



Ende einer kurzen Reise. Verlässt das Fahrzeug die Aufnahmekammer, dann gibt es dieses plötzlich auch als volldigitale Version

Virtuell ins zweite Leben

Remarketing ist auch eine Vertrauenssache. Twinner entwickelt von jedem Gebrauch-Pkw einen identischen digitalen Zwilling, der direkt auf den Verkaufsplattformen für einen Käufer wirbt. Zu Besuch beim Neuling.



Mario Lingen, Leiter Key Account Management Leasing

Digitalisierung gehört zu jenen Begriffen, die zwar in aller Munde sind, den aber jeder ein wenig anders für sich selbst definiert. So geht es wohl auch jedem Fuhrparkleiter, der ein Fahrzeug aus der Flotte verkaufen will. Am besten geht dies auf den bekannten Online-Plattformen. Nur muss man diese vorab mit stimmigen Daten und ansprechenden Fotos füttern. Und hier entscheidet oft das Fototalent des Gutachters über die Qualität und damit auch über den Verkaufserfolg, sofern nicht ein eigener Fotodienst die Fahrzeuge standardmäßig ablichtet. Aber auch da sind stete Verfügbarkeit und gleichbleibende Qualität nicht gewährleistet.

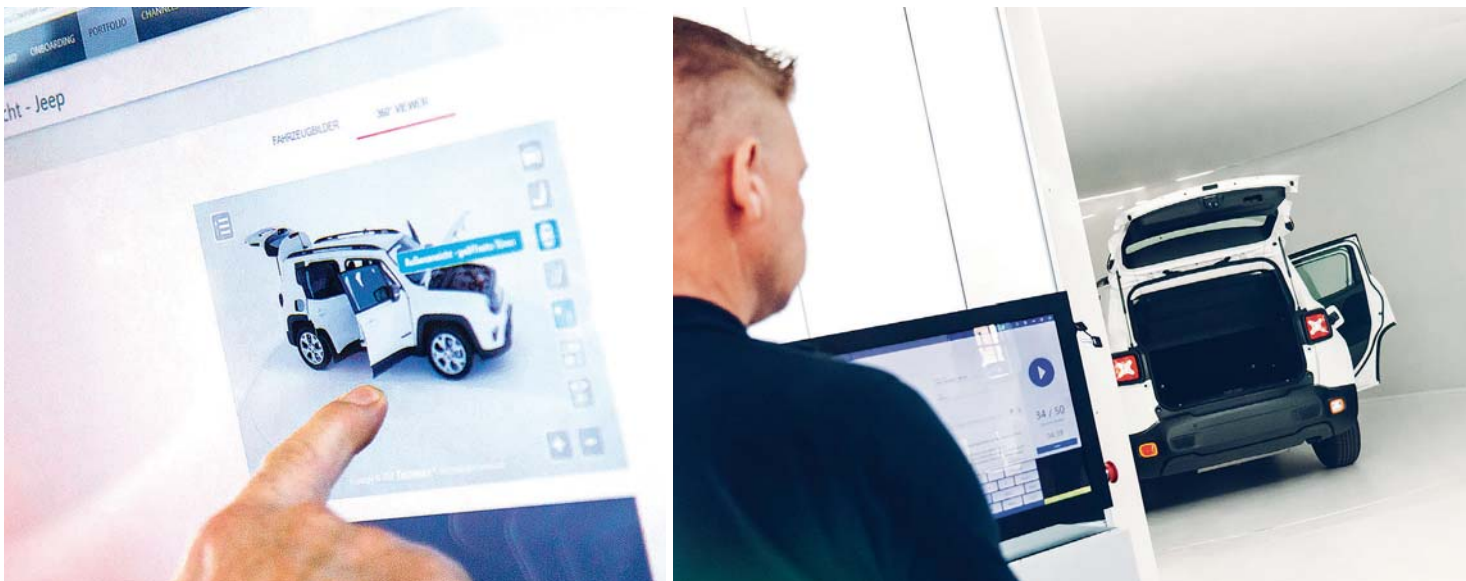
Dass es auch anders gehen kann, will künftig Twinner beweisen. Allerdings begnügt sich das Unternehmen, mit Sitz in Halle (Saale), nicht mit einem perfekt ausgeleuchteten 360-Grad-Foto des Probanden, viel mehr generiert man in gut fünf Minuten einen digitalen Zwilling des Autos. So gewaltig die Aufgabe klingt, so

wichtig ist auch der Twinner selbst – ein Drehteller mit sechs Metern Durchmesser, auf dem der Pkw auffährt, einmal um 360 Grad gedreht und dabei von einer Vielzahl von Kameras und Sensoren abgelichtet und begutachtet wird.

Vollständiger Fahrzeugzustand

Das klingt nicht nur digital, das ist es auch – und damit das Kerngeschäft von Twinner. Mit der Entwicklung eines digitalen Zwillings will Twinner im Remarketing-Geschäft punkten. Wenn zum Beispiel Leasingrückläufer zurück zum Leasinggeber oder ins Autohaus kommen, schlägt die Stunde dieses Neulings.

Ziel ist es, dass alle Elemente des Fahrzeuges – innen wie außen – digital erfasst werden, sodass dieser Informationsmix aus Daten, Bildern und Messergebnissen automatisch in den Verkaufsprozess gehen kann. So fährt das Fahrzeug wie beschrieben zunächst in das Portal hinein. Nun



Fotos: Twinner

Mit den Markierungen (sogenannte Tags) wird auf Highlights in der Ausstattung, aber auch auf Mängel wie Dellen hingewiesen

Twinner verkürzt sowohl die Vertriebs- und Bearbeitungszeiten als auch die Prozesse.

wird eine 360-Grad-Kamera im Fahrzeuginneren platziert; und es kann losgehen. Der Drehteller setzt sich in Bewegung und rotiert in wenigen Minuten um 360 Grad. Kameras zeichnen dies auf. Parallel checkt ein Sensor die Qualität des Lacks. Ein weiterer Scanner prüft bereits bei der Einfahrt die Reifenprofiltiefe. Parallel werden Fotos vom Unterboden gemacht.

Nachdem sich das Auto einmal von allen Seiten ablichten ließ, wird das Prozedere mit geöffneten Türen, Motorhaube und offener Heckklappe wiederholt. Über die FIN werden weitere Infos zum Verkaufsobjekt automatisch generiert. Fertig.

„Nach maximal fünf Minuten ist der digitale Zwilling zum Leben erwacht. Dann gehen die fälschungssicher signierten Daten in die Twinner Cloud, sodass sie ortsunabhängig und sofort verfügbar sind“, berichtet Mario Lingen, Leiter Key Account Management Leasing.

Aus den erfassten Bildern und Messdaten sowie zusätzlichen Informationen entsteht durch Big Data und speziellen Algorithmen der digitale Zwilling, der alle Features, Innenraum, Unterboden, Reifenprofil, Lack, Schäden und Gebrauchsspuren sowie Fahrzeugstammdaten anzeigt.

Via Tagging werden Ausstattungsmerkmale ebenso hervorgehoben wie mögliche Schäden oder Dellen, aber auch Hinweise auf typische Gebrauchsspuren. So entsteht ein stimmiges Gesamtbild fürs Remarketing. Der Verkäufer kann dabei lediglich Daten wie den Kilometerstand ergänzen, aber keine Aufnahme verändern.

Geringere Standzeiten

Diese Fahrzeuginventur kann der Händler dann per Klick in Gebrauchtwagenbörsen oder auf der eigenen Website ausspielen. „Mit Twinner wird das stationäre Geschäft nicht nur digital verlängert, sondern es verkürzt auch die Vertriebs- und Bearbeitungsprozesse und -zeiten“, erklärt Lingen. Denn was für Fuhrparks zutrifft, die eigene Kauffahrzeuge vermarkten, gilt auch für Leasinggeber, die ihre Autos nach drei Jah-

ren zurücknehmen wollen. „Das ganze spart viel Aufwand und verringert die Standzeit, da die Fahrzeuge immer mit sehr guten Bildern und allen notwendigen Daten ausgespielt werden. Durch den hohen Automatisierungsgrad verringern wir auch das Risiko von Falscheingaben. Das Resultat – der digitale Zwilling – ist für den Interessenten aufgrund der hohen Datenmenge und Transparenz greifbarer und aussagekräftiger als das Auto selbst“, fasst der Vertriebsleiter für Leasinggesellschaften die Vorteile für das Remarketing zusammen.

Der Preis hängt nicht vom einzelnen Fahrzeug, sondern vom Durchlauf an Fahrzeugen ab. Für Vermarkter mit hohem Durchlauf also ideal. Im Einsatz ist Twinner bereits bei den Autohausgruppen Gotthard König, Löhr & Becker, Liebe – und weitere sind in Planung. *Rocco Swantusch*