

# Ende gut, alles gut

**Remarketing** | Die Frage nach der optimalen Vermarktung steht am Ende eines jeden Dienstwagenlebens. Dat Autohus verspricht schnelle, transparente Prozesse – und einen breiten Marktzugang.

— Schnell soll es gehen. Transparent ablaufen. Und natürlich preislich attraktiv sein. Dat Autohus, seit 20 Jahren im Gebrauchtwagen-geschäft aktiv, hat das im Blick. Steigende Absatzzahlen, der Ausbau der Verkaufsfläche und zunehmende Nutzerzahlen bei der eigenen Online-Plattform zeigen: Irgendetwas scheint das Unternehmen richtig zu machen bei der Vermarktung seiner Gebrauchten – vorrangig scheckheftgeprüfte, meist drei Jahre alte Leasingrückläufer. Knapp 14.000 Verkäufe waren es im Jahr 2015. Dat Autohus kauft dafür selbst ein, führt aber auch im Konsignationsgeschäft das Remarketing für Kauffuhrparks, Fuhrparkmanager oder Leasinggesellschaften durch.

„In Zusammenarbeit mit unseren Partnern können wir unseren Kunden die komplette Prozesskette von der Anlieferung und Aufbereitung über die Bewertung, Preisfindung und Platzierung bis hin zur Verkaufsabwicklung zur Verfügung stellen“, fasst Thomas Araman, Vorstand von Dat Autohus, die Servicepalette zusammen, die ohne unnötige Transportkosten oder Standzeiten beim Kunden zu Entlastung und Effizienz führen sollen.

Konkret sieht das so aus: Angelieferte Fahrzeuge werden an den Standorten Bockel, Bremen und neuerdings Berlin (siehe Kasten rechts „In Kürze“) gereinigt und auf Schäden geprüft – wobei nur gravierende Schäden repariert werden.

Nächste Station: Die Autos erhalten einen QR-Code, über den Interessenten den Preis und alle Informationen abrufen können – schon über 150.000 Mal wurde die entspre-

**24 Stunden nach der Anlieferung soll ein Gebrauchtwagen auf dem Handelsparkett sein.**

chende App heruntergeladen. Dann werden die Fahrzeuge von der Dekra vor Ort geprüft, eingepreist und kommen sofort auf das Verkaufsgelände und in den Online-Handel, das heißt: mobile.de, autoscout.de und die eigene Plattform.

Dat Autohus sieht sich als Großhändler, der sich ein klares Credo auf die Fahnen geschrieben hat: umgehende Verfügbarkeit. Innerhalb von 24 Stunden nach Anlieferung soll ein Gebrauchter auf dem Handelsparkett

sein. „Zu 80 Prozent schaffen wir das auch“, so Araman. Dabei legen die Experten Wert auf eine professionelle Beschreibung der wertbildenden Ausstattungsdetails sowie auf eine wiedererkennbare Aufmachung mit qualitativ hochwertigen Fotos, die in der eigenen Fotobox entstehen.

**Vertrieb über alle Kanäle** | „Mit unseren drei Compounds bieten wir einer Leasinggesellschaft, einem Fuhrparkmanager oder einem Kauffuhrpark die Möglichkeit, seine Ware auf einer gesicherten Verkaufsfläche mit geschultem, mehrsprachigem Verkaufspersonal optimal zu platzieren, sodass ein schneller Abfluss der Ware zum gewünschten Preis gewährleistet ist“, so Prokurist Aleksandar Amann. „Zumal wir langjährig bestehende gewerbliche Abnehmerstrukturen im In- und Ausland haben.“

Ein weiterer Benefit ist der breite Marktzugang: Dat Autohus, früher vor allem auf gewerbliche Wiederverkäufer (heute 55 Prozent) und Exportkunden (heute 15 Prozent) spezialisiert, nimmt immer mehr den attraktiven Privatkundenmarkt in den Fokus. 30 Prozent gehen aktuell in private Hände, das sollen aber noch mehr werden. „Dadurch,



Foto: Susanne Löw/Autoflotte

**Primär dreijährige Leasingrückläufer** | 2015 wechselten 14.000 Fahrzeuge den Besitzer. Die durchschnittliche Standzeit liegt bei 80 bis 86 Tagen

dass wir stark exportorientiert sind, können wir bei Marktschwankungen leicht reagieren und ausweichen“ ergänzt Rouven Enghard, ebenfalls Prokurist, einen weiteren Vorteil. „Der Kunde hat also die Sicherheit, dass wir alle Kanäle nutzen.“

Drei große deutsche Leasinggesellschaften zählen zu den Kunden von Dat Autohus, daneben auch einzelne Flotten im Direktgeschäft sowie Fuhrparkmanagement-Gesellschaften – wie Flottenmeister. Seit drei Jahren arbeitet der Fuhrparkverwalter aus Pullach, der sich im Großkundensegment bewegt und aktuell rund 14.000 Fahrzeuge betreut, mit dem Remarketing-Experten zusammen. Geschäftsführer Christian Braumiller erklärt: „Der Markt ändert sich: Als Fuhrparkmanager muss man sich heutzutage über die Standardprodukte hinaus abheben – und das tun wir, indem wir das Know-how von Dat Autohus im Remarketing-Bereich als White-Label-Lösung anbieten.“ Dabei vertraut Braumiller nicht nur seiner 30-jährigen Erfahrung in der Branche – auch bei einem Benchmark mit drei anderen Vermarktungskonzepten schnitt Dat Autohus am besten ab.

Laut dem Geschäftsführer kommt das Remarketing-Angebot bei seinen Kunden gut an, 50 Prozent nutzen demnach diesen Service, denn „für Fuhrparkbetreiber ist die Vermarktung wie eine Blackbox: Wie erreiche ich die Märkte? Welche Folgekosten oder Garantieansprüche drohen? Wie erreiche ich einen optimalen Preis?“ Auch den fairen

### In Kürze | Dat Autohus

– Das 1996 gegründete Unternehmen, laut eigenen Aussagen einer der größten europäischen Gebrauchtwagenhändler im Internet, spricht mit drei Vertriebszentren in der Nähe von Ballungsgebieten speziell Privatkunden an: In Bockel bei Hamburg (105 Mitarbeiter) werden auf 105.000 m<sup>2</sup> jährlich 9.000 Autos veräußert, die eigene Werkstatt, ein Auslieferungszentrum, ein Reifencenter mit 6.000 Reifensätzen und eine Reifenwaschanlage zählen zum Inventar. Im Flagship-Store in Bremen (32 Mitarbeiter) werden auf gut 25.000 m<sup>2</sup> rund 4.200 Fahrzeuge jährlich verkauft. Neu ist der Standort Berlin-Hoppegarten (35 Mitarbeiter), ebenfalls mit Reifencenter auf den 65.000 m<sup>2</sup>, der bis Mitte des Jahres fertiggestellt werden soll. Geplant sind 7.200 Verkäufe im Jahr. Durchschnittliche Standzeit der Fahrzeuge: 80 bis 86 Tage.

### Einstiegsgespräche | Österreichische Post

– „Die Österreichische Post hat in einem Verkaufstest mit der Dat Autohus AG eine definierte Anzahl und Güte von Fahrzeugen eingeliefert, die im Vergleich zur Eigenvermarktung und im Wettbewerb zu weiteren Anbietern gute und teilweise bessere Vermarktungserlöse erzielt hat. Die Österreichische Post hat deshalb entschieden, die Gespräche zum Einstieg in eine mögliche weitergehende Kooperation mit der Dat Autohus AG zu beginnen.“

Bernd Schaller, Konzern Einkauf & Fuhrpark, Österreichische Post



Bernd Schaller

Foto: Österreichische Post

Foto: Susanne Löw/Autoflotte



**Bietet das Remarketing von Dat Autohus seit drei Jahren als White-Label-Lösung an |** Christian Braumiller, Geschäftsführer Flottenmeister (2. v.l.), mit Prokurist Aleksandar Amann, Vorstand Thomas Araman und Prokurist Rouven Enghard von Dat Autohus (v.l.)

Umgang mit Rücknahmeschäden betont Braumiller: Bei Dat Autohus wird bei der Bewertung nur der Schwache-Zeitwert berücksichtigt, neutralisiert um die Schäden – die Delle bei einem normalen, drei Jahre alten Fahrzeug mit 150.000 Kilometern bleibt unberücksichtigt.

Braumillers Fazit: „Der Prozess ist genial und zu 100 Prozent transparent. Es gibt einen sicheren Rücknahmeprozess, eine feste Begutachtung, alles an einem Standort. Wichtig ist vor allem die 360-Grad-Betrachtung: Der Kunde kann online jederzeit sehen, wo sein Auto ist und was damit passiert.“

**Vertrauen ist die Basis |** Kunden haben dabei generell die Wahl zwischen zwei verschiedenen Konsignationsverträgen: Entweder wird eine feste Verkaufperformance für die Ware festgelegt, die ein planbares Ergebnis verspricht – attraktiv für Kauf- und Leasing-Fuhrparks mit starkem Bankenhintergrund. Bei der Fahrzeugrückgabe wird mit Zahlungsziel fakturiert – unabhängig davon, ob das Fahrzeug schon verkauft ist oder nicht. Variante zwei ist für risikoaffinere Kunden, bei der die Fahrzeuge wie Kommissionsware eingepreist und wöchentlich

besprochen wird – ein Mehrerlösbeteiligungssystem.

Für Interessenten, die sich selbst überzeugen wollen, bietet Dat Autohus den Handel mit einer Testtranche an, denn: „Vertrauen ist die absolute Basis“, betont Amann. „Wir gehen anständig und fair mit der Ware um, kümmern uns, sind erreichbar bei einer möglichst sofortigen Reaktionszeit – und vor allem unterscheiden wir nicht unsere Ware von der unserer Partner.“

Auch für die Endkunden ist Vertrauen natürlich wichtig. Enghard zählt auf, was der Händler dafür tut: „Wir tragen das volles Gewährleistungsrisiko, wir können Finanzierung, Leasing, das komplette Rundpaket. Die Dekra-Begutachtung kann von überall auf der Welt eingesehen werden. Wir sind schnell – wer heute kommt, kann das Auto heute mitnehmen. Und wir sind stark im Exporthandel, machen die komplette Zahlabwicklung, stellen Ausfuhrklärungen aus und akzeptieren Bargeld.“ Daran sieht man: Auch auf Käuferseite sind die Ansprüche dieselben wie auf Verkäuferseite: Schnell soll es gehen. Transparent ablaufen. Und natürlich preislich attraktiv sein. | Susanne Löw