

„Hinterm Horizont geht es weiter“ – aber wie?

Ein subjektiver **Blick zurück auf das Jahr 2009** und in die Zukunft auf die Herausforderungen, die 2010 auf den Gebrauchtwagenmarkt zukommen werden.

Von Thomas Potthoff

Schaut man aus der Vogelperspektive auf den Gebrauchtwagenmarkt im Jahr 2009, so sieht es nach einem eigentlich „normalen“ Jahr aus. Zugegeben, der Gesamtmarkt bei den Besitzumschreibungen hat sich bisher nur gering verändert. Aber minus zwei Prozent bedeuten 98 Prozent des Absatzvolumens des Vorjahres. Ist also bei quantitativer und qualitativer Betrachtung des Geschäfts alles im sogenannten grünen Bereich? Wahrhaftig nicht!

Quantitative Betrachtung

Rein quantitative Betrachtungen aus der Vogelperspektive führen schnell zu Fehlschlüssen: Während die Premiumhersteller enorme Wachstumsraten, i.d.R. zweistellig, erreichen, müssen die Volumenmarken mit Stagnation bzw. derben Rückgängen – oft zweistellig – umgehen. Eine – je Marke – gemeinsame Betrachtung von Neuzulassungen und Besitzumschreibungen (insbesondere von „jungen Gebrauchtwagen“) wäre sicherlich aufschlussreich. Fließen hier zu-

gelassene Neuwagen zu marktgerechten Preisen – deklariert als Gebrauchtwagen – ab? Kompensieren sich Einbrüche im Neuwagenbereich mit Zulassungssteigerungen bei Gebrauchtwagen?

Wer trägt die Kosten der „Umwidmung“ von Neuwagen zu Gebrauchtwagen, sprich Zulassungsaktionen der Vergangenheit? Der Handel?

Qualitative Betrachtung

Damit sind wir bei der Qualität der Geschäfte. Das Jahr 2009 begann unter dem Eindruck der Finanzkrise sehr zäh, dank der Abwrackprämie – im Endspurt des Bundestagswahlkampfes – folgte ein Neuzulassungsboom à la Wiedervereinigung. Bestände mit unterjährigen Gebrauchtwagen waren plötzlich gefragt. Dringend notwendiges „gutes Geld“ ließ sich damit verdienen. Aber: Der klassische Gebrauchtwagenmarkt stand plötzlich – durch externe Marktstörungen (der Politik) – quasi still. Steigende Standzeiten kosten Geld. Ein Preisverfall auf breiter Front pulverisiert Werte und damit Eigenkapital von Unternehmen. Massive Wertberichtigungen des Bestandes kosten Geld.

Leasingrestwert-Kalkulationen der Vergangenheit – eh schon häufig unver-

Thomas Potthoff, geboren 1957 in Hamm, Dipl.-Kfm., übernahm 1983 nach kaufmännischer Lehre und BWL-Studium in Augsburg, Dortmund und Münster den elterlichen Betrieb Autohaus Potthoff (www.potthoff.de) bis zum Verkauf Ende 2003.

In Hamm entstand unter seiner Führung „Pottis Autoland“ (www.potti.de), ein riesiges Gebrauchtwagenzentrum nach amerikanischem Muster mit der eingetragenen Marke „Potti“ und einer sechs Meter hohen Figur mitten auf dem Platz als weithin sichtbares Logo.

In den Anfängen des PC-Zeitalters, in den 1980er-Jahren, war Potthoff mit seinem weiteren Unternehmen jahrelang als Nixdorf-Vertragshändler im PC-Vertrieb tätig, damals spezialisiert auf die Apothekenbranche.

Weiterhin gründete er 1992 in den neuen Bundesländern einen eigenen VW/Audi/Seat-Betrieb sowie das Gebrauchtwagenzentrum „Lausis Autoland“ (www.lausi.de). Ferner besitzt Thomas Potthoff jahrelange Erfahrung als Beiratsvorsitzender von Automobilhandelsunternehmen.

Von 2005 bis Ende 2007 arbeitete Potthoff für die BERESA (Wilhelm Burg Gruppe), den zweitgrößten Mercedes-Vertreter in Deutschland, und baute an einem neuen Standort FAMILYCARS auf. Das Unternehmen FAMILYCARS erhielt mehrere Auszeichnungen und belegte unter seiner

Führung noch im Gründungsjahr 2006 den 3. Platz beim bundesweit ausgeschriebenen „Internet Sales Award 2006“ von AutoScout24.de. Seit 2008 arbeitet er als selbstständiger Unternehmensberater im Automobilhandel.

Kontakt:

Dipl.-Kfm. Thomas Potthoff
Eckenerstr. 43
59075 Hamm

Tel. 01 78/6 96 19 40
Fax 0 23 81/48 34 46
info@thomas-potthoff.de
www.thomas-potthoff.de



Herausforderungen 2010

Werfen wir – ungeachtet der (Un-)Genauigkeit aller Prognosen über die Höhe der Besitztumschreibungen für 2010 – einen Blick auf die Herausforderungen an das (GW-)Management des kommenden Jahres:

1. Treffen Sie eigene Entscheidungen! Wer trifft bei Ihnen Entscheidungen über Restwerte? Die Leasingrestwert-Problematik sollte Anlass sein, sich zusammzusetzen und nachzudenken, ob eine Durchleuchtung der Entscheidungsprozesse im Unternehmen geboten ist. Wer trifft de facto Entscheidungen über Restwerte? Gibt es dazu verbindliche schriftliche Vorgaben der Geschäftsführung, die den finanziellen (Miss-)Erfolg des Unternehmens in letzter Konsequenz auch zu verantworten hat? Gibt es z.B. händler-eigene Restwert-Tabellen bzw. eine Vorgabe zur Verwendung der Hersteller-Leasing-Tabellen minus händler-individuellem Abschlag x %? Wer hat die Verluste für Leasingrückläufer zu tragen, wirklich (noch immer) die GW-Abteilung?
Hersteller bemühen sich um (Leasing-)Restwertstabilisierungen, teils mit Taten, teils mit schönen (leeren) Worten.
2. Welche Auswirkungen hat bzw. hätte eine Insolvenzwelle 2010? GW-Bestände aus Überständen, aus Insolvenzen, kurz: aus Kapitalenge, werden punktuell auch im neuen Jahr marktbeeinflussend werden können.
3. Greifen Sie das – fast ausnahmslos – vernachlässigte Thema „Suchmaschinenoptimierung“ auf! Gute Tools (z.B. Carzilla) sind vorhanden: Über 50 Prozent aller Autosuchenden suchen zuerst über Internetsuchmaschinen, nicht (!) über die Autoportale. Umsetzen ... sofort! Kundenfrequenz steigern, Kontakte schaffen, ...
4. Nutzen Sie GW-Online-Auktionen. Ein professioneller Weg des Zukaufs.
5. Vereinbaren Sie – neben quantitativen Zielen – insbesondere qualitative Ziele für 2010: Was wollen Sie erreichen? Stichworte dazu sind:
- quantitative Ziele (Umsatz, Stückzahl, etc., ...)
- Ertragsziele (Bruttogewinn, Kosten, DB III, etc.)
- Umschlagsfaktoren (evtl. marken- und/oder segmentbezogene Zielvorgaben)
- Einführung neuer Tools: Projektverantwortlicher? Bis wann? (Tipp: siehe GW-trends Ausgaben 1 bis 6/2009)
- Schulungsbedarf ermitteln und dann umsetzen (i.V.m. staatl. Förderungen, Kurzarbeitergeld, etc.)
6. Beachten Sie bereits erfolgte Verhaltensänderungen von Autokäufern! Nehmen Sie den Zwang zu Kostensenkungen, z.B. Kürzungen in Ihrem Werbeetat, zum Anlass, Trends im Konsumentenverhalten aufzugreifen und verstärkt Verlagerungen von Werbeausgaben auf das (kostengünstigere) Internet vorzunehmen.
7. Verbessern Sie Ihr Leadmanagement! Niemand von uns will 24 Stunden Reaktionszeit bis zur individuellen Bearbeitung einer Anfrage. Solche Antwortzeiten sind aus Käufersicht nicht akzeptabel. Kaufwillige sind dann häufig bereits woanders zu Käufern geworden. Tatsächliche Reaktionszeiten messen!
8. Geben Sie Ihrem Team die Chance der Leistungsbestätigung und des Lernens! „Mystery Shopping“ für jeden einzelnen GW-Verkäufer (!) im Sinne eines Bausteins zur regelmäßigen Leistungsüberprüfung je Verkäufer – mindestens halbjährlich – ist eine Chance für Verbesserungen und/oder Bestätigung guter Leistungen.
9. Organisieren Sie Ihren Zukauf! Glaubt man den Prognosen für 2010, so wird ein stark rückläufiger NW-Privatmarkt dafür sorgen, dass auch weniger Gebrauchtwagen zu den Händlern kommen. Die Folge: (verkäufliche) Bestände werden sinken. Angebotslücken bei attraktiven Sortimenten müssen geschlossen werden. Zukauf wird erforderlich. Sind Sie organisatorisch/ personell bestens darauf vorbereitet?
10. Verbessern Sie die Datenqualität Ihrer Fahrzeuge im Internet. Privatangebote sind oft individueller und emotionaler, aber auch einige professionelle GW-Händler sind Benchmarks.

nünftig ambitioniert hoch – brechen in sich zusammen. Händler mit einer – so die jahrelange einhellige Sichtweise – lobenswert hohen Finanzdienstleistungsquote bekommen plötzlich die größten Probleme angesichts der Vielzahl der Verlustbringer, die wöchentlich neu eintreffen. Konsequenz: mehr Verluste, weniger Eigenkapital, schlechteres Rating ... ein Teufelskreis.

Führung ist gefragt!

Gerade in unsicheren Zeiten braucht es eine starke Führung! Erfolgreiche Händler und ihre Führungskräfte sehen ihre Aufgaben darin, ihre Mitarbeiter zu führen, indem sie (weiterhin) Vorbild sein werden, positives Denken auf die Mitarbeiter ausstrahlen, Aufbruchsstimmung verspüren lassen, Ziele setzen und, immer wieder eingefordert von Mitarbeitern, regelmäßige Kommunikation wichtig nehmen.

„Bonus“-Tipp 2010:

In Wissen, Können und Wollen Ihrer Mit-Denker, Mit-Arbeiter, Mit-Verantwortlichen, Mit-Macher investieren, dazu gehört: GW-trends lesen!

Und: Sorgen Sie für die konsequente Umsetzung strukturierter Prozesse! Das Erfolgsgeheimnis in Deutschland ist stets „Just do it (right)!“

In diesem Sinne, viel Erfolg in 2010 wünscht Ihnen

Thomas Potthoff