

# Gebrauchtwagencheckliste

## EINTAUSCH

### Ankaufstest

Durch Internet und Soziale Medien bewegen wir uns im Gebrauchtwagengeschäft in einem sehr transparenten Markt. D.h. um erfolgreich zu sein, müssen den Kunden und Kundinnen marktkonforme Eintauschpreise angeboten werden.

Marktkonform bedeutet für attraktive Fahrzeuge in gutem Zustand deutlich mehr zu zahlen als für sogenannte „Dead Dogs“ mit hohem Reparaturaufwand oder hohem Gewährleistungsrisiko. Um dies erkennen zu können, ist ein strukturierter, vollständiger Ankaufstest erforderlich.

### Reparaturpreise

„Runde“ Reparaturpreise wecken Misstrauen. Die Kunden/Kundinnen zahlen bei einer Reparatur/Service auch nicht genau € x00,00 für ein Service, €x00,- für zwei Reifen und auch nicht genau €x00,- für eine neue Windschutzscheibe!

Bei runden Preisen nimmt der Kunde gerne an, dass Sie sich einen Vorteil verschafft haben. Dadurch wird er zum Nachverhandeln animiert.

### Verwendungsentscheidung

Da je nach Kundengruppe (Endkunden oder Wiederverkäufer) unterschiedliche Kalkulationsparameter anzuwenden sind, gibt es nur einen einzigen richtigen Zeitpunkt für die Verwendungsentscheidung!

### Checkliste

- ✓ Nutzen Sie ein Ankaufstestformular mit klar definierten Prüfpunkten
- ✓ Wenn Sie ein bestehendes Formular nutzen, ergänzen Sie dieses – wenn nicht vorhanden – um relevante Kundenangaben (Chip, typisierte Teile, Vorschaden, „Tachotausch“) und eine Kundenunterschrift zu diesen Angaben
- ✓ Keine Ankaufspreiskalkulation ohne vollständig ausgefülltes, vom Kunden unterschriebenes, Ankaufstestformular
- ✓ Die Tests sollten immer von der-/derselben MechanikerIn oder ServicetechnikerIn oder deren Vertretung durchgeführt werden

Erstellen Sie eine klare Anweisung wie getestet werden soll (Jeder Schaden, keine Relevanzentscheidung etc.)

### Checkliste

- ✓ Alle Reparaturpreise auf Kundenbasis
- ✓ Keine „runden“ Reparaturpreise
- ✓ Als Markenhändler können Sie auf umfangreich kalkulierte Reparaturpreise des Herstellers zurückgreifen.
- ✓ Bei Fremddmarken können Sie auf Reparaturkostenprogramme zurückgreifen

Als markenunabhängiger Händler können Sie herstellerunabhängig kalkulieren oder auch auf Reparaturkostenprogramme zurückgreifen

### Checkliste

- ✓ Treffen Sie die Verwendungsentscheidung (Verkauf an Endkunden oder an Wiederverkäufer) NACH dem Ankaufstest, aber VOR der Eintauschpreiskalkulation!
- ✓ Fahrzeuge mit zu hohem Gewährleistungsrisiko vs. Deckungsbeitrag sollten an Wiederverkäufer verkauft werden
- ✓ Sogenannte „Dead Dogs“ (Fahrzeuge, die bei Ihnen nicht nachgefragt werden oder die sich bei Ihnen regelmäßig zu Langstehern entwickeln) sollten an Wiederverkäufer verkauft werden
- ✓ Welche Fahrzeuge bei Ihnen zu den „Dead Dogs“ zählen, sollten Sie in einer jährlichen Bezugsquellenanalyse ermitteln
- ✓ Welche Fahrzeuge allgemein zu den „Dead Dogs“ zählen, können Sie über eines der angebotenen Preistools ermitteln

# Gebrauchtwagencheckliste

## Marktkonformer Eintauschpreis

Ein marktkonformer Eintauschpreis ist DER Schlüsselfaktor für den wirtschaftlichen Erfolg im Gebrauchtwagengeschäft.

Zahlen Sie zu viel, werden Sie Verluste einfahren. Zahlen Sie zu wenig, verlieren Sie nicht nur den wichtigen Eintauschwagen, sondern meist auch den Abschluss des Neu- oder Gebrauchtwagens. Nur bei marktkonformen Eintauschpreisen wird die/der Kundin/Kunde ihren Gebrauchtwagen eintauschen und sich gleichzeitig der von Ihnen gewünschte wirtschaftliche Erfolg dauerhaft einstellen.

## Gebrauchtwagen Transaktionskosten

Gebrauchtwagen-Transaktionskosten sind alle jene Kosten, die ein Gebrauchtwagen vom Eintausch bis zum Verkauf bei Ihnen verursacht.

Grob definiert:

BGW – Betriebsgewinn vor Steuern.

Grob formuliert:

Jener Deckungsbeitrag, den ein Gebrauchtwagen erbringen muss, um zumindest kostendeckend zu sein!

Tatsache:

Ohne Gebrauchtwagen-Transaktionskosten ist keine kaufmännisch richtige Eintauschpreiskalkulation möglich!

Bei „engen“ Geschäften ist ohne Gebrauchtwagen-Transaktionskosten auch keine Grenzkostenkalkulation möglich!

## Nachtest

Zählt Ihr/Ihre MitarbeiterIn an der Kassa das Geld nach, welches Sie von den Kunden einnehmen?

Ein Gebrauchtwagenachtest ist wie das Geldnachzahlen an der Kassa!

Sie überprüfen, ob der Eintauschwagen dem Zustand entspricht, für den Sie seinerzeit den Eintauschpreis geboten haben.

## Checkliste

- ✓ Jede kaufmännisch richtige Eintauschpreiskalkulation erfolgt nach dem Prinzip „top down“

Realistischer tagesaktueller Marktpreis

- Wertverlust Lieferzeit
- Wertverlust voraussichtliche Standzeit
- Reparatur- & Aufbereitungskosten
- **Ihrer Gebrauchtwagen-Transaktionskosten**
- geplanter Gewinn

= Marktkonformer tagesaktueller Eintauschpreis

## Checkliste

- ✓ Für jede kaufmännisch richtige „top down“ Kalkulation benötigen Sie belastbare Gebrauchtwagen-Transaktionskosten
- ✓ Ermitteln oder überprüfen Sie – mindestens einmal jährlich – Ihre Gebrauchtwagen Transaktionskosten
- ✓ Dafür ist es vorteilhaft im BAB eine GW Kostenstelle einzurichten

Achtung: Bei einem Verkauf an Wiederverkäufer (keine Gewährleistung, keine Garantie, meist keine Provisionen, geringere Auslieferungskosten etc.) fallen in der Regel zwar geringere Transaktionskosten an, die aber meist durch einen geringeren Verkaufspreis egalisiert werden.

Im Zweifelsfall oder bei hohem Wiederverkäufer-Volumen ermitteln Sie bitte sowohl Ihre Endkunden TA-Kosten als auch Ihre Wiederverkäufer TA-Kosten

## Checkliste

- ✓ Führen Sie für jeden Eintauschwagen einen Nachtest (auf Basis des Ankaufstests der zum Eintauschpreis geführt hat) durch
- ✓ Dieser Ankaufstest muss noch während der Anwesenheit des Kunden stattfinden, da zu einem späteren Zeitpunkt zusätzliche Schadensabschläge nur schwer durchsetzbar sind
- ✓ Nicht jeder zusätzliche Schaden muss zu einem Abzug führen! Wenn Sie z.B. einem Stammkunden den Abzug kulanter Weise erlassen, sollten Sie ihn aber über dieses „Geschenk“ informieren

# Gebrauchtwagencheckliste

- ✓ Gebot der Fairness: Informieren Sie jede/jeden Kunden/Kundin sofort nach Verkaufsabschluss darüber, dass der Eintauschpreis für den Zustand lt. Ankaufstest gilt und eventuell bei einem Nachtest auftretende Zusatzschäden in Abzug gebracht werden (können)

## ANGEBOT / VERKAUF

### Standzeit 1 Der versteckte Verlust

Die Standzeit 1 wird seit geraumer Zeit als Zeitraum zwischen der physischen Hereinnahme und der vollständigen Präsentation des Gebrauchtwagens im virtuellen Schauraum (GW Börsen und Homepage) definiert.

Standzeiten sind Teil des Gebrauchtwagengeschäfts. Der Nachteil der Standzeit 1 ist, dass Sie das Fahrzeug in dieser Zeit nicht (optimal) präsentieren und verkaufen können, obwohl Kosten wie Wertverlust und Transaktionskosten (z.B. Zinsen) anfallen.

### Bezugsquellenanalyse

Eine regelmäßige Bezugsquellen-analyse ist ein wertvolles Instrument, um Ihr Gebrauchtwagengeschäft besser steuern zu können. Es hilft Ihnen unrentable Bezugsquellen und in der Detailanalyse auch sogenannte „Dead Dogs“ zu erkennen.

Sie ist die Grundlage für eine Bezugsquellensteuerung (z.B. Volumenmodulation), da sie über die Standzeiten und BGW aufzeigt wie viele Fahrzeuge Ihr Markt pro Bezugsquelle „verträgt“.

Letztendlich ist eine Bezugsquellenanalyse auch DIE Basis für jede zukünftige Gebrauchtwagenpolicy!

### Checkliste

- ✓ Halten Sie aus Kostengründen die unproduktive Standzeit (keine Präsentation, kein Verkauf) möglichst kurz
- ✓ Vereinbaren Sie für jeden GW Reparaturauftrag einen verbindlichen Fertigstellungstermin mit der Serviceabteilung
- ✓ Bei Zeitverzug ist die Serviceabteilung zur Information an die GW Abteilung verpflichtet

Die meisten Überraschungen bei einer Gebrauchtwagenprozessanalyse ergeben sich bei der Auswertung der tatsächlichen Standzeit 1. Die „gefühlte“ Standzeit 1 liegt dabei meist deutlich unter der tatsächlichen.

- ✓ Messen Sie daher laufend Ihre tatsächliche Standzeit 1
- ✓ Eine „gesunde“ Standzeit 1 sollte im Durchschnitt bei 5 Arbeitstagen liegen.  
Havarien dürfen länger dauern, Vorführ- und Jungwagen sollten schneller fertig gestellt werden

### Checkliste

- ✓ Wenn noch nicht vorhanden, bereiten Sie Ihre Gebrauchtwagendaten für eine Bezugsquellenanalyse vor
- ✓ Führen Sie regelmäßig (1x im Quartal, mindestens 1x jährlich) eine Bezugsquellenanalyse Ihrer Gebrauchtwagengeschäfte durch
- ✓ Leiten Sie daraus Maßnahmen zur Bezugsquellensteuerung (Volumenmodulation, Zukauf, Gebrauchtwagenpolicy etc.) ab

# Gebrauchtwagencheckliste

## Präsentation am POS

Die Präsentation am Gebrauchtwagenplatz ist für Sie der Platz an dem Sie den „Moment of truth“ für Ihre Kunden liefern müssen.

Denn: Egal was Sie auf Ihrer Homepage, in sozialen Medien, in der Werbung oder in Gebrauchtwagen-börsen versprechen, am POS müssen Sie „liefern“

## Checkliste

- ✓ Für den Gebrauchtwagenplatz bedeutet das – unabhängig von anderen Leistungsversprechen, dass idealer Weise ausschließlich
  - top aufbereitete
  - vollständig reparierte
  - neutralisierte
  - startbereite  
Gebrauchtwagen
  - ohne Service- und Fehlermeldungen im Display
  - mit vollständiger Auspreisung
    - marktkonformer Preis
    - Finanzierungsangebot mit zugehörigem Gesetzestext und
    - einer Auflistung der kaufentscheidenden Ausstattungen ausgestellt werden
- ✓ Mit einer Platzrotation signalisieren Sie regelmäßig vorbeifahrenden Kunde Aktivität
- ✓ Eine wöchentliche Platzkontrolle, Säuberung und Nachbereitung (z.B. von Langstehern oder nach erhöhtem Verschmutzungsaufkommen) erhöht die Attraktivität des Gebrauchtwagenplatzes erheblich.

## Präsentation im virtuellem Schauraum

Der Verkaufsprozess von Gebrauchtwagen beginnt schon seit etwa Mitte der 10er Jahre (2006 war das Internet erstmals führende Informationsquelle beim GW Kauf) nicht mehr bei Ihnen im Betrieb.

Wenn der Kunde bei Ihnen im Betrieb auftaucht, hat er meist schon eine längere „Customer Journey“ im Internet und immer öfter auch in den Sozialen Medien hinter sich.

POSITIV: Es hat dazu geführt, dass er bei Ihnen (oder maximal 2-3 weiteren Mitbewerbern seiner Wahl) kaufen möchte.

## Checkliste

Nutzen Sie alle Möglichkeiten für eine qualitativ hochwertige Präsentation Ihrer Gebrauchtwagen auf Ihrer Homepage, den Gebrauchtwagenbörsen und den Sozialen Medien

- ✓ Erarbeiten Sie einen einheitlichen Fotoleitfaden oder
- ✓ nutzen Sie eine der neuen Fotoapps
- ✓ Erweitern Sie den Fotoleitfaden um das Thema Freitextgestaltung

Für die Gebrauchtwagenbörsen bedeutet dies z.B.:

- ✓ Mindestens 15 Fotos die
  - in hoher Qualität (Belichtung, Schärfe, Bildausschnitt)
  - den Gebrauchtwagen optimal präsentieren
  - und die zielgruppenspezifischen Argumente, die für den Kauf des GW sprechen optisch unterstreichen
- ✓ Eine vollständige Auflistung aller Ausstattungen im „Suchfeldbereich“
- ✓ Ein Freitextfeld mit einem kurzen Marketingtext und allen kaufentscheidenden Details
- ✓ Ein marktkonformer, regelmäßig aktualisierter Verkaufspreis (Top 100 / Top 50 / Top 25 / Top 10)

# Gebrauchtwagencheckliste

## Preismanagement

Das grundsätzliche Ziel des Preismanagements ist – unterstützt durch die Präsentation am Platz und im Internet – möglichst hohe Preise zu erzielen ohne Langsteher zu produzieren.

Das regelmäßige Preismanagement dient auch dazu schnell auf Marktveränderungen und Sondereinflüsse zu reagieren.

Letztendlich ist es auch das „Sicherheitsnetz“, welches bei einer Fehleinschätzung eines Gebrauchtwagens eine rechtzeitige Korrektur ermöglicht.

## Bestandsmanagement

Das Ziel des Bestandsmanagements ist ein breites, attraktives, gewinnbringen-des, schnell drehendes Gebrauchtwagensortiment auf dem Gebrauchtwagenplatz durch Zukauf, Ankauf und Abtausch.

Der offensive GW-Zukauf von Frequenzbringern (Modelle mit langen Lieferzeiten beim Neuwagen), Jungwagen für preissensible NW-Käufer oder für das Upselling auf einen Neuwagen ist wesentlicher Bestandteil des BM.

Auch die Angebotserweiterung mit Modellen oder Segmenten, die die eigene Marke nicht abdecken kann, gehört dazu. Letztendlich ist auch der Abverkauf bzw. der Abtausch von Langstehern Teil des BM

## Checkliste

In einem weitgehend transparenten Markt überschreiten Ihre Transaktionskosten und der monatliche Wertverlust oft schon nach 3-4 Monaten (90-120 Tage) Ihren (geplanten) Bruttogewinn.

Das Preismanagement sollte daher

- ✓ mindestens monatlich
- ✓ bei Jungwagen alle 2-3 Wochen
- ✓ bei durchschnittlichen GW Bruttogewinnen unter 8% sogar 14 tägig stattfinden

Die Preisanpassung sollte dann in Abhängigkeit der

- ✓ Anzahl der Klicks in den Börsen
- ✓ Anzahl der Anfragen und Angebote (Verkäuferbesprechung oder Salesfunnel)
- ✓ Anzahl der Probefahrten (Verkäuferbesprechung oder Salesfunnel) stattfinden

Preistools:

- ✓ Je nach Betriebsgröße, Gebrauchtwagenfokus und Gebrauchtwagenbestand empfehle ich für das Preismanagement eines der innovativen Preistools

## Checkliste

Beim Zukauf ist es wichtig zwischen Jungwagen und „echten“ Gebrauchtwagen zu unterscheiden!

Jungwagen

- ✓ Jungwagen sind ein hart umkämpftes Marktsegment mit sehr schwierigen Marktbedingungen
- ✓ Nicht daran teil zu nehmen ist keine Lösung. Dieses Segment unprofessionell zu bedienen auch nicht
- ✓ Nutzen Sie die Möglichkeiten, die sich Ihnen beim Hersteller oder auf anderen Verkaufsplattformen bieten
- ✓ Schließen Sie aber bitte den Ankauf sogenannter „Dead Dogs“ konsequent aus, da ein solcher GW den Gewinn von 5-10 Jungwagen vernichten kann
- ✓ Ein wichtiger Erfolgsfaktor liegt in der Bezugsquellenanalyse oder auch in der Analyse über ein Preistool

Gebrauchtwagen

- ✓ „Echte“ Gebrauchtwagen ab +2 Jahren sind mit wenigen Ausnahmen begehrte Ware
- ✓ Im Gegensatz zum Jungwagen sind Gebrauchtwagen nicht einfach zuzukaufen
- ✓ Diese „begehrten“ Gebrauchtwagen sind meist noch im Besitz der Nutzer/Kunden
- ✓ Der Schlüssel zum Erfolg in diesem Bereich liegt in einem funktionierenden Eintauschprozess mit marktkonformen Eintauschpreisen

# Gebrauchtwagencheckliste

## Zusammenfassung:

Bei der vor Ihnen liegenden Gebrauchtwagencheckliste handelt es sich um eine stark verkürzte „Essenz“ eines erfolgreichen Gebrauchtwagenprozesses. In unserer täglichen Praxis bei der Gebrauchtwagenprozessberatung erleben wir regelmäßig, dass Händler, trotz unbefriedigender Erträge im Gebrauchtwagenbereich, aufgrund der Komplexität von einem aktiven Gebrauchtwagenmanagement Abstand nehmen. In gleicher Regelmäßigkeit erleben wir aber auch, wie schnell der kaufmännische Erfolg steigt, wenn ein Händler die Maßnahmen umsetzt und in ein aktives Gebrauchtwagenmanagement Zeit und auch Geld investiert.

Es lohnt sich, denn im Gebrauchtwagengeschäft sind Sie die Entscheidungsträgerin bzw. der Entscheidungsträger!

Niemand schreibt Ihnen Preise, Margen, Lagerfahrzeuge, einen Modellmix, Präsentationsflächen oder andere Themen vor.

Alles was Sie unternehmen, unterliegt einem einzigen Zweck: Ihrem kaufmännischen Erfolg!

Gehen Sie es an!

Und wenn Sie Unterstützung benötigen:

Testen Sie uns, wir begleiten Sie gerne auf diesem spannenden Weg zu mehr Ertrag im Gebrauchtwagengeschäft.

TÜV SÜD Landesgesellschaft Österreich GmbH  
[mobility.at@tuvsud.com](mailto:mobility.at@tuvsud.com)

HP Autohausconsulting e.U.  
[h.pohl@autohausconsulting.at](mailto:h.pohl@autohausconsulting.at)

**Autor: Horst Pohl**, HP Autohausconsulting, [www.autohausconsulting.at](http://www.autohausconsulting.at)

Diese Checkliste ist ein Teilauszug aus dem Seminar **Das professionelle Gebrauchtwagengeschäft** der TÜV SÜD Landesgesellschaft Österreich.

Stand Jänner 2021