AUTOHAUS/DEKRA GW-FORUM 2015

MEHR TEMPO IM BESTANDSMANAGEMENT

AUTOHAUS
akademie

Mehr Tempo im Bestandsmanagement

Jörg-R. von der Marwitz
Strategieberatung im Automobilhandel

AUTOHAUS akademie

Mehr Tempo im Bestandsmanagement

Einleitung

- Die Zeitschrift GW-Trends hat im Juli 2015 festgestellt, dass die GW-Durchschnitts-Standzeit im Markenhandel auf aktuell 85 Tage gesunken ist – ein besonders „guter“ Wert gegenüber früheren Jahren, wo die Standtage oft über 100 Tage lag.

- Marken wie Audi liegen signifikant darunter (55 Tage), andere wie Ford (105 Tage) oder Fiat (109 Tage) erheblich darüber.

Das bedeutet, dass der Markenhandel lediglich einen Umschlagsfaktor von 4,3 erreicht bei einem Soll von mind. 6
Von einem guten Wert kann also kaum die Rede sein!

AUTOHAUS akademie

Mehr Tempo im Bestandsmanagement

Themen

1. Eigenes Sortimentskonzept als Basis für das erfolgreiche GW-Geschäft im lokalen Raum
2. Verwendungsentscheidung als wichtiger Filter im Endkundengeschäft
3. Optimales Einpreisen und Preismanagement = Langstehervermeidung
4. Professionelle Präsentation im Internet schafft Nachfrage (mobile.de)
5. Das Internet als Schaufenster zum Autohaus
6. Die Digitalisierung des GW-Geschäftes im Autohaus (DEKRA)
7. Methoden eines wirkungsvollen Bestands-Controllings
8. Zusammenfassung und Fazit

AUTOHAUS akademie

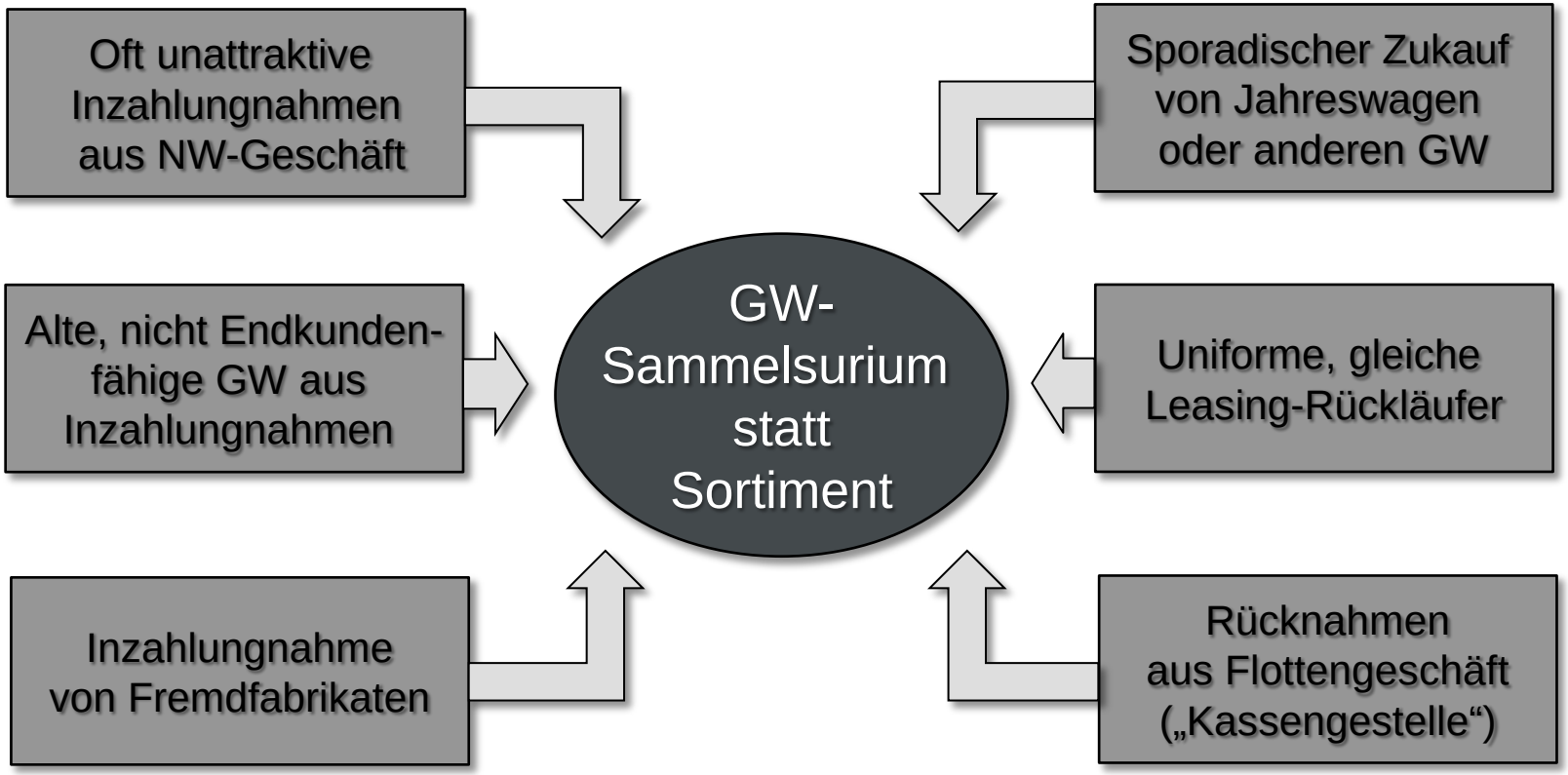
1. Eigenes Sortimentskonzept als Basis für das erfolgreiche GW-Geschäft im lokalen Raum

GW-Sammelsurium oder Sortimentskonzept?

AUTOHAUS akademie

1. Eigenes Sortimentskonzept als Basis für das erfolgreiche GW-Geschäft im lokalen Raum

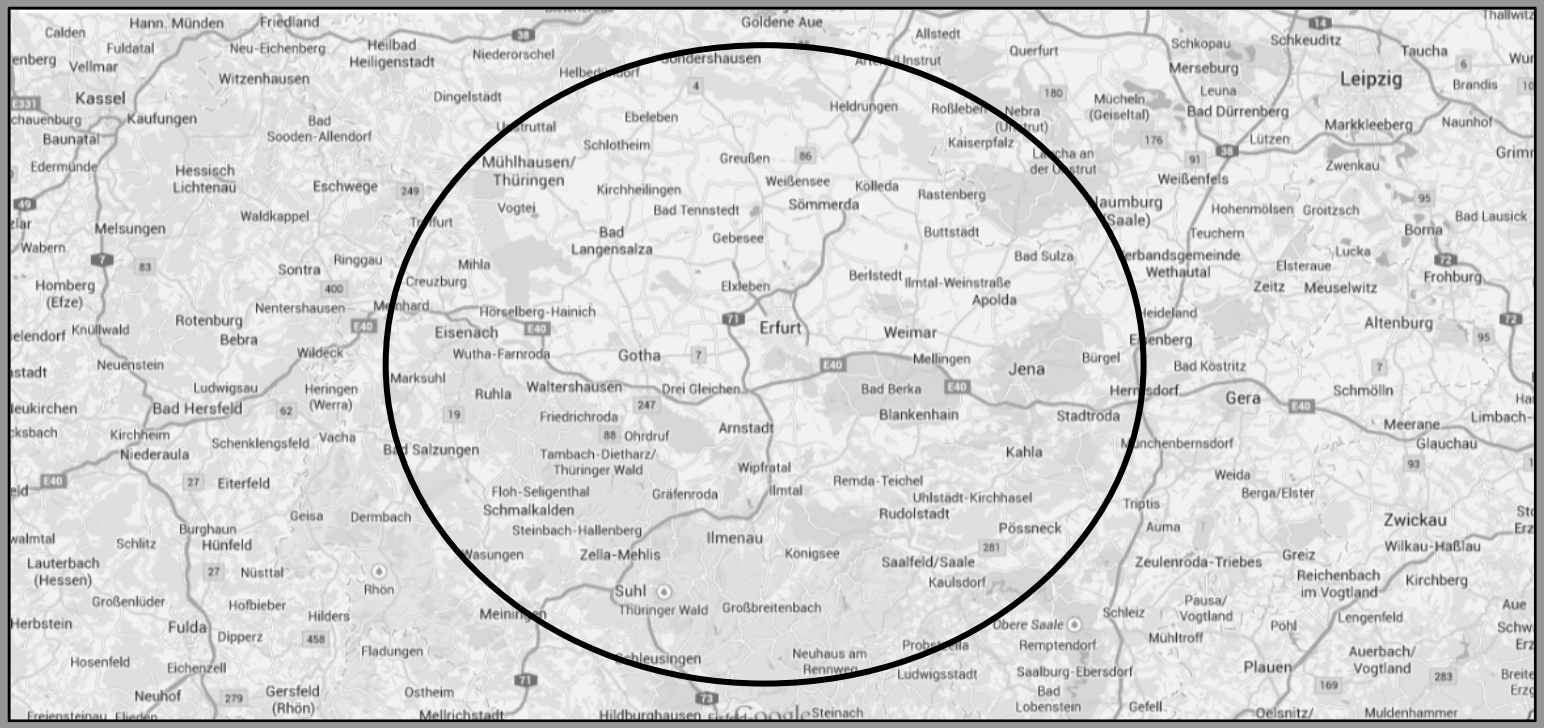
Das Dilemma des GW-Sortimentes: Es lebt fast nur von Hereinnahmen.



AUTOHAUS akademie

1. Eigenes Sortimentskonzept als Basis für das erfolgreiche GW-Geschäft im lokalen Raum

Ein GW-Sortimentskonzept entwickelt sich aus dem regionalen Markt und dessen spezifischen Bedürfnissen ...


Kassel
Leipzig
Erfurt
Weimar
Jena
Gotha
Eisenach
Gera
Zwickau
Plauen
Suhl
Arnstadt
Ilmenau
Fulda
Bad Hersfeld
Bad Langensalza
Mühlhausen/ Thüringen
Sömmerda
Apolda
Naumburg (Saale)
Weißenfels
Merseburg
Bad Dürrenberg
Altenburg
Meiningen
Schmalkalden
Rudolstadt
Saalfeld/Saale
Pößneck
Ludwigsstadt
Bad Lobenstein
Ostheim
Hildburghausen
Mellrichstadt
Steinach
Oelsnitz/
Muldenhammer
Gefell
Auerbach/ Vogtland
Reichenbach im Vogtland
Zeulenroda-Triebes
Greiz
Kirchberg
Lengenfeld
Pöhl
Mühltroff
Pausa/ Vogtland
Schleiz
Remptendorf
Saalburg-Ebersdorf
Neuhaus am Rennweg
Großbreitenbach
Thüringer Wald
Rhön
Hünfeld
Fulda
Eisenach
Bad Salzungen
Bad Berka
Blankenhain
Stadtroda
Kahla
Remda-Teichel
Uhlstädt-Kirchhasel
Königsee
Gräfenroda
Floh-Seligenthal
Steinbach-Hallenberg
Zella-Mehlis
Tambach-Dietharz/ Thüringer Wald
Ohrdruf
Friedrichroda
Waltershausen
Drei Gleichen
Ruhla
Marksuhl
Wutha-Farnroda
Hörselberg-Hainich
Creuzburg
Mihla
Vogtei
Bad Tennstedt
Gebesee
Buttstädt
Berlstedt
Ilmtal-Weinstraße
Elxleben
Ebeleben
Schlotheim
Kirchheilingen
Greußen
Weißensee
Kölleda
Rastenberg
Heldrungen
Roßleben
Nebra (Unstrut)
Kaiserpfalz
Allstedt
Querfurt
Schkopau
Mücheln (Geiseltal)
Leuna
Markkleeberg
Naunhof
Lützen
Zwenkau
Hohenmölsen
Groitzsch
Bad Lausick
Borna
Frohburg
Meuselwitz
Zeitz
Elsteraue
Lucka
Bad Sulza
Teuchern
Wethautal
Bad Köstritz
Schmölln
Meerane
Glauchau
Limbach-
Weida
Berga/Elster
Triptis
Auma
Bad Kissingen
Bad Neustadt
Bad Königshofen
Bad Brückenau
Bad Kissingen
Bad Bocklet
Bad Kissingen
Bad Brückenau
Bad Bocklet
Bad Kissingen
Bad Brückenau
Bad Bocklet
Bad Kissingen
Bad Brückenau

AUTOHAUS akademie

1. Eigenes Sortimentskonzept als Basis für das erfolgreiche GW-Geschäft im lokalen Raum

Herleitung des Marktpotentials:

- Anzahl Besitzumschreibungen laut MIS im definierten Marktgebiet?
- Anteil der Besitzumschreibungen bis max. 3 Jahre?
- Marktanteil der von mir vertretenen Marke(n)?
- Anteil, den davon mein Autohaus verkaufen soll?
- Abgeleitet wird daraus die Absatzplanung

AUTOHAUS akademie

1. Eigenes Sortimentskonzept als Basis für das erfolgreiche GW-Geschäft im lokalen Raum

Wichtige Fragen zur Klärung der Rahmenbedingungen:

- Maximales Budget / Kapitalbindung?
- GW-Stellkapazität je Standort?
- Nur Eigenmarke(n)?
- Ggf. Fremdmarkenanteil?
- Welcher Modellmix je Standort?

AUTOHAUS akademie

1. Eigenes Sortimentskonzept als Basis für das erfolgreiche GW-Geschäft im lokalen Raum

Beispiel für ein Sortimentskonzept:

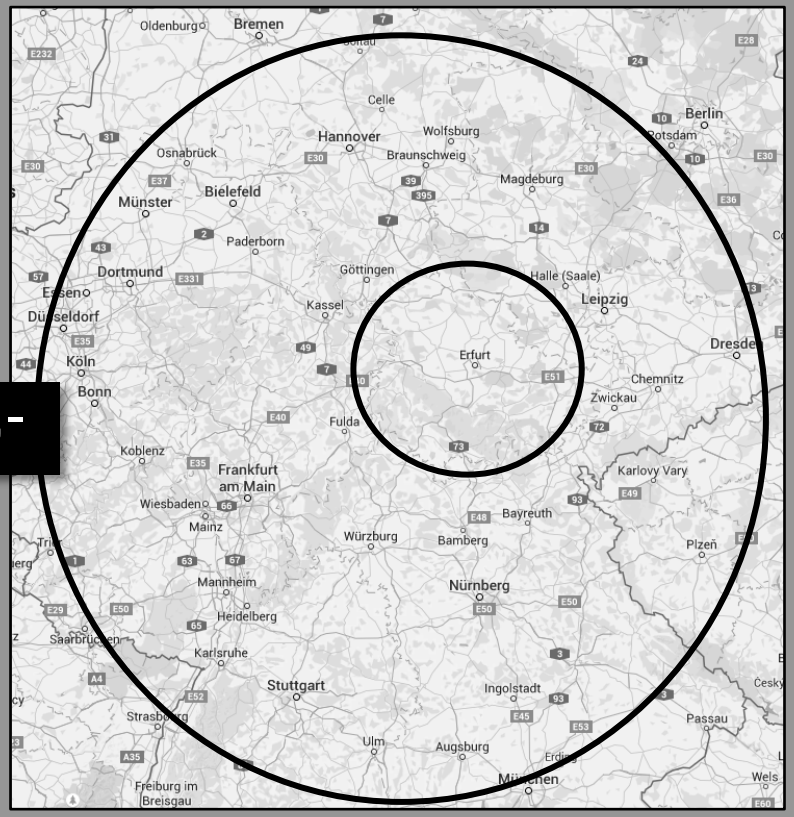
	Gesamt
Autohaus Mustermann	
Endkunden-Absatz 2015	**1.600**
Umschlagsfaktor	**6,4**

Baureihe	Ø Absatzanteil (KBA-Daten)	Minimal	Durchschnitt	Maximal
Up	**6%**	**10**	**12**	**15**
Polo	**10%**	**20**	**25**	**30**
Caddy	**4%**	**8**	**10**	**12**
Golf	**35%**	**75**	**90**	**110**
Golf Plus	**3%**	**6**	**8**	**10**
Touran	**7%**	**15**	**17**	**20**
Tiguan	**10%**	**20**	**25**	**30**
Beetle	**2%**	**3**	**4**	**5**
Cabrios Golf, Eos, Beetle	**3%**	**6**	**8**	**10**
Passat Lim., CC	**3%**	**6**	**8**	**10**
Passat Variant	**10%**	**20**	**25**	**30**
Sharan	**2%**	**3**	**5**	**5**
Touareg	**1%**	**2**	**4**	**4**
Caravelle, Transporter	**3%**	**6**	**9**	**9**
Sonstige	**1%**	**0**	**0**	**0**
Gesamt gerundet	100%	200	250	300

AUTOHAUS akademie

Eigenes Sortimentskonzept als Basis für das erfolgreiche GW-Geschäft im lokalen Raum

Ist man auf Kunden außerhalb der eigenen Region angewiesen ...



- € 1.000,-

...sinkt der zu erzielende Restwert – auch für die Ware des Lokalmarktes!

AUTOHAUS akademie

Eigenes Sortimentskonzept als Basis für das erfolgreiche GW-Geschäft im lokalen Raum

- Das Sortimentskonzept ist der Baustein, der zunächst hilft, festzulegen, welche Modelle im eigenen Angebot in welchen Mengen präsentiert werden sollen.
- Erst durch das Sortimentskonzept wissen Sie genau, in welchen Modellbereichen Sie Unter- bzw. Überbestände haben.
- Das Sortimentskonzept ist die Arbeitsgrundlage für Verkaufsleiter und Einkäufer.

AUTOHAUS akademie

2. Verwendungsentscheidung als wichtiger Filter im Endkundengeschäft

Ein Verwendungsentscheidungs-Katalog filtert das GW-Hereinnahme-Volumen qualitativ.

Endkundenware wird von Handelsware selektiert.

Endkundenware wird im Laden / auf dem GW-Platz präsentiert.

Handelsware wird nicht durch Verkäufer, sondern idealerweise über Auktionen verkauft.

AUTOHAUS akademie

2. Verwendungsentscheidung als wichtiger Filter im Endkundengeschäft

Kriterium	Grün	Gelb	Rot
Alter	< 6 Jahre	6-8 Jahre	> 8 Jahre
Laufleistung	< 120.000 km	120.000 - 150.000 km	> 150.000 km
Anzahl Halter	bis 2	2 bis 3	> 3
Art Vorbesitzer		Autovermietung Fahrschule	Taxi, Mietwagen
reparierter Vorschaden	< 5.000 €	5.000 € - 10.000 €	> 10.000 €
Wartungs-Status	Scheckheftpflege	Scheckheft mit kleineren Lücken	keine Scheckheftpflege oder fehlendes Scheckheft
technischer Zustand	technisch mit kleineren Mängeln	technisch mit größeren Mängeln	gravierender Wartungs- und Reparaturstau
optischer Zustand	kleinere Lackmängel	Lackmängel rundum, diverse Nachlackierungen	gravierende Lackmängel, Farbunterschiede Nachlackierungen
Sonstiges	-	beschädigte Polster	schlechte Gerüche wie z.B. vom Hund

AUTOHAUS akademie

2. Verwendungsentscheidung als wichtiger Filter im Endkundengeschäft

Leitsätze zur Verwendungsentscheidung:

- Erfüllt ein GW „Rot“- oder mehrfach „Gelb“-Kriterien, wird er grundsätzlich für die Vermarktung an Wiederverkäufer vorgesehen – idealerweise über Auktionen.
- ACHTUNG: Es gibt immer wieder – aus gutem Grund – Ausnahmen. So kann man z.B. ein 12 Jahre altes Rentner-Fahrzeug mit wenig km auch an Endkunden verkaufen!
- Verkäufer sollten deshalb einen solchen Katalog als Richtlinie und nicht als „Vorschrift“ sehen.

3. Optimales Einpreisen und Preismanagement = Langstehervermeidung

Das Internet verschafft dem Kunden umfassende Preistransparenz: