

Über Konzeptanbieter können Autohäuser Neu- und Gebrauchtwagen diverser Marken anbieten. Im Bild der ELN-Partner Bobinger, der seit über zehn Jahren als Mehrmarkencenter auftritt.



Bild: S&S Internet Systeme GmbH

MEHRMARKENKONZEPTE

Neue Heimat für freie Händler

Händler, die ihren Vertriebsvertrag verlieren, stehen nicht allein da. Sie können sich zum Beispiel einem Mehrmarkenkonzept anschließen. Die Anbieter bauen laufend ihre Leistungen aus.

Von Yvonne Simon

Verlieren markengebundene Händler ihren Stellervertrag, müssen sie sich neu orientieren und aufstellen. Das gilt für den Bezug von Fahrzeugen, aber auch für Leistungen wie IT-Systeme, Teilebezug und Marketing-Unterstützung. Dabei können ihnen Mehrmarkenkonzept-Anbieter helfen, die ihre Angebote für Händler stetig erweitern.

Beispielsweise die S&S Internet System GmbH, die das Handelssystem ELN betreibt. Bei S&S ist gerade einiges im Wandel. Im September hat Markus Hamacher die Inhaberschaft und Geschäftsführung übernommen. Hamacher war bereits bis 2022 fünf Jahre lang Geschäftsführer des Unternehmens und hat große Pläne, um Händlern auch künftig „eine komplette Heimat“ jenseits des Vertragshandels zu bieten.

Allen voran soll das System auf den Bereich Aftersales erweitert werden. Händler möchte Hamacher mit Reparaturinformationen sowie Original- und Aftermarketteilen versorgen. „Wir wollen den Handel befähigen, Mehrmarken-Reparaturleistungen anzubieten“, erklärt

Hamacher. Zudem prüft das Unternehmen, inwiefern es das ELN-Konzept um den Handel mit Zweirädern erweitern kann. „Wir möchten unseren Partnern E-Bikes, Fahrräder und E-Scooter zugänglich machen und prüfen gerade intensiv Bezugsquellen“, so Hamacher.

Im Kerngeschäft Autohandel haben die rund 800 ELN-Partner Zugriff auf an die 30.000 Fahrzeuge. Mittlerweile können sie über ein Partnerunternehmen auch gleich den Transport hinzubuchen. Der Fokus liegt vor allem auf Neu- und Jahreswagen. Die klassischen EU-Neuwagen seien in den letzten Jahren schwer lieferbar gewesen. Die Lage entspanne sich nun aber. Hamacher ist überzeugt, dass EU-Fahrzeuge in den kommenden Jahren wieder an Relevanz gewinnen.

Apps und B2B-Börse bei Toha

Der Konzeptanbieter Toha aus Hinterschmidting prüft bereits eine gestiegene Nachfrage nach Bestellware und EU-Neuwagen. „Die Menschen nehmen wahr, dass die

Lieferzeiten wieder kürzer sind, und konfigurieren sich ihre Autos individuell“, berichtet Andreas Jonscher, Mitglied der Geschäftsleitung. Das Unternehmen hatte zudem im Frühjahr sein Geschäftsmodell um eine B2B-Gebrauchtwagenbörse erweitert (s. »kzf-betrieb«-Ausgabe 25-26/2023) und sein Händlerportal Toha.net um neue Funktionalitäten ergänzt. Dazu zählen zum Beispiel eine App, mit der die Nutzer Zustandsberichte erstellen und im Portal direkt mit Fahrzeugen verknüpfen können, sowie eine weitere App, die den Händler unterstützt, professionelle, freigestellte Fahrzeugbilder mit dem Smartphone aufzunehmen. „Wir wollen mit einer bezahlbaren Systemlandschaft den freien Handel bei der Digitalisierung unterstützen“, fasst Jonscher zusammen. Der Fahrzeugbestand und -vorlauf (inklusive Zentrallagerbestand) von Toha umfasst derzeit um die 1.000 Fahrzeuge. Der Anbieter baut vor allem den Bestand an leichten Nutzfahrzeugen aus. Die Anzahl der Toha-Nutzer steige nun wieder an. Vor allem spüre man Zulauf von Händlern aus gekündigten Netzen. Der Anteil von Vertragshändlern liege derzeit bei 30 bis 40 Prozent.

Die Einkaufsgenossenschaft Automobile (EGA) registriert derzeit viel Zulauf von Markenhändlern, die sich ein zweites Standbein aufbauen wollen, sowie von gekündigten Vertragshändlern. Zum Jahresende rechnen die Geschäftsführer Wolfram Lambeck und Thorsten Cordes mit 1.400 Bestandshändlern. Der Fahrzeugbestand bestehe zu rund 80 Prozent aus Gebrauchtwagen. Gerade Fahrzeuge mit Preisen bis zu 15.000 Euro seien derzeit sehr begehrt. Es gebe auch zunehmend wieder EU-Neuwagen. Doch diese seien aktuell weniger gefragt.

Die Genossenschaft arbeitet derzeit an einer neuen Benutzeroberfläche des Portals EGA.net, die den Händlern effektiveres Arbeiten, etwa bei der Fahrzeugerfassung, ermöglichen soll. Aktuell testen Lambeck und Cordes die Neuerungen in ihren eigenen Autohäusern, um sie bei „bestandener Prüfung“ allen Partnern zur Verfügung zu stellen. Zudem hat die EGA ihren Fokus zuletzt verstärkt auf das Thema Ankauf gelegt und unterstützt Händler bei der Bewerbung ihres Ankaufstools. In ihren eigenen Betrieben mache frei zugekaufte Ware um die 20 Prozent des Absatzes aus, so die Geschäftsführer.

Kauf per Knopfdruck

Autobund aus Weischlitz plant in den kommenden Monaten einen Relaunch seiner Website. „Wir wollen einen hochmodernen Onlinevertrieb implementieren“, kündigt Gründer Erich Laube an. Kunden sollen Fahrzeuge dann per Knopfdruck kaufen und wählen können, ob sie das Fahrzeug bei den Autobund-Lizenz-Partnern abholen oder sich vor die Tür liefern lassen möchten. Für den ausliefernden Händler sieht Laube den Vorteil, dass dieser den Käufer als Werkstattkunden binden kann.

Im Gegensatz zu den anderen Konzeptanbietern tritt Autobund gegenüber dem Endkunden immer als Rechnungssteller auf und trage somit das Handelsrisiko. Das Unternehmen hat im Ende August abgeschlossenen Geschäftsjahr zwei Prozent Umsatzrendite erzielt. Für die nächsten zwölf Monate rechnet Laube mit einem Prozent aufgrund der zögerlichen Kundennachfrage. Der Fahrzeugbestand umfasst aktuell gut 700 Fahrzeuge. Hinzu kommt B2B-Ware. 60 bis 70 Prozent der Fahrzeuge seien Kurzzulassungen, der Rest klassische Gebrauchtwagen. Mit Neuwagen Geld zu verdienen, sei derzeit schwierig, sagt Laube. Teils vermarkte man Neu-

wagen, um an Inzahlungnahmen zu kommen – die seien gewinnbringender.

Auch die Oberpfälzer Auto- und Dienstleistungsgesellschaft (DADG) arbeitet am Ausbau ihres Mobilitätskonzepts bis hin zum Onlinekauf per Knopfdruck für Endkunden. Ende des zweiten Quartals 2024 soll die Funktion auf den Websites der Partner zur Verfügung stehen. Das Unternehmen hatte 2021 seine Handelsplattform Lumen eingeführt und erweitert diese kontinuierlich. Sie soll unter einer Bedienoberfläche alle Arbeitsschritte des Fahrzeugverkaufs vereinen, darunter die Inserierung, die Leadbearbeitung, die Finanzierungsrechnung, den Abschluss einer Anschlussgarantie oder die Bearbeitung eines Werkstattauftrags. Geschäftsführer Johannes Ritter hebt vor allem die Anbindung des Systems an Banken hervor. DADG-Partner würden dabei verschiedene Banken zur Auswahl erhalten und könnten somit die beste Kondition wählen.

Die Anzahl der DADG-Partner steige jährlich um 10 bis 15 Prozent, berichtet Ritter. Rund 80 Prozent seien freie Händler. Der Absatz sei Anfang des Jahres stark gewachsen. Nun befinde man sich auf Vorjahresniveau. Rund 1.500 Fahrzeuge seien derzeit direkt verfügbar, hinzu kommen 800 kurzfristig bestellbare Autos mit „sicherer Lieferzeit“, erklärt Ritter. Zudem soll es für DADG-Systempartner die Möglichkeit geben, ihre Händlerbestände untereinander zu handeln. Voraussetzung ist unter anderem, dass die Fahrzeuge maximal drei Jahre alt sind und nicht über 100.000 Kilometer auf dem Tacho haben.

Keine Angst vor Agenturmodellen

Egal bei welchem Konzeptanbieter man nachfragt: Alle eint, dass sie optimistisch nach vorn blicken – auch angesichts der Ausbreitung von Agenturmodellen. Zum einen sei durch die Umstellung auf Agentursysteme und die zahlreichen Netzkündigungen mit weiterem Zulauf an Partnern zu rechnen. Gleichzeitig sind die Anbieter überzeugt, dass Fahrzeuge, die über die Agenten nicht an Kunden gebracht werden, weiterhin zur Verfügung stehen. „Die Ware wird sich ihren Weg suchen“, ist ein häufig zu hörender Satz. ■

kzf-betrieb TIPP

Für eine tabellarische Anbieterübersicht (inkl. Preise) der Mehrmarkenkonzepte scannen Sie bitte diesen Code.

