

AGVS Business Academy Kurs Occasionsmanagement

Das Occasionsgeschäft aus dem Schatten holen



Die Zulassungszahlen bei Neuwagen sind meist das dominante Thema, dabei sind Occasionen ein nicht minder wichtiges Thema – auch aus wirtschaftlicher Sicht. Und Occasionen erfolgreich zu bewirtschaften ist lernbar – zum Beispiel im AGVS-Kurs. **Sascha Rhyner**

Anfang Juni in St. Gallen. Das Wetter weiss nicht so recht, was es will. Entsprechend gekleidet trudeln die Teilnehmer des AGVS-Kurses Occasionsmanagement ins AGVS-Bildungszentrum der Sektion St. Gallen: Von kurzen Hosen bis zu Regenjacken war alles zu sehen. Und etwas ähnlich verhält es sich auch mit dem Occasionsgeschäft: Kaum jemand weiss so richtig, wie es eigentlich erfolgreich betrieben wird. Genau aus diesem Grund fanden Silvio Forster, Alex Gerner, Murat Memeti, Georgios Konyaris, Salvatore Spitaleri und Max Schenkel den Weg nach St. Gallen.

Die Erwartungen waren schnell definiert: «Etwas aufschnappen und umsetzen», «bessere Verkaufszahlen», «Horizont öffnen», «wie Kunden packen» oder «Präsentationen». Jürg Dällenbach kennt die Bedürfnisse der Garagisten und weiss um das riesige Potenzial im Occasionsgeschäft. «Jährlich gibt es über 800 000

Handwechsel», erklärt der Kursleiter, der selber «Benzin im Blut» hat, wie er selbst sagt. Mehr als die Hälfte davon wird über Markenhändler oder freie Garagisten abgewickelt. Der ehemalige Autohändler mit Erfahrungen im In- und Ausland liefert weitere beeindruckende Fakten: «Das Durchschnittsalter der PW auf Schweizer Strassen beträgt neun Jahre.» Je älter die Occasion, desto mehr läuft der Handel auf privater Basis.

Mit diesem Wissen ist auch klar, welches die beliebtesten Occasionen in der Schweiz sind: Auch hier führt VW die Liste an vor BMW, Audi und Mercedes. Hingegen ist Skoda, das bei den Neuwagen VW mittlerweile abgelöst hat, noch leicht hinter der Spitzengruppe.

In seinen Seminaren legt Dällenbach grossen Wert auf den gegenseitigen Austausch, der gerade in kleineren Gruppen besonders fruchtbar

ist. Und im Seminarraum treffen verschiedene Welten aufeinander: vom Kleingaragisten mit einigen wenigen Occasionen auf dem Vorplatz bis zum Grossimporteur mit fast 100 verfügbaren Occasionen. «Die Autos müssen sofort und jederzeit fahrbereit sein; es braucht einen Batterieladeplan», erklärt Dällenbach. Ebenso komme der Präsentation der Fahrzeuge eine grosse Bedeutung zu – online und offline. Regelmässiges Waschen und putzen gehört zu den Pflichten eines guten Occasionshändlers.

Ein Kiesplatz mit einem Wohnwagen sei wenig «anmächlich». Er gibt auch Hinweise zum Einsatz von dekorativen Grünpflanzen: «Sie dürfen nicht zu hoch sein, damit nichts auf die Autos fällt – weder Blätter noch Harz noch Exkremente von Vögeln. Und sie dürfen auf keinen Fall die Sicht auf die Occasionen beeinträchtigen.» Als Inspiration zeigte Dällenbach Beispiele aus seinen Coach-Mandaten im Ausland.

Vor allem aber lieferte der Dozent praktische Erfolgsgeschichten aus der Schweiz. So erzählt er, dass eine Garage seine Occasionsabteilung am Sonntag geöffnet hatte. «Entsprechend viele Verträge konnte dieser Betrieb am Montag schreiben», so Dällenbach. Oder er berichtet von einem Betrieb mit einem Drive-in-Konzept: «Sie hatten bis zu 40 Prozent mehr Leute auf dem Platz.»

Zum wichtigsten Marketing-Instrument für den Occasionshandel ist fraglos das Internet mit den entsprechenden Plattformen geworden. Auf Autoscout24 oder Car4you suchen die Kunden ihren gebrauchten Traumwagen. «Wir nehmen das Smartphone pro Tag rund 120 Mal in die Finger», sagt Dällenbach. Entsprechend wichtig ist Präsenz. Max Schenkel weist auf weitere Möglichkeiten hin. «Ich schalte auch noch Inserate in Zeitungen. Gerade ältere Leute reagieren darauf», so der Winterthurer Garagist. «Wenn nur einer als Kunde hängen bleibt, hat es sich schon gelohnt.» Er betreibt auch gezieltes Marketing über WhatsApp. Jürg Dällenbach hat für die Teilnehmer noch einen weiteren Gratistipp, wie mit einfachen Mitteln Marketing betrieben werden kann: «Fragen Sie die Kunden, weshalb sie gekommen sind.»

Jürg Dällenbach erklärt den Teilnehmern die Bedeutung einer dynamischen Preisstrategie. «30 bis 40 Prozent der Occasionen sind mehr als 100 Tage alt. Deshalb ist eine laufende Preiskorrektur wichtig», sagt der Dozent und demonstriert an einem konkreten Beispiel, wie dies aussehen könnte. «Frischwaren sind beliebt: Rund die Hälfte der Occasionen gehen



Jürg Dällenbach ist im Element: Er erarbeitet mit den Teilnehmern die Top 10 der gefragtesten Occasionen.

in den ersten 30 Tagen weg – da hat eine dynamische Preisstrategie noch wenig Einfluss», so Dällenbach. Markant sei der Unterschied aber bei Fahrzeugen, die länger auf Platz seien: «Bei einer herkömmlichen Preissetzung bleiben rund 30 Prozent der Fahrzeuge stehen; mit einer dynamischen Preissetzung sind es nur rund 10 Prozent.»

Der gegenseitige Austausch unter den Teilnehmern ist Dällenbach wichtig und ein zentrales Erfolgsgeheimnis: «Die Teilnehmer bauen sich in den Kursen ihr eigenes Netzwerk auf und profitieren so gegenseitig vom Know-how. Wenn ein Kollege etwas Gutes in seinem Betrieb macht, kann man das ja auch im eigenen

Geschäft implementieren.» Dies bestätigen auch die Teilnehmer. «Ich bin seit 20 Jahren im Verkauf tätig und wollte wieder etwas frischen Wind und neue Inputs», erklärt Salvatore Spitaleri. Silvio Forster ergänzt: «Es war spannend, andere Fakten zu hören; ich kann einige Punkte mitnehmen.»

Besonders gespannt lauschten die Teilnehmer den Erläuterungen über die Präsentation im Internet. «Wie man Fotos machen sollte», nimmt Murat Memeti mit. Und auch Silvio Forster hat sich Tipps für gute Bilder gemerkt: «Ich werde in Zukunft jeweils die Sommerfel-

Fortsetzung Seite 18

Software-Komplettlösung für die Garagen-Branche

- ✓ modular
- ✓ individuell
- ✓ komfortabel
- ✓ zuverlässig
- ✓ bewährt
- ✓ wirtschaftlich
- ✓ innovativ
- ✓ effizient
- ✓ sicher



MOTIONDATA
vector





In kleinen Gruppenarbeiten erarbeiten die Teilnehmer wichtige Merkmale...



...für ein erfolgreiches Occasionsgeschäft.



Jürg Dällenbach erklärt die dynamische Preisstrategie.

gen für Fotos montieren.» Dabei stellte auch jeder Teilnehmer kurz vor, wie sein Betrieb die Gebrauchtwagen im Internet abbildet. Einige Betriebe haben hierfür gar eine spezielle Fotoecke eingerichtet. Jürg Dällenbach zeigte noch einige Beispiele, wie nachbearbeitete Fotos eine bessere Wirkung haben als jene, die nur «huschrasch» vor der Garage geschossen werden.

Wichtig sei auch, dass das Auto isoliert abgebildet ist; der Hintergrund dürfe nicht ablenken. «Ein Stativ ist sehr zu empfehlen», rät Dällenbach. Ebenso sollten Ausstattungsmerkmale gezeigt werden. Immer wichtiger und beliebter werden ausserdem Videos (Auch hierfür bietet die AGVS Business Academy entsprechende Kurse an). Denn für Dällenbach ist klar: Das Occasionsgeschäft lohnt sich. Dafür muss es aber aus dem Schatten geholt werden. <

Seminar AGVS Business Academy Occasionsmanagement

Der nächste Kurs findet am Mittwoch, 6. November 2019, in der Mobilcity Bern statt.

Video-Impressionen vom letzten Kurs:
<https://youtu.be/bsB9q4QuN6k>

AUTEC
LEICHTMETALLRÄDER

BBS
Technik aus dem Motorsport

BORBET
LEICHTMETALLRÄDER

Breyton

WINTER FASHION WEEKS 2019/20

TRENDIGE FELGEN FÜR DEN WINTER



AUTEC U-UTECA TITAN SILVER
7.5x17 - 9x21 | ab CHF 229.00

BBS SX CRYSTAL BLACK
7.5x17 - 9x20 | ab CHF 216.00

BORBET TL2 SILVER
6.5x16 - 7x17 | ab CHF 156.00



LIVE
3D-FELGEN
KONFIGURATOR!



WWW.CAREX.CH

Auch als Kompletttrad erhältlich - Verlangen Sie unser Angebot.