

Autohäuser können beim Kfz-Einkauf auf Vermittler und Netzwerke zugreifen, die neben Neu- und Jungwagen auch ein Label für den Mehrmarkenhandel anbieten, Vertriebsunterstützung inklusive.

KURZFASSUNG

Der nationale und internationale Zukauf von Neu- und Jungwagen fast aller Marken spielt in den Autohäusern eine wachsende Rolle. Und er wird immer leichter, dank der im Internet entstandenen und entstehenden Zukaufs-Plattformen. Der Überblick hier zeigt, was sechs dieser großen Plattformen dem Autohandel zu bieten haben.

ündigungen der Händlerverträge, die Erweiterung des eigenen Marken- und Modelle-Portfolios in den Autohäusern und Kfz-Werkstätten, die ihre Geschäfte um den Verkauf von gefragten Fahrzeugen ergänzen wollen: Das sind nur einige der Gründe, weshalb neue, länderübergreifende Einkaufsquellen für Neu- und Jungwagen gesucht sind. Solche Möglichkeiten liefern verstärkt Anbieter und Online-Plattformen im B2B-Handel. Denn sie bieten sowohl frische Ware aus der EU als auch teilweise aus Deutschland an (siehe Tabelle rechts: "Zugang zu Neu- und Jungwagen: Lösungen und Konditionen").

Ob Autobund, Delta Car Trade, die Einkaufgenossenschaft Automobile e. G. (EGA), Eurocars Logistic Netz (ELN), Pro Neuwagen oder die Toha Automobil-Vertrieb: Sie zählen inzwischen viele Händler und Kfz-Werkstätten zu ihren Partnern. Während Autobund hierzulande bereits rund 80 Partner unter seinem Banner vereint, verzeichnet Delta Car Trade insgesamt rund 595, von denen 125 aus Deutschland kommen. Der EGA haben sich rund 900 Händler angeschlossen. ELN hat aktuell rund 815 Teilnehmer inklusive Testteilnehmer, welche die ELN-Börse vollumfänglich nutzen können. Pro Neuwagen spricht von über 5.500 aktiven Mitgliedern. Toha nennt zwar keine absolute Händleranzahl, spricht aber von einem Volumen je Händler von 30 bis 500 Stück pro Jahr. Diese bestehen zu 45 Prozent aus freien und 55 Prozent aus markengebundenen Händlern, die im vergangenen Jahr insgesamt rund 5.000 Fahrzeuge und damit mehr als 800 Einheiten im Vergleich zum Vorjahr gekauft haben.

Nie war der B2B-Fahrzeughandel leichter als heute: Spezielle Internet-Plattformen machen's möglich

Der Großhändler aus Niederbayern beziffert auch die Vorteile für die Händler, die beim Einkauf von EU-Neuwagen entstehen können. Bei über der Hälfte aller angebotenen Fahrzeuge bzw. Modelle liegt Toha bei einem Rabatt von ca. 20 bis 48 Prozent gegenüber dem deutschen Modell. Zudem könne der Händler damit dem Kunden eine viel größere Modellpalette anbieten und mit einem größeren Angebot an Lagerfahrzeugen aus der gesamten EU punkten - ohne qualitative Unterschiede bei den Fahrzeugen. Unterschiede in den Ausstattungs-Details würden durch den Toha-Konfigurator exakt dem deutschen Modell gegenübergestellt. "Dadurch ist der Händler in der Lage, EU-Fahrzeuge nach Kundenwunsch wie in Deutschland zu bestellen. Der Händler wird dadurch nicht nur konkurrenzfähiger, er kann auch mit Sondermodellen, welche nur in einem EU-Ausland verfügbar sind, dem Kunden besondere Angebote schnüren", sagt Toha-Geschäftsführer Anton Donnerbauer.

Niedrige Einstiegshürden für eine Partnerschaft

Bei allen Neuwagen-Anbietern erhalten die Händler einen Zugang, wenn sie be-

AUTOHAUS 8/2016

ZUGANG ZU NEU- UND JUNGWAGEN: LÖSUNGEN UND KONDITIONEN

Anbieter, Zusammenschlüsse und Online-Portale im B2B-Handel von Neu- und Jungwagen wachsen. Hier eine Übersicht von Unternehmen, die Autohäusern und Kfz-Werkstätten als alternative Beschaffungsquellen dienen können:

Anbieter / Leistungen für Händler	Autobund www. auto- bund.de	Delta Car Trade/Mehrmarken.de http://www.delta-car.ch/	EGA www.ega.eu	ELN/Mehrmarken- Center (MMC) www.eln.de / www.mehrmar- kencenter.de	Pro Neuwagen www.proneu- wagen.de	TOHA/Mehrmarkenwelt www.autotoha.de / www.mehrmar- kenwelt.com
Kfz-Angebot - NW: - GW: - GW bis zum Alter von:	ja ja k. A.	ja nein 	ja ja 8 Jahren	ja ja Tageszulassungen, Jung- und Ge- brauchtwagen bis ca. 5 Jahre	ja nein 	ja nein
Kfz-Pakete:	k. A.	sog. "Flash-Verkäufe", spezielle Sonderangebote für unsere Partner	unterschiedli- che Angebote durch die an- geschlossenen Großhändler	Paketangebote von Großhändlern flä- chendeckend in Vorbereitung, wer- den zwischen eini- gen Händlern schon praktiziert	k. A.	Paketstaffelungen; - EU-NW-Wunschbestellung über 25 Auto- und 4 Nfz-Marken mit über 2 Mio. versch. Konfigurationsmöglichkeiten über TOHA Configurator bestellbar, mit bis zu 50 % unter UPE zum dt. Modell verfügbare EU-Lager-Kfz direkt bei TOHA + Bestandserweiterung über EU- Außenlager - Ind. Paketeinkauf abgestimmt mit Kunden
Einkauf						
- EU:	ja	ja*	ja	ja**	k. A.***	ja****
- Deutschland:	ja	nein	ja	ja*	ja	nein
Zahlungs- modelle:	k. A.	1 7 7 7 18	ab 99 € monatlich		200	
Provisionen:		Keine. Händler erhält garantierte Margen, Einkaufsrechnung und fakturiert an Kunden selber.		keine	keine	keine Kfz-Provision
Grundgebühren:		einmalige Zahlung von 350 € + MwSt. für ein Basispaket von Marketingmaterialien zur Signa- lisierung des Betriebes		Einmalige System- startgebühren für unterschiedl. Leis- tungspakete in un- terschiedl. Höhe.	keine	keine Einrichtungsgebühr bei den Grundpaketen, Einrichtung Internet- auftritt ab 199 €
Monatliche Beiträge:		99 € + MwSt. für Lizenzgebühren, Web-Hosting etc.		Teilnehmer- gebühren von meist 160 €	keine	Basispaket kostenlos, Premiumpaket ab 98 € netto, bei Stützpunktpartner indiv. auf Leistungspaket abgestimmt (Basis: Premiumpaket + Gebietsschutz, Anwalts-, Vermietpaket, Paketeinkauf, indiv. Marketingunterstützung vor Ort, Autohaus-Versicherungspolice, Nutzung Mehrmarkenwelt, usw.)
Anlieferungs- konditionen:		Abholung bei Markenlieferanten in Koop. mit Kfz-Logistiker euro- paweit und Anlieferung bei Part- nern. Partner fakturieren selbst und liefern an Kunden aus. Endkunden-Lieferpauschale 490 €		Transport/Lieferung von den Teilneh- mern selbst gestal- tet. V. a. Transport i. d. R. von Großhänd- lern organisiert	optional über externen Dienstleister	innerhalb 5 Werktagen bundesweit (Nahbereich 167 € netto, bundesweit: 252 € netto für alle Kfz-Größen (Pkw und Nfz)

Quelle: Unternehmensangaben, kein Anspruch auf Vollständigkeit. *Delta Car Trade: Einkauf ausschließlich von Händlern der Herstellemetzwerke in Europa, deren Importeure oder Konzessionäre — kein Einkauf von Zwischenhändlern, keine Internet-Börse. "Saubere"
Herkunft der Kfz und Herstellergarantie gewährleistet. Verkauf ausschließlich über die Partner — kein Verkauf an den Endkunden!; ** ELN: Nur Marktplatzbetreiber und handelt nicht selbst mit Autos. Auf dem ELN-Marktplatz werden Angebote von derzeit rund 55 Großhändlern präsentiert. *** Pro Neuwagen: In seltenen Fällen ist auch der Zukauf eines EU-Neuwagens eine Option. **** TOHA: Jeder Kunde erhält einen Kaufvertrag nach deutschem Recht. Alle Kfz sind zulassungsfertig mit Übergabeinspektion, gereinigt und auslieferungsbereit.

stimmte Vorgaben erfüllen. Und diese sind meist überschaubar. So gibt Autobund beispielsweise nur vor, dass es sich zwingend um einen Meisterbetrieb handeln muss. Bei Delta Car Trade sollten die Partner nach Unternehmensangaben motiviert und engagiert Neuwagen verkaufen wollen, über eine Werkstatt mit entsprechendem Know-how und Ausstattung verfügen, um Mehrmarken-Serviceleistungen durchführen zu können, sowie räumliche und personelle Voraussetzungen für das Führen von Kundengesprächen, Bearbeiten von Kundenanfragen und die Abwicklung von Fahrzeugauslieferungen mitbringen. Die EGA richtet ihre Anforderungen für eine Teilnahme wiederum an die freien und markengebundenen Händler nach den unterschiedlichen Kooperationsstufen. ELN schaltet sein Fahrzeughandelssystem frei für Kfz-Meisterwerkstätten, Autohäuser und Vertragshändler, aber z. B. nicht für Einzelvermittler, die über kein autotypisches Betriebsgebäude verfügen. Pro Neuwagen beschreibt sich als offen für Automobilhändler, Kfz-Profis sowie Service-Betriebe jeder Größe. Ein Showroom sei keine zwingende Voraussetzung für eine Partnerschaft, in den meisten Fällen jedoch vorhanden. Eine Zusammenarbeit mit Toha setzt voraus, als Händler im Kfz-Gewerbe tätig zu sein und bei Einstieg bereits mindestens 30 Fahrzeuge pro Jahr zu handeln.

Verkaufsunterstützung und eigene Markenwelten

Die Anbieter gewähren ihren Mitgliedern aber nicht nur Zugriff auf große Fahrzeugbestände und nach Wunsch be-

stellbare Neuwagen, sondern auch Verkaufsunterstützung. So betont etwa Heiko Patzer, Geschäftsführer von Autobund, dass der Vertrieb ohne finanzielles Risiko möglich sei, keine Kaufverpflichtung und kein Abnahmezwang bestehe sowie eine breite Marketingunterstützung erfolge.

Für Heinz-Jörg Güllmann, Händlernetzentwicklung Deutschland der Delta
Car Trade, sprechen vielfältige Argumente jenseits der Kfz-Angebote für einen
Anschluss. Dazu gehören laut Güllmann
Leistungen wie eine schlüsselfertige
Vertriebslösung für den Verkauf von
Neuwagen, eigene Logistik und Transport, Berater, Internetauftritt für Partner,
ein webbasiertes DMS und Marketingmaterialien.

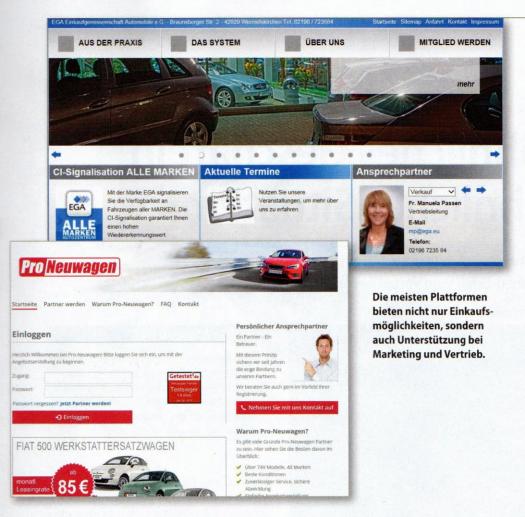
Bei der EGA profitieren die Partner nach Aussagen der beiden EGA-Vorstände Thorsten Cordes und Wolfram Lambeck neben den Einkaufsvorteilen bei über 60 Lieferanten unter anderem vom permanenten Zugriff auf ca. 25.000 Autos und die vorhandenen EDV-Systeme. Beispiel dafür sei der Verkäuferarbeitsplatz im EGA-Net, mit abrufbaren Formularen wie Kaufverträgen und Preisschildern, Börsen-, Dokumentenmanagement und Kfz-Verwaltung. Dieser wird mittlerweile von rund 250 Händlern eingesetzt. Daneben führt die Genossenschaft Marketing-Werkzeuge wie Prospekte, Social-Media-Lösungen und Apps sowie die Marke "Alle Marken Autozentrum". Damit sollen Händler sowohl ihre Zugehörigkeit zum EGA-Verbund signalisieren, als auch ihr Profil als Mehrmarkenhändler mit Instrumenten wie Fahne, Pylon und Schriftzug schärfen und dar-



über neue Kunden gewinnen. Diesem Ziel sollen außerdem Schulungen und regelmäßiger Erfahrungsaustausch unter Händlern dienen.

Eine Palette von Tools zur Verkaufsunterstützung hat auch ELN im Repertoire, die Uwe Buchmann, Geschäftsführer der S&S Internet Systeme als Betreiberin des Fahrzeughandelssystems ELN.de auflistet. Er nennt beispielsweise die Einbettung der über 30.000 vom Händler selbst kalkulierten ELN-Angebote zum Endkundenpreis auf deren eigene Homepage, individualisierte Flyer für Neu- und Gebrauchtwagen, Anzeigenvorlagen und Prospektwerbung über Vorlagen für Werbebriefe, Pressetexte und einen bankenunabhängigen Finanzierungsrechner bis hin zu Homepages mit Google-Optimierung, bundesweite Schulungen und Tagungen.

Zusätzlich gibt es bei ELN zwei Verkaufsmarken: "Mehrmarken Center" mit rund 150 Partnern und "Ihr Wunschauto Spezialist" mit derzeit 17 Nutzern. Erstere müssen verschiedene Voraussetzungen mitbringen. Dies umfasst mindestens den Status "Kfz-Meisterbetrieb", mindes-



tens vier Mitarbeiter, zwei Hebebühnen, einen Showroom mit Platz für mindestens zwei Fahrzeuge und auf dem Gelände Platz für mindestens zehn Kfz. Die zweite Marke soll als Zusatzmarke für alle dienen, die aus irgendwelchen Gründen kein Mehrmarken-Center sein können. Beide Konzepte sollen dafür sorgen, dass die Händler sich mit eigenem Erscheinungsbild als Mehrmarkenbetrieb präsentieren können.

Ein weiterer Spieler ist Pro Neuwagen, der die Partner über sein Meinauto.de-Netzwerk von den Einkaufskonditionen großer Vertragshändler und der erst kürzlich mit ELN geschlossenen Kooperation profitieren lassen kann. Hierzu begleitet ein Beratungsteam die Kfz-Betriebe nach Bedarf von der Konfiguration über die Angebotserstellung bis zur Auftragsabwicklung. Des Weiteren befinden sich im Händlerbereich neben dem Neuwagenkonfigurator ein Finanzrechner und weitere Funktionen, etwa zum Entwerfen von Angebotsflyern für Sonderaktionen oder für ein bestimmtes Modell. Außerdem gibt es die Optionen für Werbemittel oder Broschüren an Dienstleister vermittelt zu werden und auch das Produktdesign von Pro-Neuwagen zu nutzen.

Toha bietet grundsätzlich drei Dienstleistungspakete: "Basis", "Premium" und "Stützpunkthändler". Sie enthalten laut Toha-Geschäftsführer Anton Donnerbauer individuell abgestimmte Dienstleistungen in einem Gesamtpaket wie den Einkauf von EU-Fahrzeugen nach Wunschbestellung und Lagerfahrzeuge, den Zugang zur EU-weiten Ein- und Verkaufsplattform Carset mit Verkäuferarbeitsplatz, Kfz-Bestandsverwaltung, Erstellung von Angeboten mit Finanzierung, Leasing, Garantie und Kaufverträge sowie Finanzdienstleistungen mit Großhändlerkonditionen. Weitere Bestandteile sind Unternehmensberatung und Marketing einschließlich Werbe- und Marketing-Paketen sowie die Möglichkeit für Händler vor Ort, eine Marke via mehrmarkenwelt.com aufzubauen. Hinzu kommen Internetauftritt mit Kfz-Bestand, Finanzierungsrechner, suchmaschinenoptimierte und mobile Layouts.

Und die B2B-Neuwagenanbieter oder -vermittler bauen ihre Leistungen weiter aus. Denn sie erwarten in 2016 und darüber hinaus weiteren Zuwachs. Toha begründet dies z. B. mit der Prognose, dass die EU-Neuwagen durch die Preis- und Garantievorteile gegenüber den Gebrauchtfahrzeugen ständig an Bedeutung und Stückzahl zunehmen. Und die EGA-Vorstände Wolfram Lambeck sowie Thorsten Cordes sehen folgende Wachstumsimpulse für die Zukunft: "Wir sind davon überzeugt, dass gerade die mittelständischen Händler ihre Wettbewerbsfähigkeit verbessern müssen. Da dies in der Regel nur schlecht alleine zu bewältigen ist, werden wir gebraucht."

Annemarie Schneider