

Morten Hannesbo

CEO der AMAG Automobil- und Motoren AG

amag



Zu meiner Person

- Jahrgang 1962
- Verheiratet, 3 erwachsene Söhne
- Wohnhaft am rechten Zürichsee
- BBA, MBA University of Reading, Henley Management College
- Schifffahrtskaufmannslehre bei A P Möller (DK)
- Business Schule Aars (DK)
- Interessen:
 - Automotive, Motorrad, Motorboot
 - Sport aktiv: Biken, Rennrad, Ski, Tauchen, Golf
 - Sport passiv: Fussball, Tennis
- 1980-1986 A P Möller
- 1981-1982 Maersk Esbjerg (Offshore Drilling)
- 1982-1983 Maersk Hamburg (Shipping)
- 1986-1997 VP Toyota Dänemark
- 1997-2000 President/CEO Nissan Dänemark
- 2000-2003 Brand manager Ford of Europe (UK)
- 2003-2004 COO Ford of France (F)
- 2004-2006 Sales Director Ford of Britain (UK)
- 2006-2007 CEO Ford of Switzerland (CH)
- 2007 Aug. AMAG
- VR: AMAG Leasing, Auto-Schweiz, Salon Genf, Scott Corporation

amag



Geschichte Im Dienste der Mobilität – seit 1945



- 1945:** Walter Haefner gründet die AMAG Automobil- und Motoren AG
- 1948:** Importvertrag für Volkswagen
- 1967:** Audi
- 1984:** SEAT
- 1992:** ŠKODA

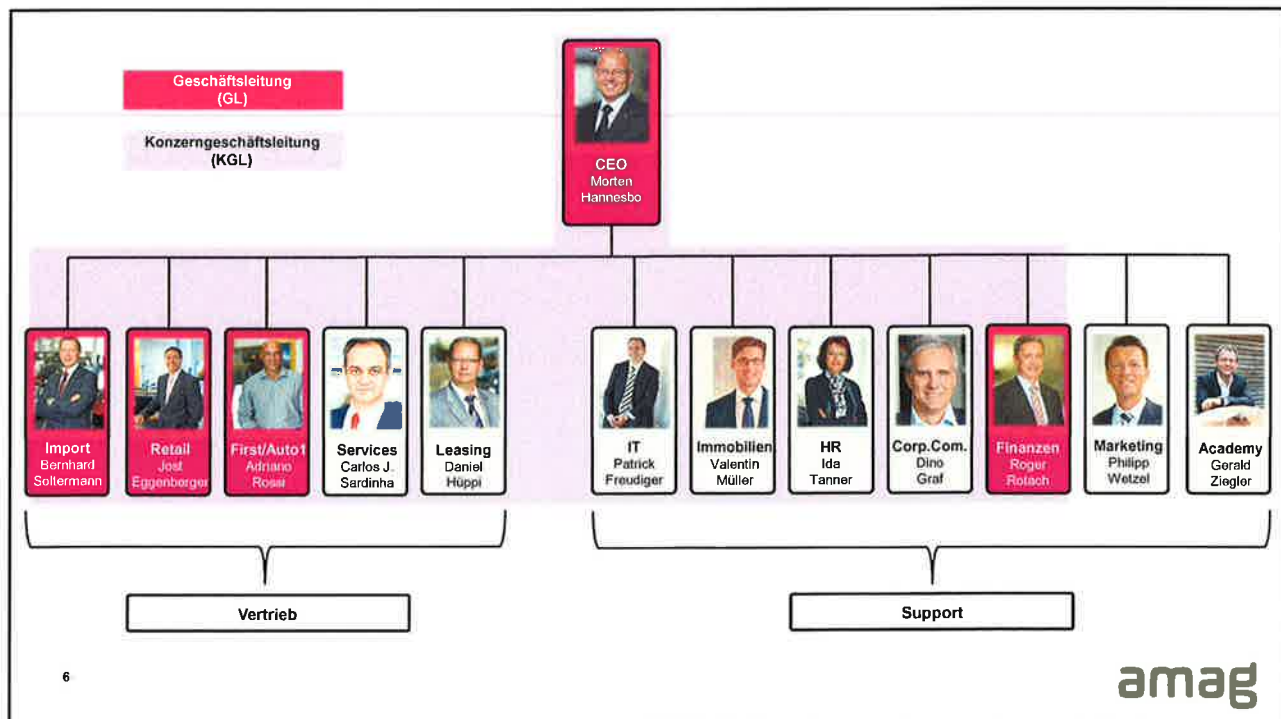
Die AMAG in Zahlen (2013)



Umsatz:	4,5 Milliarden CHF
Marktanteil:	29 %
Mitarbeiter:	5'400
Lernende:	685
VW, ŠKODA, Audi, SEAT	95'655 Fahrzeuge

5

amag



6

amag

Unser «Urmeter» das Stammhaus in Zürich – Verkehrsknotenpunkt der AMAG



- Zentral-Verwaltung der AMAG Gruppe am Utoquai, Zürich

7

amag

Die AMAG heute Nummer 1 in der Schweiz



- In Privatbesitz
- Über 80 RETAIL Betriebe
- Über 500 Händler und Servicepartner = grösstes Vertreternetz der Schweiz
- Kerngesund, liquid, mit starken Partnern!

8

amag

Group Aftersales / Teile Logistikzentrum Buchs ZH



- Originalteile und Zubehör für Geschäftspartner und Kunden
- Erbaut 1957. Letzter grosser Ausbau 2008
- Sortiment von 150'000 Positionen
- Lagerfläche von 40'000 m²

9

amag

Fahrzeug Logistikzentrum Birrfeld



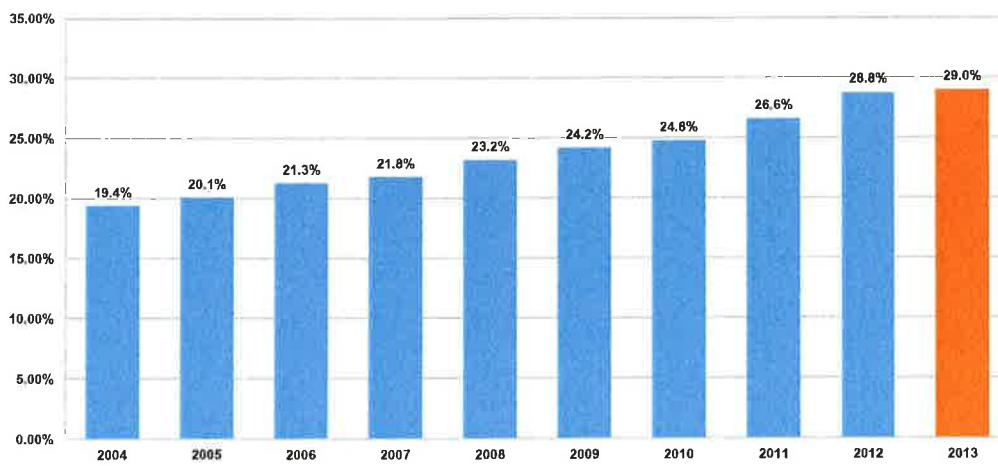
- Ø 300 Fz pro Tag
- 105 Mitarbeiter
- ca. 95'000 Fz pro Jahr ausgeliefert
- 60 % per Bahn
- 1.5 Tage Bearbeitung pro Fahrzeug
- 53'000 Zusatzaufträge (Beschriftung, Reinigung, Prüfaufträge)

10

amag



Marktanteil AMAG 2013: 29%.



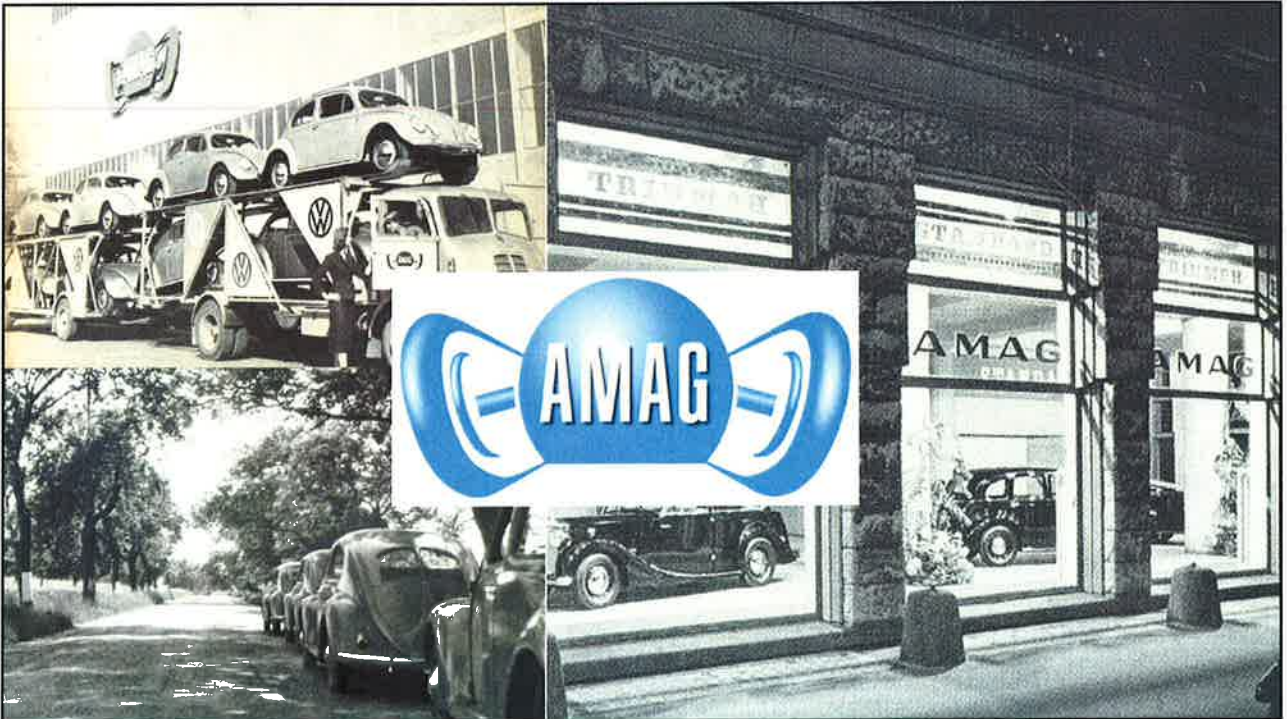
amag

Herausforderungen.

- CO₂
- Modellmix/Down Sizing
- EU/Euro
- Kosten

Sympathie.





amag



amag



amag

Was das neue AMAG-Logo leisten muss.

- Differenzierung ohne Konkurrenzierung zu Werkmarken
- Kundenorientierung (emotional zugänglich)
- Premium-Dienstleistungsanspruch
- Präzision als Ausdruck des Qualitätsanspruchs und der hohen Fachkompetenz
- Innovationskraft und Eigenständigkeit
- Funktionalität und gute Lesbarkeit

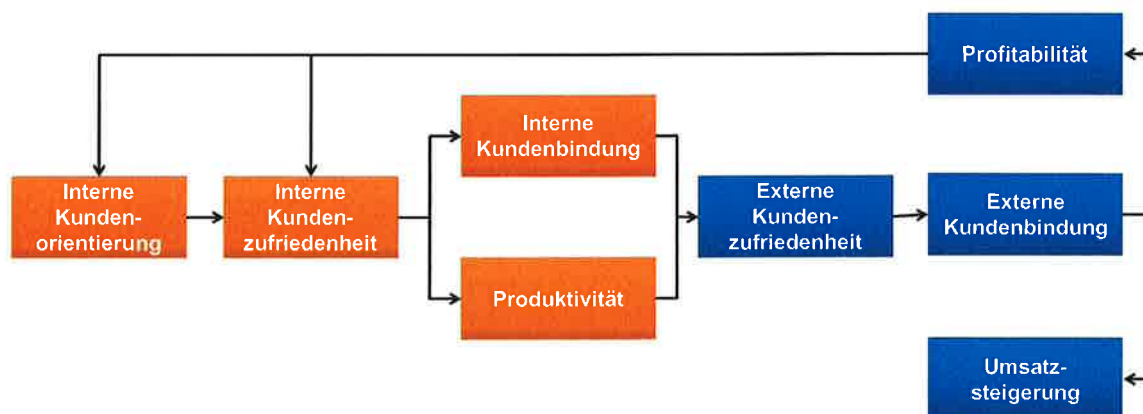
amag

WE SURPR!SE

amag

Ziel «We SURPR!SE».

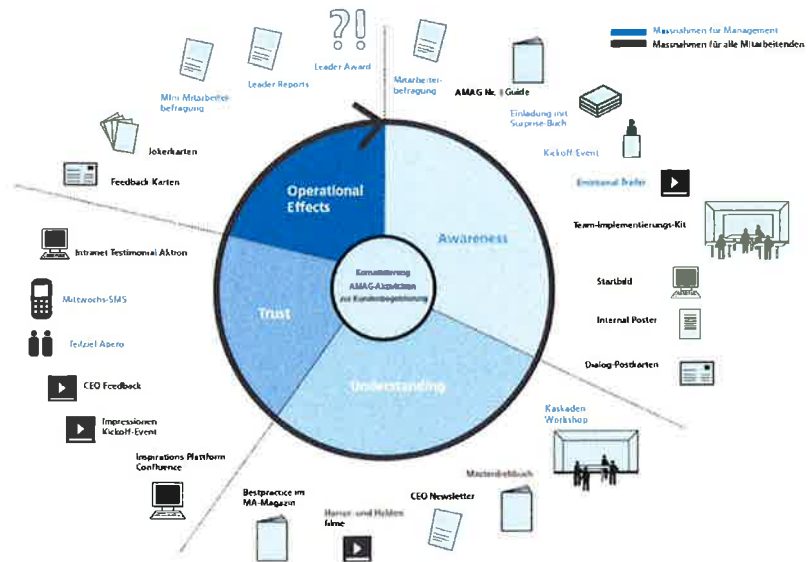
Interne Kundenzufriedenheit führt automatisch zu begeisterten Kunden!



22

amag

Fokus Kundenzufriedenheit: WE SURPRISE



amag

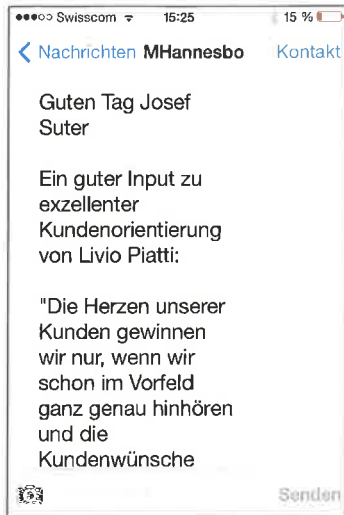
Muster «Joker Karte».



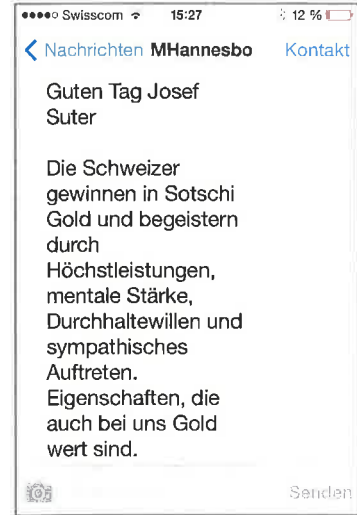
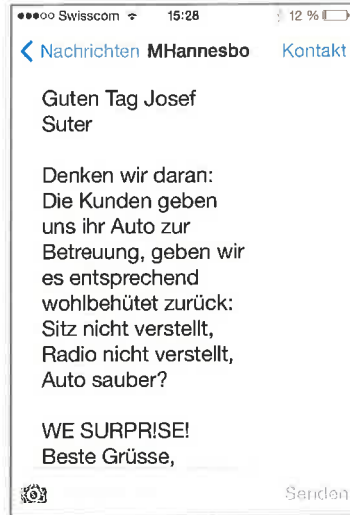
24

amag

Muster «wöchentliches SMS».



25



amag

Muster «Poster».



26

amag

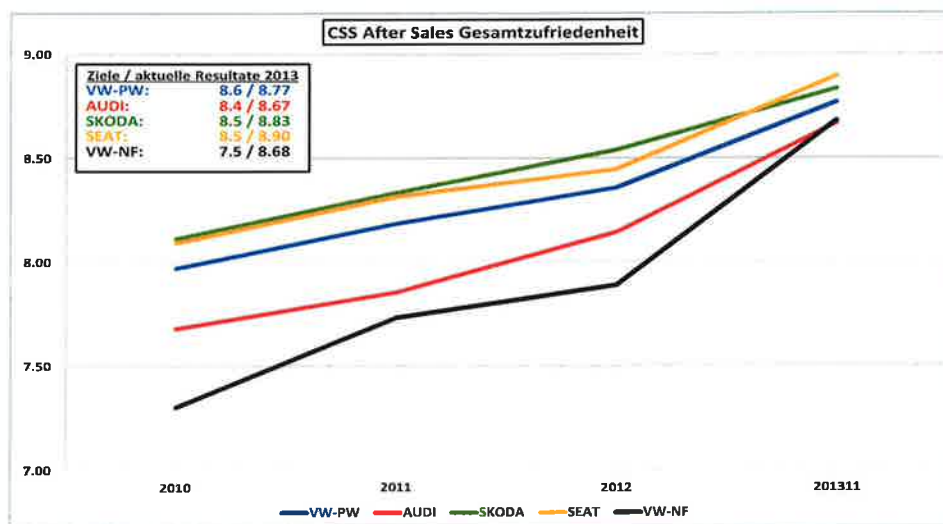
Muster «Workshop».



27

amag

Kundenbefragung Aftersales.



amag

Positioning Statement.

Mit Leidenschaft sorgen wir dafür, dass Menschen gut unterwegs sind. Uns faszinieren die individuellen Wünsche und Träume rund um die Mobilität. Man schenkt uns Vertrauen, weil wir über Qualität und Fachkompetenz hinaus mit einem exzellenten Service immer wieder positiv überraschen. Wir sind glücklich, wenn Menschen gerne zu uns und mühelos an ihr Ziel kommen.

amag

Besten Dank für Ihre Aufmerksamkeit.



amag