

DER AFTERMARKT

Trends – Facts – History

Der Deutsche Autoteile Aftermarkt unterliegt einem strukturellen Wandel. Dies gilt insbesondere für den freien (Independent) Aftermarkt. Um Ihnen einen Überblick über die heutigen Distributionsstrukturen und Vertriebswege sowie die zukünftigen Veränderungen zu ermöglichen, hat WOLK & PARTNER CAR CONSULT diesen umfassenden Report zusammengestellt.

Das Grundlagenwerk „ D E R A F T E R M A R K T “ besteht aus 3 Teilen:



- 1 History and Facts: Der Autoteile Aftermarkt
Gestern und Heute.**
- 2 Trends: Ausblick in die Zukunft des Autoteile
Vertriebs**
- 3 Unternehmensprofile bedeutender Distributeure**

Auf den folgenden Seiten finden Sie weitere Informationen:

- Kurzbeschreibung
- Inhaltsverzeichnis
- Beispiel Unternehmensprofil (D&W)
- Preise
- Bestellmöglichkeiten

KURZBESCHREIBUNG

1 History and Facts: Der Autoteile Aftermarkt Gestern und Heute.

Dieser Teil verschafft Ihnen einen detaillierten Einblick in die grundlegenden Strukturen des Autoteile Aftermarktes in Deutschland. Über einen Zeitraum von zwanzig Jahren hinweg, werden die Entwicklungen im Aftermarkt beobachtet und bewertet, bis hin zur aktuellen Marktsituation. Marktvolumina und -anteile aller Produktgruppen werden im Detail dargestellt und bieten einen kompakten Überblick über die momentane Distributionsszene.

2 Trends: Ausblick in die Zukunft des Autoteile Vertriebs

In diesem Teil werden die Rahmenbedingungen und Faktoren vorgestellt, die die Entwicklung des Aftermarktes beeinflussen. Zudem stellt WOLK & PARTNER CAR CONSULT mittels der Szenario-Planung mögliche Perspektiven für die Zukunft des Autoteile Vertriebs im Aftermarkt dar. Hierbei werden sowohl die Veränderungen des Independent Aftermarkets, als auch der Einfluß durch die Aktivitäten der Automobil- und Teilehersteller des gebundenen Marktes berücksichtigt. Aufbauend auf den entwickelten Szenarien folgen abschließend erfolgversprechende Handlungsempfehlungen für die Distributeure des Autoteile Aftermarket.

3 Unternehmensprofile bedeutender Distributeure

Hier finden Sie detaillierte Informationen über die Teilekooperationen, Filialisten und Franchiseunternehmen, Direktvertreiber sowie Einzelprofile bedeutender Teilegroßhändler. Alle der über 50 Unternehmensprofile beinhalten Daten zu Gesellschaftern, Umsatz und Größe der Unternehmen, Geschäftsfeldern, Sortimentsstruktur, eingesetzte Marken, Rahmenvereinbarungen, History und Wanderungsbewegungen, aktuelle und zukünftige Entwicklungen, Outlet-Anzahl, eingesetzte EDV-, Werkstatt- und Fachmarktsysteme, Marketingaktivitäten etc.

Auf den folgenden Seiten werden die Teile 1 - 3 des Autoteilereports 2003 detailliert vorgestellt.

Der heutige Autoteile Aftermarket in Deutschland

1 Zur Studie

- 1.1 Vorbemerkungen
- 1.2 Zielsetzung
- 1.3 Begriffsdefinitionen und Abgrenzungen
- 1.4 Methodisches
- 1.5 Wichtige Erläuterungen zum Verständnis der Marktdaten

2 Der Aftermarkt für PKW-Komponenten in Vergangenheit und Gegenwart

- 2.1 Historischer Rückblick auf 1982
 - 2.1.1 Erhebliche Umstrukturierungen auf der Großhandelsstufe
 - 2.1.2 Teileindustrie dominiert auf der Herstellerstufe
- 2.2 Die aktuelle Marktsituation 2003
 - 2.2.1 Marktvolumen nach Sortimentsbereichen
 - 2.2.2 Jährliche Ausgaben der Autofahrer für PKW-Komponenten (nur Material)
 - 2.2.3 Generelle Marktstrukturen
 - 2.2.4 Komponenten inkl. Teile, Chemie, Zubehör, Reifen, Glas
 - 2.2.5 Teile inkl. Verschleißteile, Karo, Elektrik/Elektronik, Aggregate
 - 2.2.6 Verschleißteile
 - 2.2.7 Elektrik/Elektronik
 - 2.2.8 Karosserie/Blech
 - 2.2.9 Aggregate
 - 2.2.10 Autochemie inkl. Autolack, Öl, sonstige Chemie
 - 2.2.11 Autolack
 - 2.2.12 Öle/Schmiermittel
 - 2.2.13 Sonstige Chemie inkl. Pflege
 - 2.2.14 Zubehör
 - 2.2.15 Autoglas
 - 2.2.16 Reifen

Umfang ca. 60 Seiten

Ausblick in die Zukunft des Autoteile Vertriebs

1 Markteinflüsse und zukünftige Perspektiven im Aftermarket

- 1.1 Die technologische Entwicklung
 - 1.1.1 Qualitätsverbesserung
 - 1.1.2 Hi Tech
- 1.2 Sortimentsvielfalt
- 1.3 Wachstumssortimente
- 1.4 Bestandsentwicklung und Infrastruktur
 - 1.4.1 Bestand nach Altersegmenten
 - 1.4.2 Aftersales-Loyalität in Bestands-Altersegmenten
- 1.5 Situation und Perspektiven beim Autofahrer
- 1.6 Die neue GVO
- 1.7 Rating
- 1.8 Das neue Designrecht
- 1.9 Zusammenfassung

2 Die Netzstrukturen in der Aftermarket-Distribution

- 2.1 Allgemeine Vertriebsstrukturen
- 2.2 Die KFZ-Werkstätten
 - 2.2.1 Die OES-Werkstätten
 - 2.2.2 IAM-Werkstätten
 - 2.2.3 Karosserie- und Lackierwerkstätten
 - 2.2.4 Der Reifenhandel
 - 2.2.5 Fachmärkte
 - 2.2.6 Autoglaser
- 2.3 Do it yourself
 - 2.3.1 Discounter
- 2.4 Die Distributeure
 - 2.4.1 IAM-Distributeure
 - 2.4.2 OES-Distributeure
 - 2.4.3 Groshandelsspezialisten
- 2.5 Die Zulieferer
 - 2.5.1 Deutsche Teileindustrie
 - 2.5.2 Deutscher Aftermarket
- 2.6 Die Automobilindustrie

3 Distributions-Szenarien

- 3.1 Parameter der Szenarien-Entwicklung
 - 3.1.1 Aftersales-Thesen zum Autofahrer

- 3.1.2 Aftersales-Thesen zur Autoindustrie
- 3.1.3 Aftersales-Thesen
zur Versicherungswirtschaft/Unfallmanagement
- 3.1.4 Leasing-Gesellschaften
- 3.1.5 Banken
- 3.1.6 e-commerce
- 3.1.7 Thesen zu KFZ-Werkstätten
- 3.1.8 Aftersales-Thesen zur Distributeuren
- 3.1.9 Thesen zu den Komponenten-Herstellern
- 3.2 Aftermarket-Szenario für PKW-Teile
 - 3.2.1 AM-Teile Szenario „monopolisierende Marktabschottung“
 - 3.2.2 AM-Teile Szenario „differenzierende Betriebstypen“

4 Aftermarket Politik

- 4.1 Preispolitik
- 4.2 Distributionspolitik
- 4.3 Logistik

Umfang ca. 150 Seiten

Unternehmensprofile bedeutender Distributeure

1 Kooperationen

- 1.1 Portraits der großen Vermarkter im IAM
 - 1.1.1 Automobilgruppe Nord AG (ANAG)
 - 1.1.2 Auto-Teile-Ring GmbH
 - 1.1.3 CAR
 - 1.1.4 CARAT
 - 1.1.5 CARPROFI
 - 1.1.6 CENTRO
 - 1.1.7 COPARTS
 - 1.1.8 IGF
 - 1.1.9 SELECT
 - 1.1.10 TECHNO
 - 1.1.11 TEMOT
- 1.2 Die Werkstatt-Kooperationen
 - 1.2.1 Eurogarant-Autoservice AG

2 Filialisten/Franchiseunternehmen

- 2.1 A.T.U
- 2.2 pit stop Autoservice GmbH/Kwik-Fit
- 2.3 D&W Auto-Sport + Zubehör Handelsgesellschaft mbH & Co. KG

3 Direktvertrieb

- 3.1 Berner
- 3.2 Würth
- 3.3 JapCar
- 3.4 Autoteile Post

4 Rack-Jobber

- 4.1 Wever (Insolvent)
- 4.2 Interunion Technohandel GmbH
- 4.3 Lekkerland-Tobaccoland

5 Bedeutende nicht kooperierte Teile-Großhändler

- 5.1 Hengstenberg
- 5.2 Herth + Buss (Nipparts, HB Autoelektrik)
- 5.3 Jonen (von Wessels + Müller AG übernommen)
- 5.4 Schäferbarthold
- 5.5 Tip Auto

6 Bedeutende kooperierte Teile-Großhändler

- 6.1 ATEX (Coparts)
- 6.2 Boss + Schade (Centro)

- 6.3 Coler (Centro)
- 6.4 Göhrum (Coparts)
- 6.5 Heil & Sohn GmbH & Co. KG (Coparts + IGF)
- 6.6 Hennig (Coparts)
- 6.7 Hess (TEMOT)
- 6.8 Hofmeister & Meincke (Carat)
- 6.9 Holzhauer (Coparts) (Insolvent)
- 6.10 Hüller & Brunn (Centro)
- 6.11 Knoll GmbH (Centro)
- 6.12 KSM (Centro)
- 6.13 Konczewski (TEMOT)
- 6.14 Leise (Select)
- 6.15 Ernst Lorch KG (Centro)
- 6.16 Matthies (ATR)
- 6.17 Meinburk, Meineke (ehemals Centro) – Insolvenzverfahren angemeldet
- 6.18 Mezger GmbH & Co. (Centro)
- 6.19 PV Autoteile (TEMOT)
- 6.20 Schwenker (CARAT)
- 6.21 Soeffing-Schmitz (Centro)
- 6.22 Stahlgruber (ATR)
- 6.23 Eugen Trost (TEMOT)
- 6.24 Fritz Trost GmbH
- 6.25 Werthenbach (Coparts)
- 6.26 Wessels + Müller AG (ATR)
- 6.27 Europart Holding GmbH (ATR)
- 6.28 Winkler (Carat)
- 6.29 Wittich (COPARTS)

7 Glasgroßhändler

- 7.1 CARGLASS
- 7.2 Saint-Goabin Autover Deutschland GmbH (ehemals Autoglas - Hansa Vertriebs GmbH -AGH- (Saint Gobain)
- 7.3 Pilkington AGR Deutschland GmbH
- 7.4 AGC Automotive Germany GmbH (ehemals Splintex Distribution Deutschland GmbH)
- 7.5 Guardian Autoglas GmbH

8 Europaweit agierenden Teile-Kooperationen

- 8.1 ad-International (ADI)
- 8.2 ATR International AG
- 8.3 Temot International
- 8.4 GROUP AUTO UNION INTERNATIONAL (GAUI)
- 8.5 Tecar International

BEISPIEL EINES UNTERNEHMENS PROFILS

D&W Auto-Sport + Zubehör Handelsgesellschaft mbH & Co. KG¹

Adresse	D&W Auto,Sport+Zubehör Handelsgesellschaft mbH & Co. KG Dückerweg 21 44867 Bochum
Ansprechpartner	Herr Detlef Sokowicz (Geschäftsführer) Frau Barbara Braun (Verkauf/Marketing) Herr John Kleine-Möllhoff (Einkauf)
Telefon	(Details im Kaufexemplar)
Telefax	02327/327288
e-mail	contact@duw.com (Details im Kaufexemplar)
Internet	www.duw.de www.duwrepair.de
Gehört zu	autark
Umsatz	D&W Gruppenumsatz: ca. 80 Mio € in 2000
Anzahl Mitarbeiter	110
Geschäftsfelder	D&W, Nr.1 in Styling „The Car Design Company“ = Sportliches, exklusives Zubehör abseits der Schnelldreher. <ul style="list-style-type: none"> • Großhandel mit den Franchisepartnern / Händlern • Einzelhandel in den eigenen Filialen. • Versandgeschäft über Katalogbestellungen /

¹ Alle Angaben basieren auf eigenen Recherchen und wurden mit den verantwortlichen Personen des betrachteten Unternehmens abgestimmt. Die angegebenen Daten entsprechen alle dem aktuellen Stand. Sind keine aktuellen Daten verfügbar gewesen, so ist der Bezugszeitpunkt mitaufgeführt. Falls keine Daten verfügbar waren oder nicht veröffentlicht werden sollten, so wird dies mit k.A. (keine Angaben) gekennzeichnet.

Aus Gründen der Interessenwahrung des betrachteten Unternehmens werden einige Informationen nur im Kaufexemplar zur Verfügung gestellt. Diese Informationen sind mit dem Vermerk ‚(Details im Kaufexemplar)‘ versehen.

	Internet
	<p>D&W, Repair</p> <p>„Internet Ersatzteile Discount“ = Verschleißteile über eigenes e-business-Portal.</p>
Gesellschafter	(Details im Kaufexemplar)
Anzahl- Outlets	<p>Weltweit ca. 350 Outlets (2001)</p> <p>Deutschland:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 4 Filialen (Bochum, Frankfurt, Berlin und Bielefeld) • 204 Points • 53 Center <p>nach Betriebstypenverteilung:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Teilefachhandel ca. 45% • Reifenfachhandel ca. 10% • Autohäuser ca. 30% • Bosch Großhandel/Dienste ca. 15% <p>Europ. Ausland:</p> <p>Niederlande: 4 Center Österreich: 4 Center Schweiz: 2 Center Polen: 1 Center</p>
Organisationsstruktur	D&W Franchise für D&W-Center und Points (Details im Kaufexemplar)
Sortimentsstruktur (ca. Angaben)	(Details im Kaufexemplar)
Eingesetzte Marken	<p>D&W (Handelsmarke) für Zubehör/Reifen sowie Herstellermarken für</p> <ul style="list-style-type: none"> • Felgen/Reifen: Alutec, ATS, Dunlop, D&W, FK, Folia Tec, Fulda, Hofele, INXX, Momo, RDI, RH, Seehase, Sharper, Toyo, XCOVERY, Yokohama, Zender • Racing/Motorengineering: BMC, Bonrath, Chambers, D&W, Folia Tec, INXX, Kamei, Kingdragon, KW-Systems, MHW, Momo corse, Racimex, raid hp, Schroth, SKS, Sparco, Valeo, Wiechers, Zimmermann • Fahrwerke: Bilstein, Bonrath, D&W, Fichtel & Sachs, FK,

H&R, INXX, JOM, KW, MHW, PowerTech, Race X, raid hp, SM-Fahrwerke, Sparco, Patec, Vogtland, Weitec

- Sportsound:
Bosi, Bosima, D&W, Ernst, Fichtel & Sachs, FK, H&R, INXX, JP Group, Kamei, Laser, L+W, MK Racing, raid hp, Remus, Sebring,
- Car Styling:
Abt, Aerolift, Bonrath, Dietrich, D&W, FK, Folia Tec, Hagus, Hansen, Hella, Hofele, in.pro., Mioltec, Novitec, Postert, Projektzwo, Schller, Schmidt Technik, Spangenberg, Speed Tech, Wolters, Ziegler, Zender.
- Off Road:
D&W, Fulda, Gerner Tires, Hansen, Marx, Menn, SGS
- Cabrio Styling:
D&W, FK, INXX, Kamei, MHW, Postert
- Car Fashion:
CFC, D&W, Eufab, Farmont, Folia Tec, INXX, MHW
- Car Interior:
Aroso, Atiwe, D&W, DZ Centro, Eufab, Folia Tec, in.pro., INXX, Kamei, König, Mattig, MHW, Momo, Next, Otto, raid hp, Raid, Recaro, Richter, RS3, Seehase, Simoni Racing, Sparco.
- Car Comfort:
Aerolift, Buchalter, Fischer, FK, Folia Tec, in.pro., INXX, Kamei, MHW, XCOVERY.
- Mobile Kommunikation:
Betec, D&W, Kuda, Richter, Techart, Vivanco
- Car Hifi:
Audio Design, Autoradioland, Blaupunkt, Bonrath, Buchalter, Daewoo, D&W, Eufab, Folia Tec, Ground Zero, INXX, MHW, Sony, VDO Dayton
- Car Security:
Auto Security, Betac, Eufab, in.pro., MHW
- Car Equipment:
Aroso, Bonrath, D&W, Eufab, in.pro., Jom, Jost, Kamei, Next, Osram, Phillips, Richter, Seehase, VDO Kienzle
- Car Beauty:
Aroso, ATG, Autoglym, D&W, Liqui Moly, No Touch, Sonax, Ultra Gloss
- Shopping:

Rahmenvereinbarungen	<p>Brieden, D&W, Eufab, Folia Tec, Fulda, Revell, Schweda, Uncle Sam.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Verschleißteile im D&W-Repair-Portal: Sortiment der schweizerischen Ottomobil (Derendinger-Gruppe) mit ca. 150.000 Teilepostionen. <p>Bei Ersatzteilen mit Fa. Derendinger (D&W e-business Portal).</p> <p>CC-Bank ist Systempartner.</p>
Stärken und Schwächen ²	<p>D&W-Nr. 1 Styling</p> <p>D&W hat neben A.T.U als einziges Handelsunternehmen ein eigenes, fest verankertes Marken-Image beim Autofahrer aufbauen können. Das Image basiert auf Erotik, Fun und Entertainment.</p> <p>D&W promoted sein Sortiment über den D&W-Katalog. Die Auflage des Kataloges beträgt 700.000 Stück.</p> <p>Beilagen werden in überregionalen Publikumszeitschriften mit 7 Mio. Exemplaren eingebunden. Desweiteren zählen Events zu den Stärken (u.a. D&W Show in Bochum und die Motorshow in Essen).</p> <p>Der Unternehmenserfolg basiert auf der hohen Markenbekanntheit beim Autofahrer. Durch gezielten Einsatz endverbraucherorientierter Marketing-Tools werden in den Stützpunkten, die unter D&W signalisieren, Frequenzen erzeugt. Das Partner-Netzwerk besteht aus D&W Centren und D&W Points. Strengere Kriterien werden an das D&W Center gestellt, die gewisse Einrichtungsnormen für das einheitliche CI einhalten müssen. Die Franchisenehmer richten einen vorgeschriebenen Flächenteil mit einem D&W Shop ein, der in Abstimmung mit D&W erfolgt. Bei den D&W Shop auf Lizenzbasis kann auf freiwilliger Basis eine Dokosäule verwendet werden, die den Einrichtungsnormen entspricht.</p> <p>Keine Mitgliedschaft im Dt. Franchiseverband.</p> <p>D&W-Repair</p> <p>Mit dem Internetportal versucht D&W die Marke</p>

² Beurteilungen basieren auf Einschätzungen der WOLK & PARTNER CAR CONSULT GMBH.

„D&W“ auch im Verschleißteilesektor zu profilieren. D&W hat Ottomobil die Lizenz zur Vermarktung von Ersatzteilen unter "D&W-Repair" vergeben. Der Vertrieb erfolgt in der 1. Konzeptphase per Versandhandel von der Schweiz aus an den DIY-Endkunden als DIY. D&W steht für das Marketing. Nachdem sich beim Endverbraucher der Eindruck gefestigt hat, dass im Falle des akuten Ersatzteilbedarfs D&W der kompetente Problemlöser ist, wird in der 2. Konzeptphase ein bundesweites Netzwerk stationärer D&W-Repair Partner implementiert. Die Vorgehensweise ist analog dem Marketingverhalten beim Aufbau von "D&W Styling". Sog. Double-Branding soll die Bekanntheit steigern.

History und Wanderungsbewegungen

- 1971** D&W wird als Autozubehörshop in Dortmund gegründet.
- 1973** Umzug nach Wattenscheid
- 1987** Umzug der Systemzentrale an den Standort Bochum
- 1984** Aufbau einer zusätzlichen Vertriebsschiene – Shop in Shop Kette.
- 1985** Gründung einer Filiale in Frankfurt.
- 1991** Aufbau eines flächendeckenden Netzes aus D&W-Centern
- 1993** Aufbau eines flächendeckenden Netzes aus D&W Points
- 1995** Eröffnung der D&W Filiale Bielefeld, folgend von den Filialen Kassel und Berlin.
- 1998** D&W integrierte zwei zusätzliche Tuningmarken H&M und BetaTec in die Unternehmengruppe.
- 2001** Aufbau des Verschleißteile Portals „D&W-Repair“ mit Ottomobil.

Aktuelle und zukünftige Entwicklungen

D&W wird zukünftig weiter, auch im außerdeutschen Raum, durch Masterfranchise expandieren.

Zur IAA 2001 stellte D&W die D&W e-Business Plattform vor. Sie beinhaltet die alte Plattform

„Ottomobil“ des ATR-Mitglieds Derendinger/Schweiz unter neuem Namen „D&W Repair“. D&W vergab die Lizenz und obliegt das Marketing. Die Plattform beinhaltet Ersatzteile. Die Belieferung erfolgt im 24 Std. Rhythmus aus der Schweiz. Zielgruppe sind DIYer/Selbstermacher.

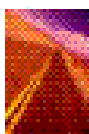
Erweiterung des Internetshops mit Auto-Motorradteilen in Originalqualität unter dem Logo „D&W Repair/Internet Ersatzteile Discount“.

Marketingaktivitäten

- D&W Katalog
- Messeauftritte: D&W Messepräsentation in Essen
- Hohe Medienpräsenz in allen autofahreraffinen Printmedien
- Event am Hauptsitz Bochum: D&W Megashow in Bochum und eine D&W Girls-Story.
- Am Hauptsitz Bochum befindet sich die größte Zubehöraustellungen der Welt mit sehr unkonventionellem Merchandisingmaterial.
- Zusätzliche Integration eines Burger-King Fast Food Restaurants als Frequenzbringer.
- D&W Supergewinnspiel – Preise im Gesamtwert von mehr als 50.000 €.
- Internetportal mit attraktiven Links.
- 24 Std. persönliche Bestellannahme, 48 Std. D&W Expresslieferung.

Europäische
Kooperationspartner

Im Franchise betriebene Center und Shops.
Für das D&W-Repair-Portal: Ottomobil/CH



DER AFTERMARKT

Trends – Facts - History

BESTELLUNG

Telefax: **0 22 04-84 25 29** Telefon: **0 22 04-84 25 26**

Der schnellste Weg zur Kontaktaufnahme erfolgt über die Hotline **02204-842526** oder Internet: **www.aftermarketreport.de**

Senden Sie uns diesen Antwortbogen ausgefüllt per Post oder Fax (**02204-842529**) zurück. Natürlich können Sie uns auch per e-mail (**info@wolk-partner.de**) erreichen. Bitte bei Bestellung per e-mail alle untenstehenden Absender-Angaben machen.

- Ich bestelle Band I – „ D E R A F T E R M A R K T “ -
1. History and Facts: Der Autoteile Aftermarkt Gestern und Heute.
2. Trends: Ausblick in die Zukunft des Autoteile Vertriebs.
zum Preis von 3.450,- € zzgl. 8,- € Versandkosten und MwSt.
- Ich bestelle Band II – „ D E R A F T E R M A R K T “ -
3. Unternehmensprofile bedeutender Distributeure
zum Preis von 990,- € zzgl. 8,- € Versandkosten und MwSt.
- Ich bestelle 1 Coachingtag zu „ D E R A F T E R M A R K T “ zur Vertiefung der Inhalte zum Preis von 800,- € zzgl. MwSt. (ausschließlich für Bezieher der Studie)
- Ich spare lieber **490,- €** und bestelle das **Komplettpaket** – „ D E R A F T E R M A R K T “ :
1. History and Facts: Der Autoteile Aftermarkt Gestern und Heute.
2. Trends: Ausblick in die Zukunft des Autoteile Vertriebs.
3. Unternehmensprofile bedeutender Distributeure,
plus 1 Coachingtag im Hause Wolk & Partner Car Consult (auf Wunsch auch bei Ihnen, dann: zuzügl. der Reisekosten) zum Gesamtpreis von nur **4.750,- €** zzgl. 8,- € Versandkosten und MwSt.

Name:	_____	Firma:	_____
Abtlg.:	_____	Funktion:	_____
PLZ/Ort:	_____	Strasse:	_____
Telefon:	_____	Telefax:	_____
E-Mail:	_____	Internet:	_____
Datum:	_____	Unterschrift:	_____

Hiermit bestellen wir verbindlich die ausgewählten Leistungen zu angegebenen Konditionen.
Die Rechnung ist sofort ohne Abzüge fällig.