

Rebranding fürs Remarketing

Online-Vermarkter | Nach dem Herantasten an die Flotten fühlt sich der Remarketingexperte nun fit für große Aufgaben. Das Verkäuferteam sucht für jeden Gebrauchten den optimalen Käufer, meist sind es Händler.

— Der Gebrauchtwagenhandel wandelt sich wie das Neuwagengeschäft und findet zunehmend auf Online-Plattformen statt. Im Herbst 2015 besuchten wir das Start-up Recar24 (siehe Autoflotte 9/2015, S.63), das mittlerweile Cargentur heißt, aber weiterhin jenseits von Autohäusern oder Auktionen nach Käufern für Gebrauchte fahndet.

Das Starnberger Unternehmen wird weiterhin von Geschäftsführer Philipp Schlocker geleitet. Mittlerweile habe man die nötigen Partner für die Vermarktung gefunden, um auch große Kaufparks durchzuschleusen. Zudem könne man sich jetzt ganz modular auf die Wünsche der Flottenkunden einstellen. Doch was heißt das? Wie verkaufen ihre Flottenkunden bisher die Gebrauchten, Herr Schlocker?

„Das Gros unserer Kunden hat bislang über Auktionen die Fahrzeuge vermarktet. Den Komfort, den diese Plattformen bieten, leisten wir auch, nur eben im Onlinehandel und ohne, dass ein Fahrzeughändler zwischengeschaltet ist. Abholung, Abmeldung, Aufbereitung und Lagerung der Fahrzeuge gehören zu unseren Dienstleistungen. Wir verbinden den Ersten mit dem Letzten in der Kette, die einen Fuhrpark zusammenhält.“

Kein Ärger nachher | Diese Angebote landen auf den großen Online-Plattformen wie Mobile.de oder Autoscout24.de, die Privatkäufer wie gewerbliche Händler ansprechen. In der Regel geht der Zuschlag an Gewerbetreibende, sodass der Verkäufer auch keine Gewährleistung geben muss. Für den Fall, dass es doch einmal an eine Privatperson gehen soll, da der Erlös deutlich größer wäre, bietet Cargentur eine Reparaturkostenversicherung, die alle Reparaturen innerhalb von zwölf Monaten nach dem Kauf übernimmt. „Alternativ können wir auch die Fahrzeuge ankaufen und direkt an die Privatperson weiterverkaufen. Damit entsteht dem Fuhrparkbetreiber kein Risiko“, betont Schlocker.

Deshalb finden in der Regel auch kleine Probefahrten statt. Jeder Interessent erhält dafür ein anonymisiertes Gutachten, sodass er genau über das Auto Bescheid weiß. Schlüssel und Papiere bleiben deshalb meist direkt beim Fuhrpark. Entsprechend gering ist auch die Barkaufquote. Der Käufer überweist das Geld und holt das Fahrzeug ab.



Foto: Cargentur

Neuer Name | Philipp Schlocker leitet als Geschäftsführer Cargentur, die früher Recar24 hieß

Nachverhandeln gibt es nicht. „Die Fahrzeuge sind begutachtet, aus erster Hand, also offen und ehrlich“, unterstreicht Schlocker.

Bilder sind wichtig | Die Gutachten stammen bei großen Flotten meist direkt vom Fuhrparkbetreiber, der seine eigenen Prozesse hat. „Dabei klären wir mit dem Kunden ab, dass alle relevanten Daten vorhanden sind und dass gute Fotos für eine optimale Vermarktung geschossen werden. Gerade das Thema Bilder ist hier essentiell. Wir bringen aber sonst auch unsere Gutachterpartner wie Dekra oder TÜV Süd mit.“ Wichtig sind hier Standards wie, dass das Auto geputzt sein sollte und dass auch das Scheckheft mitfotografiert wird.

Dann beginnt die Arbeit des Vermarkters. „Zunächst erstellen wir anhand des Gutachtens und der Bilder eine Erlösprognose für jedes einzelne Fahrzeug. Dabei legen wir auf Wunsch des Kunden fest, an welche Käufergruppe das Fahrzeug gehen soll, um den besten Preis zu erzielen.“ Dafür werden entsprechende Anzeigen erstellt und auf den Internetmarktplätzen inseriert. Da europaweit verkauft wird, findet eine steuerliche Vorprüfung statt.

Finde die Details | Die Kunst des Verkaufens liegt dann darin, das Fahrzeug optimal anhand seiner Ausstattung und der aktuellen Nachfrage im Markt zu positionieren.

„Unsere Mitarbeiter sind fast durchweg ausgebildete Fahrzeugverkäufer. Deren Kerngeschäft liegt im Erkennen dieser individuellen Merkmale des Fahrzeuges“, so Schlocker.

Hat ein VW Golf eine Highline-Ausstattung und Xenon-Scheinwerfer, ändert sich gegenüber dem Basismodell natürlich sein Preis. Da ist der Verkäufer gefragt. Denn wie der Geschäftsführer erklärt: „Ich bekomme kein Auto außerhalb von Auktionen über ein reines Computersystem verkauft.“

Händlermargen | Schlocker ist selbst auf Händlerauktionen aktiv und erfährt dort immer wieder, wie groß die Preisspannen sein können, da die ersteigerten Händler ihre Marge später aufschlagen müssen. So ersteigerte der Manager vor Kurzem einen Audi A3 für 16.300 Euro und verkaufte diesen anschließend für 19.000 Euro.

„Genau diese Marge des typischen Weiterverkäufers lassen wir unseren Kunden zukommen“, resümiert der Geschäftsmann. Am Ende entscheidet aber nicht allein der Preis, sondern auch die Zahl der Standtage. „Das können wir je nach Kundenwunsch steuern“, versichert Schlocker. „Wenn der Kunde Zeit hat, kann es mehrere Wochen dauern. Wenn es schnell gehen soll, genügen wenige Tage. Dann sind die Erlöse etwas minimaler, aber immer noch deutlich über den Erlösen von B2B-Auktionen.“ | 15