

Presseinformation

DEKRA/IFA Studie „Optimierung im GW-Management“

Gebrauchtwagen-Geschäft als Achillesferse

- Ertragsorientierte GW-Strategie im Automobilhandel notwendig
- Hersteller greifen verstärkt in GW-Geschäft des Handels ein
- Vielfältige Optimierungspotenziale vorhanden

DEKRA e.V.
Presse & Information
Handwerkstraße 15
D-70565 Stuttgart

www.dekra.de/presse

Angesichts der niedrigen Profitabilität und hohen Risiken im Gebrauchtwagengeschäft muss der Automobilhandel künftig eine konsequent ertragsorientierte Strategie in diesem Geschäftsfeld umsetzen. Dazu bedarf es vor allem einer aktiven Zukaufsstrategie und eines systematischen Bestandsmanagements. Außerdem muss die Zusammenarbeit zwischen Herstellern und Händlern in diesem Bereich weiter verbessert werden. Dies sind die wesentlichen Ergebnisse der Studie „Optimierung im GW-Management“, die die DEKRA Automobil GmbH beim Institut für Automobilwirtschaft (IFA) an der Hochschule Nürtingen-Geislingen in Auftrag gegeben hat.

Nach Auffassung des wissenschaftlichen Leiters der Studie, Professor Willi Diez, stellt das Gebrauchtwagengeschäft die Achillesferse für das Geschäftsmodell des vertragsgebundenen Automobilhandels dar. Grund dafür sind die in den letzten Jahren rückläufige Entwicklung des GW-Marktes und die extrem hohen Preisrisiken, vor allem bei Leasingrückläufern. Um dem Markttrend entgegenzuwirken, muss der Automobilhandel seine Prozesse weiter optimieren. So sind laut Professor Diez durch eine Kombination aus aktivem Zukauf und schneller Weitervermarktung eine Bruttoertragssteigerung im GW-Geschäft von 1,5-Prozentpunkten möglich. Die Umsatzrendite eines Autohauses würde dadurch um 0,4-Prozentpunkte ansteigen.

Hersteller greifen stärker ins GW-Management des Handels ein

Um ihre Händler zu unterstützen, engagieren sich auch die Automobilhersteller immer stärker im Gebrauchtwagengeschäft. Bisher geschieht dies vor allem durch Gebrauchtwagenprogramme und punktuelle Unterstützung beim Abverkauf besonders problematischer Fahrzeuge. Mit einer besseren Steuerung der Neuwagenverkaufskanäle und einem effizienten Re-Marketing zur Restwertstützung wäre die Hilfestellung der Hersteller für den Handel noch wirkungsvoller, so Willi Diez.

Optimierungspotenziale im Handel

Für eine Optimierung des Gebrauchtwagen-Managements gibt es der Studie zufolge fünf Stellhebel: die strategische Ausrichtung des GW-Geschäfts, seine Organisation und das Personalmanagement, die Durchführung der GW-Prozesse und das GW-Controlling. Der Erfolg liege dabei nicht allein in der Strategie, sondern vor allem in der konsequenten Umsetzung.

Datum Stuttgart, 09.06.2010 / Nr. 67
Kontakt Norbert Kühnl
Telefon direkt (0711) 78 61 - 25 12
Telefax direkt (0711) 78 61 - 27 00
E-Mail norbert.kuehnl@dekra.com

Standzeiten in Deutschland zu lang

Neben Deutschland bezieht die Studie auch andere europäische Märkte mit ein. Angesichts einer Standzeit von mehr als 110 Tagen im deutschen Fabrikatshandel bleibt eine Erhöhung des Umschlagfaktors die wichtigste Herausforderung, um die finanziellen Belastungen aus dem Gebrauchtwagengeschäft zu reduzieren. Notwendig sei vor allem eine weitere Optimierung der Gebrauchtwagenprozesse von der Hereinnahme bis zum Verkauf. Im Vergleich mit anderen europäischen Märkten sind die Standzeiten der DEKRA/IFA-Studie zufolge in Deutschland teilweise mehr als doppelt so hoch. In Großbritannien zum Beispiel liegen die durchschnittlichen Standzeiten bei 45 Tagen und in den Niederlanden bei 77 Tagen.

Privatmarkt und freier Handel als Wettbewerber

Um im Wettbewerb mit dem freien Handel und dem Privatmarkt bestehen zu können, empfiehlt die Studie dem Neuwagenhandel eine „hybride Strategie“. Zusätzlich zu einem preiswürdigen Angebot sei es wichtig, Vertrauenswürdigkeit und Kompetenz zu betonen. Dazu gehören ein attraktives Angebot, ausstattungsoptimierte Fahrzeuge, umfassende Garantie- und Serviceleistungen sowie eine professionelle Fahrzeugpräsentation sowohl auf dem Standplatz als auch im Internet. Von entscheidender Bedeutung sei zudem der Mix von Zukaufquellen. Nur dies lasse eine Mischkalkulation und eine selektive „Schnäppchenpolitik“ zu.

Schwachpunkte Organisationsstruktur und Personalmanagement

Als häufige Schwachstellen in der Organisationsstruktur nennt die DEKRA/IFA-Studie die fehlende abteilungsbezogene Abrechnung von Erlösen und Kosten, die mangelhafte organisatorische Trennung zum Neuwagenbereich und die zu starke Dezentralisierung bei filialisierten Händlern. Auch beim Personalmanagement gibt es Optimierungsbedarf. Beispiele sind mangelnde Eingangsqualifikation und Verkaufsorientierung der Gebrauchtwagen-Verkäufer sowie eine hohe Mitarbeiterfluktuation. Die aufgezeigten Schwachstellen hängen häufig damit zusammen, dass aus Sicht der Geschäftsführung das GW-Geschäft eine untergeordnete Bedeutung einnimmt. Dazu stellt die Studie fest: Basis eines erfolgreichen Gebrauchtwagengeschäfts ist und bleibt die effiziente Nutzung optimaler Prozesse. Diese muss Chefsache sein oder dazu gemacht werden.

Gebrauchtwagenmarkt verharrt 2010 auf niedrigem Niveau

Das IFA-Institut rechnet damit, dass der Gebrauchtwagenmarkt in diesem Jahr nach dem Auslaufen der Abwrackprämie in etwa das Niveau des Vorjahres erreichen wird. Gestützt werde der Gebrauchtwagenmarkt durch das derzeit niedrige Preisniveau, so sind die Gebrauchtwagenpreise im vergangenen Jahr um 3,1 Prozent gesunken. Andererseits treffe die voraussichtlich steigende Arbeitslosigkeit potenzielle Gebrauchtwagenkäufer besonders stark. Der deutsche Gebrauchtwagenmarkt war im Jahr 2009 zum vierten Mal in Folge auf nur noch 6,01 Mio. Besitzumschreibungen gesunken. Gegenüber dem Jahr 2008 bedeutete dies einen Rückgang um 1,6 Prozent.

DEKRA: Spezialist für Gebrauchtwagenmanagement

Das Gebrauchtwagenmanagement ist für DEKRA ein strategisch wichtiger Arbeitsbereich und integraler Bestandteil des umfangreichen DEKRA Produktportfolios für das Kfz-Gewerbe. Führende Kfz-Betriebe und -Händler, Fahrzeughersteller und Importeure, Leasinggesellschaften und Flottenbetreiber sowie Autovermieter vertrauen auf die neutrale Kompetenz und das umfangreiche Know-how der DEKRA Experten. Unter dem Begriff „Fair Return“ hat DEKRA alle Angebote und Aktivitäten rund um das Gebrauchtwagenmanagement zusammengefasst.

Das Dienstleistungs-Portfolio reicht von der Entgegennahme und der objektiven Fahrzeugbewertung/Zustandsbericht über das Rücknahmeprotokoll sowie die Fahrzeugmanagement-Software bis hin zur Beratung beim Remarketing. Bei DEKRA Fair Return steht also nicht nur die Fahrzeugrückgabe im Mittelpunkt, sondern das gesamte Fahrzeugmanagement. Jeder Kunde kann sich individuell einzelne Module zusammenstellen und erhält eine prozessorientierte Beratung vor Ort.

Ein zentrales Instrument im Gebrauchtwagengeschäft ist die neutrale Fahrzeugbewertung auf der Basis des DEKRA Schadenkatalogs. Dieser garantiert für alle Vertragspartner klar definierte Richtlinien, die für eine transparente und nachvollziehbare Unterscheidung zwischen Beschädigung, Mangel oder Gebrauchspuren sorgen. Der DEKRA Schadenkatalog orientiert sich an der aktuellen Rechtsprechung.

Als Marktführer im Segment Gebrauchtwagenmanagement hält DEKRA einen Marktanteil von mehr als 30 Prozent. Mehr als 300 große Autohäuser in Deutschland zählen in diesem Bereich zu den Kunden von DEKRA.

Die DEKRA/IFA Studie kann zum Preis von XX,XX Euro bezogen werden bei Barbara-Jutta Conzelmann, DEKRA Automobil GmbH, Tel.: 0711 78 61-24 14, e-Mail: barbara-jutta.conzelmann@dekra.com.

6.540 Zeichen

Über DEKRA

DEKRA ist eine der weltweit führenden Expertenorganisationen. Das Unternehmen ist heute in mehr als 50 Ländern aktiv. Rund 22.000 Mitarbeiter sorgen nachhaltig für Sicherheit, Qualität und Umweltschutz. Die DEKRA AG ist eine 100-prozentige Tochtergesellschaft des DEKRA e.V. und verantwortet das operative Geschäft des Konzerns. Die DEKRA Geschäftsfelder „Automotive“, „Industrial“ und „Personnel“ stehen für qualifizierte und innovative Dienstleistungen rund um Themen wie Fahrzeugprüfungen, Gutachten, internationale Schadenregulierung, Consulting, Industrie-Prüfdienstleistungen, Produktprüfungen, Zertifizierungen, Umweltschutz, Qualifizierung, Zeitarbeit sowie Out- und Newplacement. In 2009 erzielte DEKRA einen Umsatz in Höhe von mehr als 1,7 Milliarden Euro.