

## „Internetauftritt wird oft unterschätzt“

19.02.2009, 12:20 | Tourismus, Auto & Verkehr

Pressemitteilung von: *webauto.de GmbH*  
Presseagentur: *Borgmeier Public Relations*



Geschäftsführer Klaus-Dieter Morrkopf (re) mit webauto.de Mitarbeiter Branko Bobanovic

### Autohaus-Morrkopf-Geschäftsführer rät bei Webinseraten zur Sorgfalt

Karlsruhe, Februar 2009. Das Internet gewinnt für den Autohandel immer mehr an Bedeutung. Dazu Klaus-Dieter Morrkopf, Geschäftsführer von Autohaus Morrkopf im badischen Weingarten: „Unser Internetauftritt ist unsere Visitenkarte, dazu gehören auch die Börseninserate, denn wie überall ist auch hier der erste Eindruck der wichtigste.“ Für Online-Annoncen setzt Morrkopf auf webauto.de: „Mit ihrer hohen Händlerdichte überzeugt die Börse am meisten.“

Seit Gründung des Familienunternehmens durch Vater Erich Morrkopf 1955 hat sich vieles geändert – war früher der lokale Händler Informationsquelle Nummer eins, informieren sich Interessenten heute zuerst online. Laut DAT-Report 2008 recherchieren über 79 Prozent aller Gebrauchtwagen- und die Hälfte aller Neuwagenkunden beim Fahrzeugkauf zuerst im Netz. Eine bedeutende Rolle spielen dabei Internet-Märkte wie webauto.de. Interessenten vergleichen die einzelnen Angebote und suchen sich die interessantesten aus. „Um innerhalb dieser Angebotsdichte aufzufallen, ist ein professioneller Auftritt mit guten und aussagekräftigen Bildern, einer präzisen Auflistung der Ausstattungsmerkmale samt Steuerklasse und Erstzulassung und, ganz wichtig, vollständigen Kontaktdaten inklusive Link zur Händlerseite das A und O“, so Klaus-Dieter Morrkopf. Ebenfalls von großer Wichtigkeit ist das schnelle Reagieren auf eingehende Anfragen. „Bei so einem flüchtigen Medium wie dem Internet ist Schnelligkeit der entscheidende Faktor.“ – Etwas, das immer noch viele vernachlässigen, wie eine aktuelle Studie der Unternehmensberatung effisma.group belegt. Ein Umstand, auf den der Geschäftsführer mit großem Unverständnis reagiert: „E-Mail-Anfragen sind der erste persönliche Kontakt – vor Ort lasse ich meine Kunden ja auch nicht warten.“ Bei Gebrauchtwageninseraten vertraut Morrkopf seit Jahren dem Online-Markt webauto.de: „Momentan sind wir dort dauerhaft mit rund 30 Inseraten vertreten. Da wir alle eingehenden Anfragen zügig und mit großer Sorgfalt beantworten, ist webauto.de mit seinem großen Händleranteil ideal, denn hier erhalten wir nur wirklich ernst gemeinte Anfragen.“

## Portrait

webauto.de

Seit mehr als 10 Jahren betreibt die Karlsruher webauto.de GmbH den nationalen Online-Marktplatz webauto.de sowie den internationalen Automarkt auto-m.com. Autokäufer und -verkäufer können beide Portale in 18 Sprachen nutzen. Neben Online-Angeboten verfügt webauto.de GmbH mit „Automarkt“ über eine monatliche Anzeigenzeitung, welche bundesweit in sechs Regionalausgaben erscheint. Eine einmalige Kombination aus Print- und Onlinemarkt mit mehr als 230.000 Fahrzeugen und rund 2.300 Händlern macht das Unternehmen zu einem attraktiven Anbieterforum.

---

News-ID: 283723 • Views: 1358 (Stand: 05.05.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/283723/Internetauftritt-wird-oft-unterschaetzt.html>