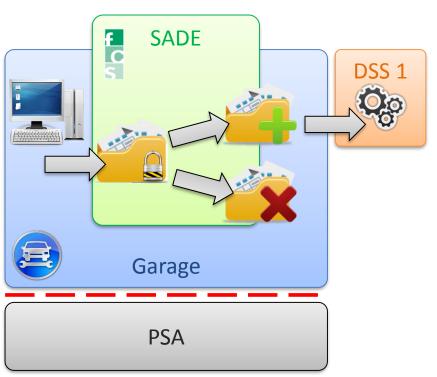
SADESingle Autmotive Data Extract

Inhaltsverzeichnis

- Was ist SADE?
- SADE Teilnahmebedingungen
- Welche Vorteile habe ich durch SADE?



Was ist SADE?



- System zur einheitlichen Übertragung und Speicherung von Rechnungsund Transaktionsdaten
- FCS agiert als Treuhänder auf der Basis des SADE-Vertrags mit der Garage
- Gespeicherte Daten werden nicht an Opel/PSA weitergeleitet.
- Jede Garage entscheidet individuell für welche Zwecke die gespeicherten Daten verwendet werden sollen



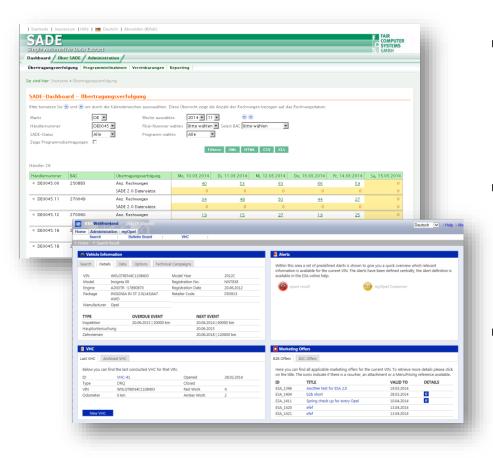
SADE Teilnahmebedingungen



- Herunterladen und unterschreiben des Vertrages aus dem SADE Dashboard
- Postalische Zustellung der Verträge an FCS
- 3. Anpassen der DMS-Konfiguration durch DMS-Hersteller
- Teilnahme an DSS nur durch "Klick" der Garage im SADE Dashboard möglich



Welche Vorteile habe ich durch SADE?



- Automatisierter Prozess
 - Gesicherte Übertragung
 - Verteilung gemäß Vorgaben
 - Nachverfolgbarkeit
- Uneingeschränkte Nutzung von ESA/myOpel
 - Fahrzeug-Service-Historie
 - Kalkulierte Servicetermine
- Verwendung neuer CRM-Prozesse (Opel Marketing Portal)







NEUE HÄNDLERVERTRÄGE OPEL/VAUXHALL

Franchise Board 21. August 2018



NÄCHSTE SCHRITTE UND ZEITLEISTE

FRANCHISE BOARD CONSULTATION PROCESS



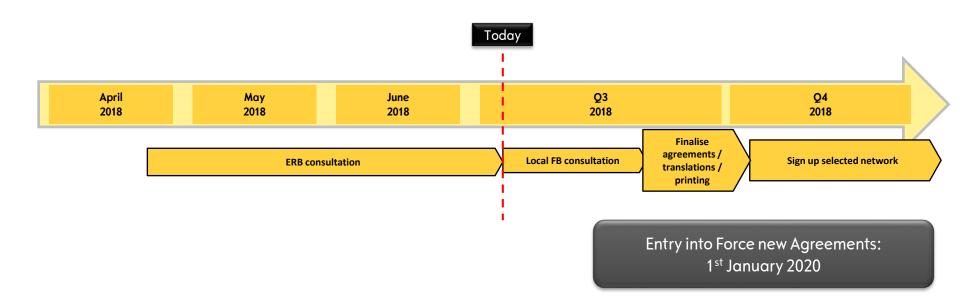


- 1. Installieren einer Franchise Board Specialist Workgroup
 - 1.1 Jedes Mitglied der Arbeitsgruppe muss eine Vertraulichkeitserklärung unterzeichnen.
- Überprüfung des übersetzten Händlervertrages wird von Opel NSC bereitgestellt.
 - 2.1 Mit dem ERB vereinbarte Punkte sollten beibehalten werden. Ihre Kollegen haben bereits mehrere Tage verbracht und eine ausgezeichnete Arbeit in einem partnerschaftlichen Geist geleistet.
 - 2.2 Identifizieren Sie objektive lokale rechtliche oder geschäftliche Gründe, um Artikel anzupassen.
- 3. Diskutieren Sie Ihre Kommentare während der Meetings, zu denen Sie Opel NSC einladen wird.
- 4. Opel NSC konsultiert Opel/Vauxhall Europe für die gewünschten Änderungen des europäischen Rahmenvertrags und gibt Ihnen Feedback.
- 5. Den Prozess bis spätestens Mitte September abschliessen (internationaler Fahrplan, Schweiz Ende Oktober)

DSSA NEUER VERTRAG ZEITPLAN



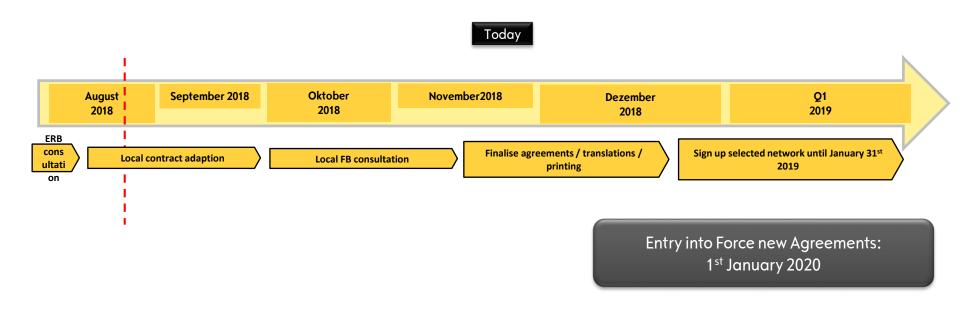




DSSA/DARA NEUER VERTRAG ZEITPLAN SCHWEIZ









BESTEN DANK

FRANCHISE BOARD CONSULTATION PROCESS





- Install a Franchise Board Specialist Workgroup
 - Each Workgroup Member needs to sign a confidentiality commitment
- 2. Review the translated Dealer Agreement to be provided by Opel NSC
 - Items agreed with ERB should be maintained. Your colleagues have already spent several days and done an excellent job in a partnership spirit
 - Identify objective local legal or business reasons to adjust articles
- Discuss your comments during meetings to which Opel NSC will invite you
- 4. Opel NSC will consult Opel/Vauxhall Europe for requested changes to the European frame agreement and give you feedback
- 5. Finalise the process by mid-September at the latest



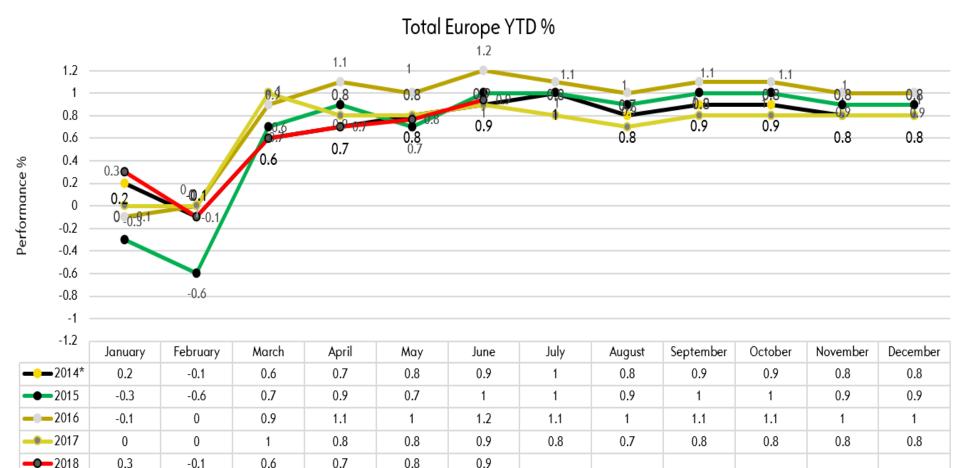
BPI Q2-2018

Martin Bächtold

Automotive Business Solutions GmbH 21.08.2018

VERGLEICH HÄNDLERRENTABILITÄT DER EUROPÄISCHEN HÄNDLER (ROS%) 2014 BIS 2018





2014* **2015 2016 2017 2018**

^{* 2014} Includes Chevrolet Exit/Registration Payments

BPI-ÜBERSICHT Q2-2018 EUROPA

Ergebnisübersicht (Vorjahr in Klammern)		June 18 €1000	June 18 %	June 17 %	Profitable June 18	e Händler June 17
(vorjani	in Rigininiem,					
1	Romania (23)	140.0	2.2	0.3	78%	63%
2	Ireland (1)	127.5	2.1	1.7	88%	78%
3	Belgium (3)	168.0	1.9	1.6	92%	91%
4	Slovakia (5)	86.7	1.7	1.5	75%	69%
5	Hungary (9)	77.9	1.4	1.2	88%	89%
6	Slovenia (18)	114.6	1.3	0.7	56%	67%
7	Czech Republic (8)	51.0	1.3	1.3	88%	70%
8	Serbia (13)	26.3	1.2	0.9	78%	56%
9	Italy (4)	116.9	1.2	1.5	82%	88%
10	Norway (15)	74.1	1.1	0.9	62%	63%
11	Finland (16)	209.4	1.1	0.9	63%	74%
12	Germany (14)	133.0	1.1	0.9	74%	68%
13	Austria (6)	93.2	1.0	1.4	82%	80%
14	Denmark (10)	113.5	1.0	1.2	76%	88%
15	Croatia (11)	74.9	1.0	1.0	79%	62%

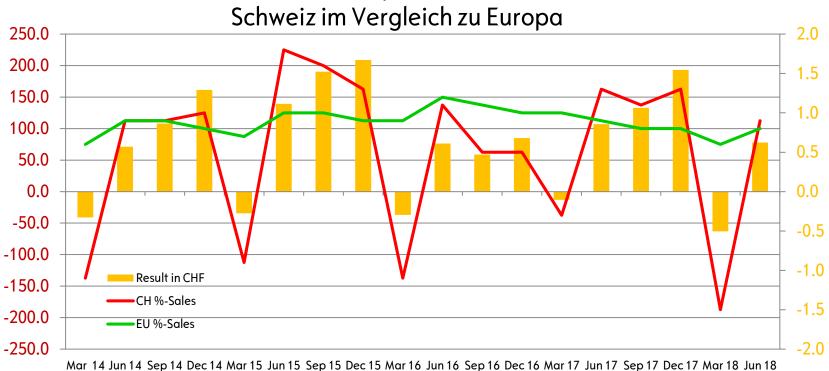
BPI-ÜBERSICHT Q2-2018 EUROPA

		nisübersicht	June 18 €1000	June 18	June 17		e Händler	
	(Vorjahr	in Klammern)	€1000	%	%	June 18	June 17	
'	16	Netherlands (21)	64.3	0.9	0.3	70%	69%	
	17	United Kingdom (17)	145.9	0.9	0.8	75%	73%	
	18	Switzerland (7)	67.5	0.9	1.3	63%	74%	
_	19	Poland (2)	58.7	0.9	1.7	74%	87%	
	20	Turkey (12)	40.0	0.8	1.0	47%	67%	
	21	Portugal (22)	51.7	0.7	0.3	43%	61%	
	22	Sweden (20)	65.9	0.7	0.4	65%	62%	
	23	Macedonia (26)	9.9	0.6	0.1	50%	50%	
	24	Bulgaria (25)	5.0	0.3	0.1	77%	75%	
	25	France (24)	18.7	0.3	0.2	60%	57%	
	26	Spain (19)	17.5	0.2	0.5	53%	64%	
	27	Greece (27)	-31.3	-0.6	-0.9	13%	20%	
	To	tal Europe	93.2	0.9	0.9	70.4%	71.0%	

BPI Q2-2018 ÜBERSICHT



Rentabilität Opel Händlernetz

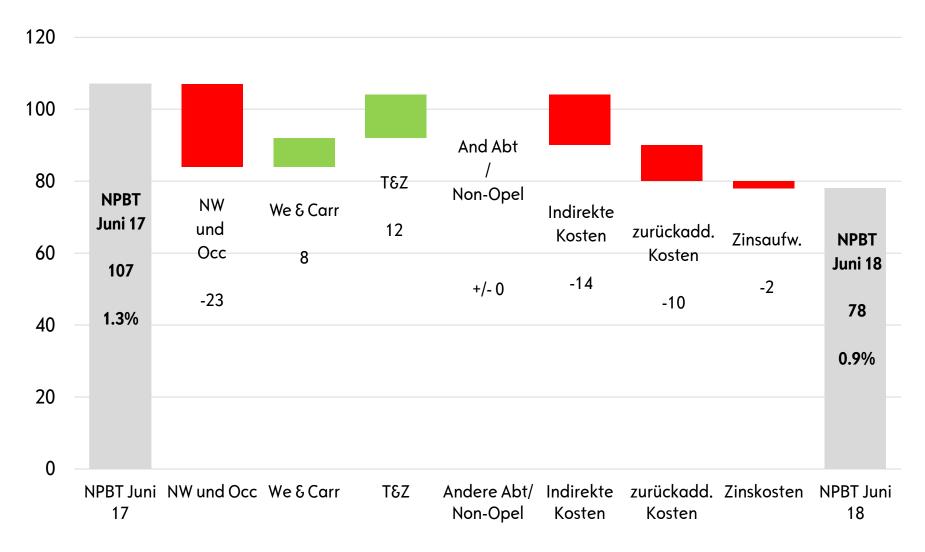




Übersicht über die beiden Quartale 2018

	2018 ku	ım	Q1-20 1	18	Q2-2018		
	CHF 9	% Ums	CHF 9	∕₀ Ums	CHF % Ums		
Umsätze Total	8'815'870	100.0	4'001'393	100.0	4'814'477	100.0	
Total	0013070	100.0	4 001 3/3	100.0	4 014 477	100.0	
Bruttogewinne							
Total	1'480'172	16.8	634'558	15.9	845'614	17.6	
Abteilungsergeb	nisse						
Total	705'947	8.0	253'752	6.3	452'195	9.4	
Indirekte Kosten							
Indirekte Kosten	614'648	7.0	300'764	7.5	313'884	6.5	
11							
Unternehmenser	_		(0)000	4 =	4001/70	0.7	
NPBT	77'632	0.9	-62'982	-1.5	130'678	2.7	







Fahrzeughandel im Vgl zu Vorjahr

	2018		_	017	
•••	CHF	% Ums	CHF	% Um	
Umsätze					
NW und Occ	6'475'643	3 73.4	5'905'3	84 72	2.6 570'259
Bruttogewinne					
NW und Occ	541'367	8.4	546'9	64 9	9.3 -5'597
Abteilungserge	bnisse				
NW und Occ	136'687	7 2.1	159'5	26 2	2.7 -22'839



Werkstatt und Ersatzteile im Vgl zum Vorjahr

	2018		201	7	
	CHF	% Ums	CHF	% Ums	\triangle
Umsätze					
We und Carr	960'463	10.9	936'962	11.5	23'501
T&Z	983'830	11.2	935'053	11.5	48'777
Bruttogewinne					
We und Carr	490'444	51.1	482'729	51.5	7'715
T&Z	304'363	30.9	292'865	31.3	11'498
Abteilungsergeb	onisse				
We und Carr	225'587	23.5	218'290	23.3	7'297
T&Z	226'288	23.0	214'296	22.9	11'992



Andere Abteilungen und Non-Opel im Vgl zum Vorjahr

	201	8	2017	7	•		
	CHF	% Ums	CHF (% Ums	\triangle		
Umsätze							
Andere Abt	292'527	3.3	213'947	2.6	78'580		
Non-Opel	103'408	1.2	144'556	1.8	-41'148		
Bruttogewinne							
Andere Abt	59'829	20.4	53'327	24.9	6'502		
Non-Opel	84'169	81.4	94'200	65.2	-10'031		
Abteilungsergel	onisse						
Andere Abt	36'530	12.5	38'928	18.2	-2'398		
Non-Opel	80'855	78.2	78'377	54.2	2'478		



Total Umsätze und indirekte Kosten im Vgl zum Vorjahr

	2018	}	2017	•		
	CHF 9	% Ums	CHF %	% Ums	\triangle	
Umsätze Total	8'815'870	100.0	8'135'902	100.0	679'968	
Bruttogewinne Total	1'480'172	16.8	1'470'085	18.1	10'087	
Abteilungsergeb Total	nisse 705'947	8.0	709'417	8.7	-3'470	
Indirekte Kosten Indirekte Kosten	614'648	7.0	600'788	7.4	13'860	



Analyse Gesamtergebnis nach Gruppen

	Ø-CH		Gruppe	2 1	Gruppe	2	Gruppe 3	
Total Umsätze	8'815'870	100.0%	3'485'557	100.0%	7'634'582	100.0%	16'904'457	100.0%
Total BG	1'480'171	16.8%	662'014	19.0%	1'280'700	16.8%	2'753'168	16.3%
Total Abt-Ergebnisse	705'947	8.0%	339′710	9.7%	622'942	8.2%	1'264'890	7.5%
Indirekte Kosten	614'648	7.0%	304'680	8.7%	493'698	6.5%	1′175′593	7.2%
Betriebsergebnis tot	91'298	1.0%	35'030	1.0%	129'244	1.7%	89'297	0.5%
zurückadd. kalk. Kosten	21′879	0.2%	12'059	0.3%	2′885	0.0%	65'933	0.4%
Ergebnis vor Zinsen	113′178	1.8%	47'089	1.4%	132′129	1.7%	155′230	0.9%
Zinskosten	35′546	0.5%	24'076	0.7%	30'447	0.4%	57'383	0.3%
Ergebnis v. Steuern (NPBT) 2018-06	77'632	0.9%	23′013	0.7%	101'682	1.3%	97'848	0.6%



Analyse Verkauf – Durchschnitt CH

Ø CH	2018		2017		2016		2015	2015			
	Juni		Dezember		Dezember		Dezemb	er			
Neu und Occ Umsatz (val/%)	6'475'643	73.5	11'949'022	71.1	10'854'512	68.7	10'886'159	68.9			
Neu und Occ BG (val/%)	541'367	8.4	1'069'442	9.2	996'006	9.2	1'037'870	9.5			
Neu und Occ Abt.ergebnis (val/%)	136'687	2.1	320'800	2.7	247'914	2.3	334'160	3.1			
Total Neu und Occ BG/Einheit (val/%)	1'988	8.4	2'065	9.3	1'991	9.2	2'072	9.5			
Total Variable Verk.kosten (/Einh)	706	3.0	712	3.2	722	3.3	708	3.3			
Total Gemeinkosten Verk (/Einh)	780	3.3	748	3.3	773	3.6	697	3.2			
DB NW&OCC (/u)	502	2.1	604	2.7	495	2.3	667	3.1			
Verkaufskosten in % BG (%)	74.8		70.7		75.1		67.8				



Analyse Verkauf – Gruppe 1

Gruppe 1	2018		2017		2016		2015	
	Juni	Juni		Dezember		er	Dezemb	er
Neu und Occ Umsatz (val/%)	2'291'223	65.7	4'253'978	62.9	8'112'257	71.7	7'645'560	71.8
Neu und Occ BG (val/%)	201'632	8.8	402'477	9.5	833'181	10.3	787'902	10.3
Neu und Occ Abt.ergebnis (val/%)	48'196	2.1	106'016	2.5	285'659	3.5	342'249	4.5
Total Neu und Occ BG/Einheit (val/%)	1789	8.8	1'760	9.5	2'175	10.3	2'274	10.3
Total Variable Verk.kosten (/u)	619	3.0	615	3.3	676	3.2	629	2.9
Total Gemeinkosten Verk (/u)	742	3.7	681	3.7	754	3.6	657	3.0
Deckungsbeitrag NW&OCC (/u)	428	2.1	464	2.5	746	2.4	988	2.8
Verkaufskosten in% v BG (%)	76.1		74.0	ļ	65.7		56.6	



Analyse Verkauf – Gruppe 2

2018		2017		2016		2015		
Juni		Dezemb	er	Dezemb	er	Dezembe	er	
5'581'379	73.1	9'914'274	71.8	8'112'257	71.7	7'645'560	71.8	
493'785	8.8	938'206	9.5	833'181	10.3	787'902	10.3	
159'056	2.8	344'904	3.5	285'659	3.5	342'249	4.5	
2'211	8.8	2'220	9.5	2'175	10.3	2'274	10.3	
734	2.9	731	3.1	676	3.2	629	2.9	
765	3.1	673	2.9	754	3.6	657	3.0	
712	2.8	816	3.5	746	3.0	988	3.6	
67.8		63.2		65.7		56.6		
	Juni 5'581'379 493'785 159'056 2'211 734 765 712	Juni 5'581'379 73.1 493'785 8.8 159'056 2.8 2'211 8.8 734 2.9 765 3.1 712 2.8	Juni Dezemb 5'581'379 73.1 9'914'274 493'785 8.8 938'206 159'056 2.8 344'904 2'211 8.8 2'220 734 2.9 731 765 3.1 673 712 2.8 816	Juni Dezember 5'581'379 73.1 9'914'274 71.8 493'785 8.8 938'206 9.5 159'056 2.8 344'904 3.5 2'211 8.8 2'220 9.5 734 2.9 731 3.1 765 3.1 673 2.9 712 2.8 816 3.5	Juni Dezember Dezember 5'581'379 73.1 9'914'274 71.8 8'112'257 493'785 8.8 938'206 9.5 833'181 159'056 2.8 344'904 3.5 285'659 2'211 8.8 2'220 9.5 2'175 734 2.9 731 3.1 676 765 3.1 673 2.9 754 712 2.8 816 3.5 746	Juni Dezember Dezember 5'581'379 73.1 9'914'274 71.8 8'112'257 71.7 493'785 8.8 938'206 9.5 833'181 10.3 159'056 2.8 344'904 3.5 285'659 3.5 2'211 8.8 2'220 9.5 2'175 10.3 734 2.9 731 3.1 676 3.2 765 3.1 673 2.9 754 3.6 712 2.8 816 3.5 746 3.0	Juni Dezember Dezember Dezember Dezember 5'581'379 73.1 9'914'274 71.8 8'112'257 71.7 7'645'560 493'785 8.8 938'206 9.5 833'181 10.3 787'902 159'056 2.8 344'904 3.5 285'659 3.5 342'249 2'211 8.8 2'220 9.5 2'175 10.3 2'274 734 2.9 731 3.1 676 3.2 629 765 3.1 673 2.9 754 3.6 657 712 2.8 816 3.5 746 3.0 988	



Analyse Verkauf – Gruppe 3

Gruppe 3	2018				2016		2015	
	Juni		Dezemb	er	Dezembe	er	Dezember	
Neu und Occ Umsatz (val/%)	12'768'042	75.5	23'431'473	72.5	23'111'799	70.9	23'135'700	71.4
Neu und Occ BG (val/%)	1'008'873	7.9	2'090'913	8.9	2'038'110	8.8	2'167'884	9.4
Neu und Occ Abt.ergebnis (val/%)	198'202	1.6	509'840	2.2	394'790	1.7	640'642	2.8
Total Neu und Occ BG/Einheit (val/%)	1'875	7.9	2'033	8.9	1'936	8.8	2'057	9.4
Total Variable Verk.kosten (/Einh)	707	3	723	3.2	748	3.4	715	3.3
Total Gemeinkosten Verk (/Einh)	800	3.4	814	3.6	812	3.7	734	3.3
Deckungsbeitrag NW&OCC (/u)	368	1.6	496	2.2	375	1.7	608	2.8
Verkaufskosten in% v BG (%)	80.4		63.2		65.7		56.6	



Analyse Verkauf

Positiv	2018	2017
 Mehrvolumen Occasionen Höhere Preise Kleinere Lager NW und Occ Kürzere Standzeiten NW und Occ ROI Occ-Lager 	273 23'666 2'398'538 71/93 29.8%	267 22'010 2'629'405 77/103 24.5%



Analyse Verkauf

Negativ	2018	2017	
 BG NW Detail 	8.5%	9.3%	
 BG NW Flotte 	5.1%	5.5%	
 BG NW Total 	7.2%	7.7%	
 Volumenbonus 	75'227	107'164	
Gruppe 1	28'287 (2.4%)	35'478 (3.0%)	
Gruppe 2	54'021 (1.8%)	77'646 (3.1%)	
 Gruppe 3 	165'183 (3.4%)	239'572 (5.6%)	
 Total BG Wagenhandel 			
inkl. Boni und andere Einkommen	8.4%	9.3%	



Analyse Verkauf

Fazit (Juni 2018 gegenüber Juni 2017)

Bei in etwa gleichen Kosten für den Verkauf (variable Kosten und Gemeinkosten) sind die Bruttogewinne Detail und Flotte leicht rückläufig.

Da keine Mehrvolumen im NW Handel erzielt wurden, war die Zielerreichung insgesamt schwieriger als im Vorjahr.

Bei gleichzeitiger Reduktion der Zielprämien verringerten sich die Erträge im Handel um etwa den gleichen Anteil.



Agenda

- Geschäfts-Update
- Konditionen Q3 2018
- laufende Aktivitäten





Anfragen 2018 vs. 2017 (Kumulativ per 31.7.18)

	2018	2017	Diff.
Alle Leasing & Finanzierungen	6'019	6'051	- 32 / 0,5%
- davon Neuwagen Opel	3'238	3'646	- 408 / 11,2%
- davon Occasionen	2'546	2'147	+ 399 / 18,6 %

Anfragen 1. bis 16. August vs. August '17

	2018	2017	
Neuwagen Opel	94		Penetration im Vergleich zu 196 COI = 48%
Occasionen	162	288	





Gekaufte Verträge 2018 vs. 2017 (Kumulativ per 31.7.18)

	2018	2017	Diff.
Alle Leasing & Finanzierungen	4'952	5'230	- 278 / 5,3 %
- davon Neuwagen Opel	3'048	3'518	- 470 / 13,4%
- davon Occasionen	1'698	1'516	+ 182 / 12 %
- davon diverse	245	196	+ 49 / 25%





2018 VS. 2017 (Kumulativ per 30.7.18)

	YTD-18	YTD-17
Penetration Opel Neuwagen (ohne Fleet)	54.21%	58.32%

Leasingratenversicherung	95	97
Autoversicherung	276	216



Kampagnen-Zinssätze Q3/2018

		Neuwagen PW Retail Neuwagen PW B2B	Neuwagen NFZ B2B	Occasion / Remarketing	Demos	Neuwagen mit Lagerprämie	Lieferabkommen	Flotten- & NF Matrix	Neuwagen Grandland X PW Retail Neuwagen Grandland X PW B2B
	Opel	1,9%	2,9%	4,89%*	4,99	4,89%*	4,89%*	4,89%*	0%
	Laufzeiten	12-48 Mt	12-48 Mt	13-60 Mt	12 Mt.	13-60 Mt	13-60 Mt	13-60 Mt	12-48 Mt
ging B	Kommssion	1.00%	1.00%	1.25%*	0.00%	1.25%*	1.25%*	1.25%*	1,00%
Ø.									

ö				
تّ	Alle Marken	4,89%*	4,89%*	4,89%*
	Laufzeiten	13-60 Mt	13-60 Mt	13-60 Mt
	Kommssion	1.25%*	1.25%*	1.25%*

	Alle Marken	8.75%	8.75%	8.75%
-inanzierung				
izue	Laufzeiten	13-48 Mt	13-48 Mt	13-48 Mt
Ë				
	Kommssion	1.25%	1.25%	1.25%

^{*4.59%} excl. Prov.

Marken	Marktanteil kum.	Zinssatz	
Volkswagen	10.9	2,9%	Ausgewählte Lagermodelle
Mercedes	8.2		
BMW	7.9	0,9%	Ausgewählte Lagermodelle
Skoda	6.5	1,9%	
Audi	5.7	1,9%	Ausgewählte Lagermodelle
Ford	5.0	0,6%	Auf alle Lagerfahrzeuge
Renault	4.8		
Opel	4.2	1,9% / 2,9%	
Seat	4.1		
Toyota	3.2	0,9%	
Fiat	3.1	2,99%	
Peugeot	3.1	0%	
Dacia	3.0		



Equity leads:

- Thematik: Umgang mit Kunden-Daten
- Matching Tabelle in Arbeit

Autoversicherung:

10 % Prämien-Rabatt auf Mokka X



Danke für Ihre Aufmerksamkeit