

Unser Partner



WHITEPAPER

Professionelles Gebrauchtwagen- management



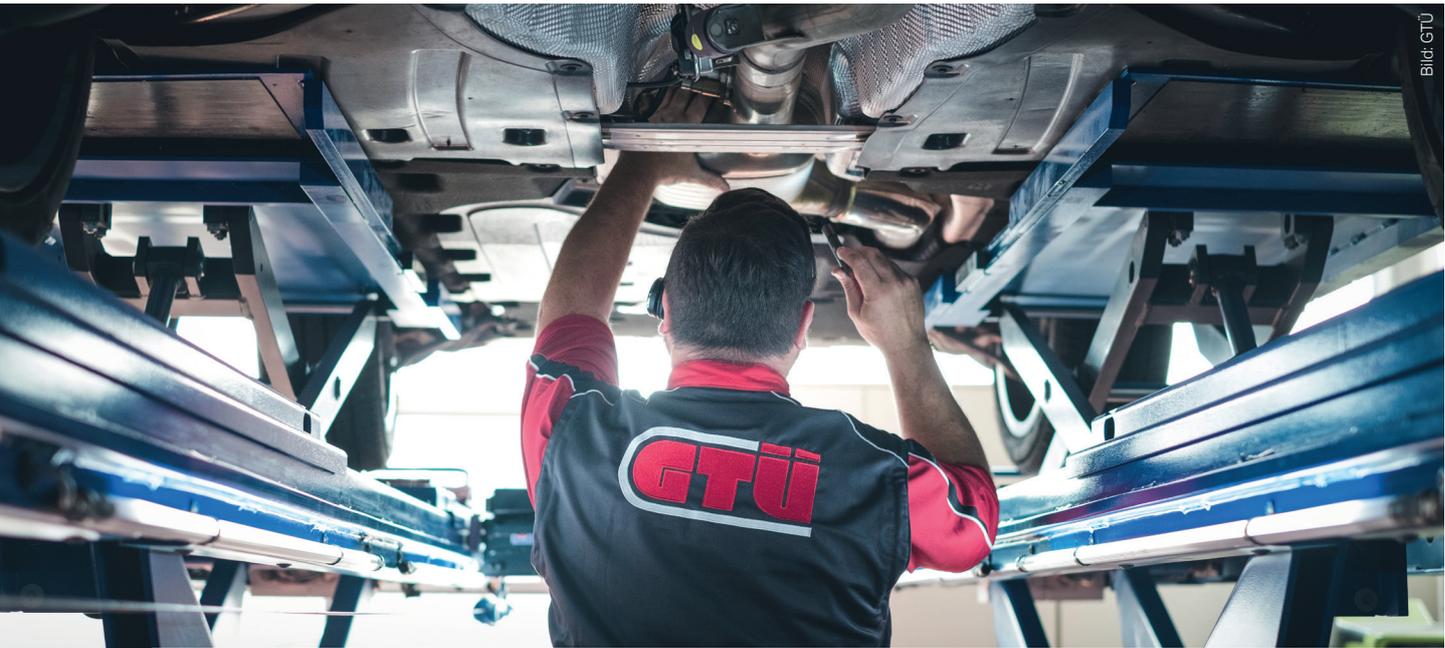


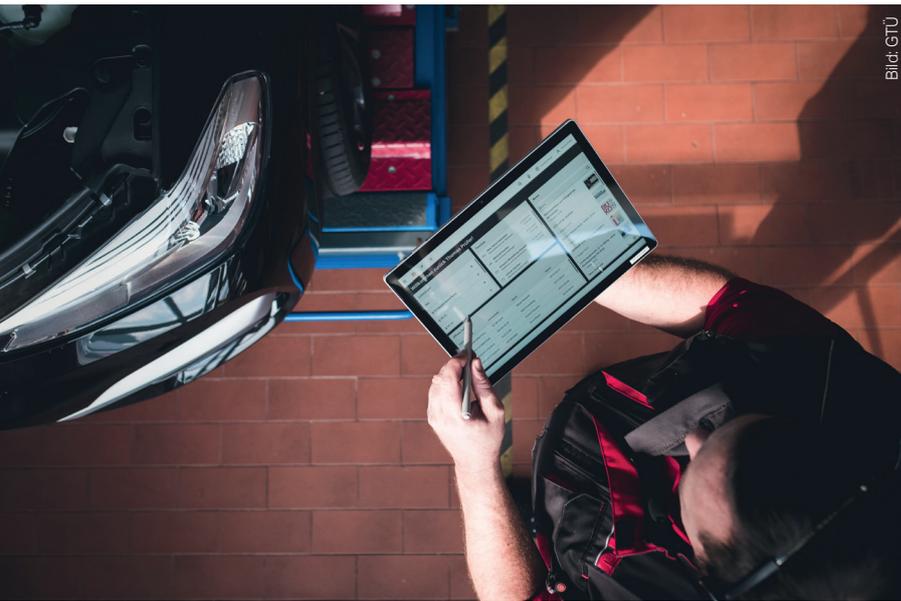
Bild: GTÜ

— Geschwindigkeit ist keine Hexerei

Die Kaufmannsweisheit „der Gewinn liegt im Einkauf“ gilt im Gebrauchtwagengeschäft immer noch. Allerdings gilt heute außerdem: Präzision, Transparenz und Geschwindigkeit der Vermarktungsprozesse sind ebenso wichtig für ein gewinnbringendes Geschäft. Das Gebrauchtwagenmanagement-Programm der GTÜ unterstützt Händler, Einkauf und Prozesse so zu optimieren, dass sie ihren Gebrauchtwagen-Handel noch professioneller und erfolgreicher betreiben können.

Das Gebrauchtwagen-Geschäft hat für Handel und Werkstätten eine immer wichtigere Bedeutung. Das hat unterschiedliche Gründe. Der Privatmarkt, bis vor einigen Jahren klar die stärkste Säule im Gebrauchtwagenhandel, hat in den letzten Jahren an Bedeutung verloren. Ein Drittel aller 7,2 Mio. Besitzumschreibungen im Jahr 2019 waren nach aktuellem DAT-Report 2020 privat an privat Geschäfte. Der Markenhandel verlor und erreichte noch einen Gesamtanteil von 46 Prozent (2018: 51 Prozent). Der freie Handel konnte seinen Anteil gegenüber 2018 von 16 auf 21 Prozent steigern.

Dieser Trend hin zum professionellen Handel im Gebrauchtwagengeschäft hält seit mehreren Jahren an. Insbesondere das Thema Sachmängelhaftung hat die Entwicklung begünstigt. Auch Gebrauchtwagenkäufer suchen zunehmend höherwertige Fahrzeuge mit einer Händlergarantie. Von dieser positiven Entwicklung für den Handel können Unternehmer profitieren. Allerdings bedarf es dazu heute unabhängig von Unternehmensgröße, Ein- oder Mehrmarkenbetrieb Einzelunternehmen oder Filialbetrieb eines durchgehenden, professionellen Gebrauchtwagen-Managements.



Digitale Prozesse unterstützen im Betrieb.

Martin Wolf ist Key Account Manager bei der GTÜ und Experte für Gebrauchtwagen. „Der Gebrauchtwagenhandel hat sich in den letzten 20 Jahren komplett verändert. Ursächlich ist das Entstehen der Gebrauchtwagenbörsen im Internet. Die schnelle transparente Verfügbarkeit von Angeboten beeinflusst alle vor- und nachgelagerten Prozesse im Geschäft“, sagt Wolf. Neben der Digitalisierung der Prozesse rund um ein Gebrauchtfahrzeug, seien sie zudem miteinander vernetzt – von der Hereinnahme über die verkaufsfertige Vorbereitung und die Präsentation in den Börsen bis hin zum Verkaufsprozess des Gebrauchtwagens und der Nachbetreuung der Kunden.

„Wie schnell und präzise ist ein Fahrzeug bewertet, der richtige Preis ermittelt, der Umfang der zu reparierenden Schäden erfasst, eine Zustandsbewertung erstellt, Verwendungsentscheidungen getroffen oder der Preis ausgezeichnet, wenn der Betrieb ein Fahrzeug selbst weiter vermarkten möchte. All das sind Fragen, bei deren Beantwortung ein durchgängiger Gebrauchtwagenmanagement-Prozess den Unternehmer heute unterstützen muss“, sagt Wolf.

Mehr Gewinn mit digitalen Prozessen

Das Gebrauchtwagen-Geschäft gewinnbringend und erfolgreich zu gestalten, sei in Zukunft ohne digital unterstützte Prozesse im Betrieb kaum noch möglich, ist Martin Wolf darum überzeugt. „Unabhängig davon, ob ein Betrieb eine oder mehrere Marken verkauft, ob er 50, 500 oder noch mehr Gebrauchtwagen pro Jahr verkauft. Ob er das an einem Standort oder über mehrere Filialen tut. Ein effizientes Gebrauchtwagen-Management-System hilft ihm, seine Prozesse effizient und ressourcenschonend zu organisieren und unter dem Strich mehr Geld mit Gebrauchtwagen zu verdienen.“ Denn effizientere Prozesse bedeuten höheren Fahrzeugumschlag in der gleichen Zeit, mehr Umsatz und mehr Gewinn. „Zudem bewahren präzise, zeitnahe Fahrzeugbewertungen vor teuren Fehlkäufen, verbessern so das Einkaufsergebnis nachhaltig und ermöglichen die schnelle und gewinnbringende Weitervermarktung von Gebrauchtwagen“, sagt Wolf.



Umsatz des deutschen Kraftfahrzeuggewerbes im Jahr 2019 nach Geschäftsfeldern (in Milliarden Euro)

Ein entscheidender Punkt bei der Gebrauchtwagenvermarktung sei beispielsweise, wie schnell ein Fahrzeug in den einschlägigen Internetbörsen mit allen erforderlichen Daten präsent sei und wie professionell es dabei präsentiert werde. „Ein Auto muss sich heute im ersten Schritt über die Präsentation in den anonymen Börsen und den richtigen Preis vermarkten“, sagt Martin Wolf. Der aktuelle DAT Report 2020 gibt ihm Recht. Demnach hatten 2019 98 Prozent aller Gebrauchtwagenkäufer Zugang zum Internet. 69 Prozent der Gebrauchtwagen-Käufer gaben an, dass sie sich vor dem Kauf in den einschlägigen Gebrauchtwagen-Onlinebörsen informiert hatten. Wichtig für Gebrauchtwagenhändler ist eine weitere Zahl aus dem DAT-Report. Fast ein Drittel der befragten Gebrauchtwagenkäufer (29 Prozent) in der repräsentativen Umfrage gab an, sich aufgrund eines Angebotes für den Kauf eines Fahrzeugs bei einem weiter entfernten Händler entschieden zu haben. Die Chance, das eigene Verkaufsgebiet deutlich zu erweitern, haben aber nur Händler, die ihre Gebrauchtwagen schnell und professionell in den Börsen einpflegen.

GTÜ-Expertenanalyse: Grundlage für Prozessoptimierungen

Händler, die sich angesichts der Vielzahl der anstehenden Aufgaben für ein professionelles Gebrauchtwagen-Management abgeschreckt fühlen, kann Martin Wolf beruhigen. „Zunächst müssen mal die Basics stimmen: Die professionelle Fahrzeugbewertung bei der Hereinnahme und dazu dann die fundierte Verwendungsentscheidung für das Fahrzeug.“ Die Gebrauchtwagen-Experten der GTÜ analysieren mit dem Unternehmer in seinem Betrieb die bestehenden Prozesse und decken gemeinsam Potenziale auf, die dem Unternehmer helfen, sein Gebrauchtwagen-Geschäft noch erfolgreicher und gewinnbringender zu machen. „Wir stülpen kein fertiges Konzept über. Wir betrachten die individuelle betriebliche Situation. Erst im zweiten Schritt fällt dann die Entscheidung, welche Prozessabläufe wie angepasst werden sollen und welche Teilaufgaben im Prozess – wie etwa die professionelle Fahrzeugbewertung – nach außen vergeben werden können.“

„Dabei entscheidet der Unternehmer, welche Module er aus dem Gebrauchtwagen-Managementsystem übernehmen möchte“, sagt Wolf. Teil des professionellen Gebrauchtwagenmanagement-Systems ist ein EDV-gestütztes Organisationstool, das die GTÜ über einen spezialisierten Softwaredienstleister bezieht. Ziel müsse es sein, für den Unternehmer und alle Mitarbeiter im Betrieb höchstmögliche Transparenz rund um den Gebrauchtwagen zu schaffen. Heute könne es sich beispielsweise kein Unternehmer mehr leisten, ein Fahrzeug eines Kunden anzukaufen, es dann erst einmal auf dem Hof zu parken, um es dann nach einer Woche in die Werkstatt zu geben, die es für den Weiterverkauf vorbereitet.



Professionelle Hereinnahme – der Grundstein für mehr Gewinn

„Das Fahrzeug verursacht durch Standzeiten und Zwischenfinanzierungen in dieser Zeit bereits Kosten für den Händler. Kosten, die er mit unserem Gebrauchtwagen-Management-System auf Knopfdruck transparent machen kann“, so Wolf. Davon abgesehen sei jeder Tag ohne Präsenz eines Fahrzeugs in den einschlägigen Vermarktungsbörsen ein verlorener Tag für den Verkauf. „Sobald der Ankaufpreis und erforderliche Kosten für Reparaturen und Aufbereitung kalkuliert sind, kann der Verkaufsleiter oder Unternehmer den Verkaufspreis kalkulieren und das Fahrzeug sofort in die Börsen einstellen.“ Merke: je schneller ein Fahrzeug in den Verkauf gelangt, desto höher die Chance, die Standtage gering zu halten.

Martin Wolf spricht von unterschiedlichen Stellschrauben, an denen der Händler und sein Team drehen können, um das Gebrauchtwagenmanagement im Betrieb möglichst effizient und gewinnbringend zu steigern. Stellschraube Nummer eins ist für ihn dabei die Hereinnahme eines Fahrzeugs, die den Beginn jeder Gebrauchtwagen-Vermarktung darstellt. Unabhängig davon, ob das von einem Kunden angekauft werde, der im Unternehmen ein neues Gebrauchtfahr-

Experten prüfen jedes Fahrzeug ganz genau.

zeug oder ein Neufahrzeug erwirbt, oder ob der Händler aktiv Fahrzeuge zur Weitervermarktung im Gebrauchtwagenmarkt zukaufe.

„Bereits in diesem ersten Schritt kann der Unternehmer aus Unkenntnis oder falsch verstandener Routine so viel Geld verlieren, dass ein angekauftes Fahrzeug am Ende der Prozesskette nicht mehr gewinnbringend zu vermarkten ist“, sagt Martin Wolf.

Typische Schwachstellen hier seien fehlende objektive Bewertungen. „Man erstellt dem Kunden eine Gefälligkeitsbewertung, weil man ein Neufahrzeug verkaufen möchte.“ Unvollständige Datenerfassung: Bei der Hereinnahme werde auf eine Abfrage der Sonderausstattungen nach VIN-Nummer verzichtet oder es werde versäumt, das Vorhandensein von Ausstattungsmerkmalen nach VIN und deren einwandfreie Funktion zu überprüfen. Die Angabe „unfallfrei“ werde bei der Fahrzeug-Bewertung nicht verifiziert (Lackschichtdickenmessung, Kontrolle von Schweißnähten und Korrosionsschutz auf Abweichungen vom Original, Spuren von Nachlackierungen an Pfalzen, Kanten, Einstiegsbereichen etc.). „Diese und weitere Punkte prüfen unsere Experten bei einer professionellen Fahrzeugbewertung akribisch ab; unabhängig davon, wer das Fahrzeug an den Händler verkaufen möchte. Das Ergebnis ist eine objektive und neutrale Bewertung, die dem Händler detailliert aufzeigt, in welchem Zustand sich ein Gebrauchtwagen befindet“, so Wolf.

Alle Informationen auf einen Blick.

Zentrale Datenerfassung schafft Transparenz für alle Abteilungen

Selbstverständlich stehen die Informationen aus der Fahrzeugbewertung allen am Gebrauchtwagenprozess beteiligten Mitarbeitern und Abteilungen im Betrieb sofort zur Verfügung. Kommunikationsdrehscheibe ist hier das schon erwähnte Gebrauchtwagen-Informations- und Management-System. „Hier legt der Unternehmer, oft bevor das zu vermarktende Fahrzeug auf dem Hof steht, alle verfügbaren Daten und Informationen in einer zentralen elektronischen Fahrzeugakte ab, auf die alle anderen Abteilungen zugreifen können“, beschreibt Wolf. Großer Vorteil dieser elektronischen Akte: alle Fahrzeugdaten werden nur einmal zentral für alle Abteilungen erfasst. „Die in vielen Betrieben heute noch übliche Zettelwirtschaft mit handschriftlichen Notizen für die Werkstatt, was am Fahrzeug repariert werden soll, welchen Ankaufspreis der Verkäufer festgelegt hat, der in den Vertrag mit dem Kunden übernommen werden soll und so fort, hat damit ein Ende“, sagt Martin Wolf.



Alle Fahrzeugdaten werden nur einmal zentral für alle Abteilungen erfasst.



Stattdessen sei für jeden Mitarbeiter und jede Abteilung klar ersichtlich, in welchem Zustand sich ein Fahrzeug befinde. Aus der Bewertung lasse sich zudem direkt ein Auftrag für die Werkstatt generieren, welche Arbeiten vor dem Wiederverkauf auszuführen seien — bis hin zur Werkstatt-Terminplanung, wann das Fahrzeug verkaufsfertig sein müsse. „Auch die erforderlichen Daten, die für den Verkauf und die komplette Präsentation eines Fahrzeugs in den Online-Fahrzeuggbörsen erforderlich sind, lassen sich in dem Moment aus dem Gebrauchtwageninformations- und Management-System erzeugen, in dem die elektronische Fahrzeugakte angelegt ist“, sagt Wolf.

In der elektronischen Akte sei sozusagen die DNA eines Fahrzeugs gespeichert. Jeder an den nachgelagerten Prozessen beteiligte Mitarbeiter in der Firma, ob die Werkstatt, der Verkauf, die Buchhaltung, die Disposition oder die Fahrzeugpflegeabteilung habe Zugriff auf diese elektronische DNA, sehe permanent aktualisiert, in welchem Bearbeitungsprozess ein Fahrzeug sich befindet. „So kann jeder Mitarbeiter bei Nachfragen zu einem Fahrzeug von Kollegen oder Kauf-Interessenten konkrete Angaben machen.“

 TIPP

Mitarbeiter in Prozessentwicklung einbinden

Eine weitere wichtige, oftmals vernachlässigte, Stellschraube im Gebrauchtwagenprozess sind laut Martin Wolf die Mitarbeiter. „Prozesse, die der Chef von oben ohne Beteiligung des Teams überstülpt, werden im Alltag erfahrungsgemäß nicht mit Überzeugung gelebt. Wenn die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter verstanden haben, warum sie einen Prozess in einer bestimmten Art und Weise ausführen sollen, ist die Bereitschaft, einzelne Prozessschritte im Alltag kontinuierlich anzuwenden, entsprechend größer. Die Motivation, als Team das Richtige zu tun und erfolgreich zu sein, ist ein wesentlicher Faktor für die erfolgreiche Umsetzung eines professionellen Gebrauchtwagenmanagement-Systems im Betrieb“, weiß Martin Wolf.

Mehr über die Services und Dienstleistungen der GTÜ-Experten für ein erfolgreiches Gebrauchtwagengeschäft erfahren Sie [auf unserer Homepage](#).

B2B-Plattform für professionelle Geschäfte von Händler zu Händler

Eine weitere Besonderheit im GTÜ-Gebrauchtwagenmanagement soll wirksam Problemfällen bei der Vermarktung vorbeugen. Unternehmer leiden im Gebrauchtwagengeschäft häufig unter Inzahlungnahme-Fahrzeugen oder Leasingrückläufern, die im lokalen Umfeld kaum nachgefragt sind. „Über den exklusiven Zugang zu einer von einem GTÜ-Kooperationspartner betriebenen B2B-Plattform bieten wir Unternehmern die Möglichkeit, solche Fahrzeuge schon im Vorfeld, also bevor sie auf dem Betriebsgelände stehen, bundesweit in der geschlossenen Händlerplattform zum Kauf anzubieten“, sagt Martin Wolf. Was in Norddeutschland als schwer vermarktbar gelte, könne im Süden der Republik durchaus gesucht sein und umgekehrt. „Über die B2B-Plattform reduzieren Händler so im besten Fall ihr Risiko, dass sich vermeintlich schwer vermittelbare Fahrzeuge in ihrem Bestand zu Langstehern, den gefürchteten „Standuhren“, entwickeln“, sagt Martin Wolf.

Gerne können Sie auch direkt Kontakt zu den Key Account Managern der GTÜ aufnehmen:

Wolfgang Hennig,

Leiter Key Account Management
+49 711 97676-722
wolfgang.hennig@gtue.de

Martin Wolf

Key Account Manager
+49 151 68830779
martin.wolf@gtue.de

Carsten Pokorny

Key Account Manager
+49 170 7911635
carsten.pokorny@gtue.de

Impressum



VOGEL COMMUNICATIONS
GROUP

**Vogel Communications Group
GmbH & Co. KG**

Max-Planck-Str. 7/9
97082 Würzburg
www.vogel.de
info@vogel.de

Registergericht Würzburg,
HRA 245, Komplementär GmbH:
Vogel Communications Group
Verwaltungs GmbH, HRB 10

Geschäftsführung:
Matthias Bauer (Vorsitz)
Günter Schürger

Redaktionell verantwortlich:
GTÜ