

Company: AutoScout24 Engine GmbH, München, Bayern
Company Description: Mit mehr als 30 Millionen monatlichen Nutzern und über zwei Millionen Fahrzeuginseraten ist AutoScout24 europaweit der größte Online-Automarkt und bietet Privatkunden, Autohändlern und Partnern aus den Bereichen Automobil, Finanz- und Versicherungsdienstleistungen eine umfassende Lösung für den Autohandel im Internet.
Nomination Category: Kategorien im Bereich Kundenservice Awards
Nomination Sub Category: Team des Jahres im Bereich Kundenservice
Nomination Title: Vom Reagieren zum Gestalten: Beratung, die [REDACTED FOR PUBLICATION] Händler bewegt.



1. Reichen Sie folgende Informationen online ein, um in diesen Kategorien teilzunehmen: Schriftliche Antworten auf die folgenden Fragen ODER ein Video von bis zu fünf (5) Minuten Länge, das alle diese Fragen beantwortet. Bitte wählen Sie eine Möglichkeit aus:

Schriftliche Beantwortung der Fragen

2. Wenn Sie ein bis zu fünf (5) Minuten langes Video einreichen, geben Sie bitte hier die URL des Videos ein ODER fügen Sie das Video über den obigen Link "Hinzufügen von Anhängen, Videos oder Links zu diesem Beitrag" Ihrer Nominierung bei, und laden Sie so eine Kopie Ihres Videos hoch. Wenn Sie schriftliche Antworten auf die Fragen für diese Kategorie einreichen, geben Sie diese in den entsprechenden Feldern unten ein.

3. Beschreiben Sie kurz das nominierte Team: seinen Hintergrund und seine bisherige Leistung (bis zu 200 Wörter):

Total 200 words used.

„Wir begeistern unsere Marktplatzkunden sowohl fachlich als auch menschlich durch ganzheitliche Beratung und exzellenten Support.“

So lautet das Mission Statement des B2B Customer Care Teams bei AutoScout24, bestehend aus 12 Mitarbeitern mit der Verantwortung für [REDACTED FOR PUBLICATION] Autohändler in Deutschland.

Ursprünglich bestand die Hauptaufgabe darin, via Telefon und E-Mail auf Anfragen der Händler zu reagieren. Vor zwei Jahren begann eine Transformation von einem reaktiven zu einem proaktiven Ansatz. Das Team geht nun aktiv auf Händler zu, um deren Bedürfnisse und Herausforderungen zu identifizieren, bevor diese überhaupt an das Team herangetragen werden.

Ein wesentlicher Schritt war die Übernahme des Onboardings neuer Händler aus dem Success Management im September 2024. Das Team sorgt nun dafür, dass neue Händler sich schnell und effizient auf dem Marktplatz zurechtfinden und alle notwendigen Tools zur Verfügung haben, um für potenzielle Kunden attraktiv zu sein.

Eine Aktivität von 40% mehr Outbound sowie 20% gesteigerter Gesprächszeit belegen die Zielerreichung dieser Transformation, Händlern mehr Zeit für Ihren Autoverkauf zu verschaffen. Wir unterstützen bei Backend-Aufgaben – Händler maximieren ihren Erfolg.

Das Team B2B Customer Care lebt den eingehenden Satz jeden Tag vor und ist weit mehr als ein reiner Serviceanbieter geworden – es ist ein strategischer Partner für Autohändler.

4. Beschreiben Sie die Leistungen des nominierten Teams seit dem 1. Januar 2023, auf die Sie die Jury aufmerksam machen möchten (bis zu 250 Wörter):

Total 248 words used.

Investment in ...

QUALITÄT

Die Teamqualität wurde durch gezielte Stärkung von Hard sowie Soft Skills weiterentwickelt. 2023 lag der Fokus auf Senkung der Fluktuation durch strukturierte Einarbeitung vier neuer Mitarbeiter:innen (40% Teamerneuerung) sowie Förderung des Teamzusammenhalts. 2024 hat das Team dauerhaft Customer Success Aufgaben übernommen und sich zum Beratungsteam mit großer Themenvielfalt entwickelt. Fachlich vielfältige On-the-Job-Trainings plus externes Kommunikations-Coaching sorgten für eine Weiterentwicklung von Beratungskompetenz und Selbstsicherheit im Umgang mit komplexen Kundenanliegen.

PROZESSE

Trotz geringer Möglichkeiten zur Automatisierung in den Serviceprozessen wurde das zuvor hohe Volumen an repetitiven Anfragen (Stammdaten, Login-Probleme) spürbar reduziert. Besonders hervorzuheben ist hierbei die operativ federführende Rolle des Customer Care bei der Einführung der 2-Faktor-Authentifizierung. Das Team unterstützte [REDACTED FOR PUBLICATION] Händler in 6 Monaten individuell bei der Einrichtung. Weiter etablierte das Team einen Prozess, um nicht zugestellte Kaufanfragen systematisch zu erfassen und den Händler proaktiv durch einen Anruf darüber zu informieren. Ein AutoScout24-Meilenstein für Datenqualität und Vertriebseffizienz.

Ertrag an ...

EFFIZIENZ

Eine konstante Telefonerreichbarkeit von 95% (2024: 97%) und Reduktion der durchschnittlichen Bearbeitungszeit um 34% [REDACTED FOR PUBLICATION] zeigt die hohe Serviceeffizienz. Eine klare Wochenstruktur, transparente Aufgabenverteilung und die „Alle-können-Alles-Mentalität“ sichern Flexibilität und Qualität – auch bei hohem Anfragevolumen.

FEEDBACK

Die Kundenzufriedenheit liegt konstant [hoch] [REDACTED FOR PUBLICATION]. Kritisches Feedback wird systematisch analysiert und telefonisch nachverfolgt, um gezielte Service- & Produktoptimierungen abzuleiten. Intern stieg der Zufriedenheitswert [REDACTED FOR PUBLICATION]. Der Team-interne „Happy Manager“ fördert offene Kommunikation, stärkt das Vertrauen im Team inklusive Teamleitung und trägt maßgeblich zur kontinuierlichen Verbesserung bei.

5. Erklären Sie, warum die Leistungen, die Sie hervorgehoben haben, einzigartig oder bedeutsam sind. Wenn möglich, vergleichen Sie die Leistungen mit den Leistungen anderer Akteure Ihrer Branche und/oder mit der bisherigen Leistung des/der Nominierten (bis zu 250 Wörter).

Total 250 words used.

Der Online-Autoverkauf ist komplex und erfordert eine präzise Analyse der Inserate, um optimale Ergebnisse zu erzielen. Für viele nicht-digitale Autohändler eine große Herausforderung.

Das B2B Customer Care Team hat diesen Bedarf erkannt und über zwei Jahre eine proaktive Beratungsstruktur aufgebaut. Es erkennt Probleme, bevor sie entstehen, und liefert direkt passende Lösungen – eine wertvolle neue Säule in einer zuvor Fachbereich-typisch reaktiven Serviceabteilung.

Exzellenten Mehrwert bieten!

Kaufanfragen sind der wichtigste Erfolgsfaktor für Händler. Oft liegt es an internen Versäumnissen seitens Händler wie einer vollen Inbox, dass keine Anfragen eingehen. Durch die initiierte Prozessoptimierungen sorgt das Team gezielt dafür, dass Händler mehr Kaufanfragen und damit mehr Verkäufe generieren.

Die Extra-Meile gehen!

Das Team übertrifft Erwartungen bewusst. Aus einfachen Anfragen wie „Wie logge ich mich ein?“ wird nicht nur klassischer Support geboten. Es entstehen Beratungsmomente – etwa durch Hinweise auf durch fehlenden Login verpasste Neuerungen im Portal. Durch diese Proaktivität wird der AutoScout24-Marktplatz effektiver von Händlern genutzt.

Händlerfeedback ernst nehmen!

Kundennähe ist der Schlüssel zu nachhaltiger Entwicklung – das Team setzt dies täglich um, indem es Feedback [REDACTED FOR PUBLICATION] nachverfolgt und so wertvolle Impulse direkt aufgreift.

Zudem sorgen mehr Bewertungen für aussagekräftigeres Feedback, das in den Austausch mit Stakeholdern und die Weiterentwicklung der Plattform fließt.

Team-Spirit leben!

Ein Change-Prozess führt potentiell zu Mitarbeiter-Widerstand und fehlender Kommunikation. Nicht so im B2B Customer Care Team: statt hoher Fluktuation und typischer Call-Center-Mentalität [REDACTED FOR PUBLICATION] prägen heute nachweislich Eigenverantwortung, Motivation und ein neues, gesundes Mindset das Team – mit spürbar gesteigener Zufriedenheit.

6. Optional: Verweisen Sie auf alle Anhänge mit Zusatzmaterialien in dieser Nominierung und erklären Sie, wie diese Ihre Aussagen, die Sie in der Beantwortung der vorangegangenen Fragen getroffen haben, unterstützen (bis zu 250 Wörter).

Total 226 words used.

Anlage: **01 Orga-Chart+Aufgabenübersicht - B2B CC**
Verweis: Vorstellung des Team-Organigramms; gesamter Verantwortungsbereich zur Illustration der Vielfalt und teils hoch anspruchsvollen sowie technisch aufwändigen Aufgaben; typische Wochenplanung und Verfügbarkeit am Telefon zur Veranschaulichung der internen Organisation.

Anlage: **02 Performance Jahresvergleich – B2B CC**
Verweis: Matrix und grafische Übersicht zur jährlichen Gesamtleistung von 2022 bis 2024; Darstellung der wichtigsten Kennzahlen: Inbound- & Outbound-Anrufe, E-Mail-Bearbeitung, Händler-Onboardings (ab Mitte 2024), Average Resolution Time, Customer Satisfaction; Kommentierung der Entwicklung des Teams mit Zahlen.

Anlage: **03 Weitere Statistiken+Nachweise – B2B CC**
Verweis: Statistik und Kommunikation verschiedener Einzelprojekte zu Prozessoptimierungen: Händler-Kaufanfragen; Stammdaten, CSAT, Login. Diese unterstreichen die hohe Wirkungskraft der Veränderungen, welche durch das Team initiiert und operativ umgesetzt wurden.

Zudem befinden sich hier diverse Original-Kommentare von Händlern, welche die nachhaltige Servicequalität unterstreichen.

Anlage: **04 Trainings on-the-job – B2B CC**
Verweis: Übersicht der abgeschlossenen Trainings während des laufenden Betrieb. Jeden Dienstag gibt es ein „Tuesday-Training“ über 30 Minuten mit dem ganzen Team.

Anlage: **05 Coaching – Kommunikation für Profis – B2B CC**
Verweis: Fotoprotokoll des externen Coachings im Spätsommer 2024; Nachweis konkreter Weiterentwicklung der Soft Skills, unmittelbar nachdem das Team mit 12 Mitarbeiter:innen inklusive Teamführung komplett war.

Anlage: **06 Mitarbeiterzufriedenheit – B2B CC**
Verweis: Entwicklung der Zufriedenheit innerhalb des Teams über das interne Mitarbeiter-Tool OfficeVibe; Bestätigung der positiven Wahrnehmung aller Beteiligten, trotz des hohen Grads an Veränderung über die letzten 2 Jahre.

7. Optional, aber dringend empfohlen: Laden Sie zusätzliche Dateien und Webadressen hoch, um Ihre Nominierung zu belegen und um der Jury weitere relevante Informationen zu geben. Bspw. Planungsunterlagen, Presseauschnitte, Arbeitsproben, Fotos, Videoclips usw.

[REDACTED FOR PUBLICATION]

Attachments/Videos/Links:

[Vom Reagieren zum Gestalten: Beratung, die 21.000 Händler bewegt.](#)

☐ [REDACTED FOR PUBLICATION]