Einkaufsgenossenschaft Automobile

Für Unternehmensfitness sorgen

Zwei Millionen potenzieller Gebrauchtwagenkunden haben aufgrund der Umweltprämie ihren Kauf vorgezogen. Schlimm genug, dass hohe Bestände Kosten verursachen, die so manchen Händler in die Knie zwingen. Erschwerend kommt hinzu, dass die Restwerte "in den Keller rauschen", beschrieb Wolfram Lambeck, Vorstand der EGA Einkaufsgenossenschaft Automobile, ohne Schönfärberei die Situation im Automobilhandel bei der EGA-Jahrestagung Ende Juni in Nürnberg. Händeringend sucht der Handel nach Erfolgsfaktoren, die ihn durch die Krise manövrieren.



Überzeugt von der EGA: (von li.) Bernd Kaiser (Autohaus Kaiser bewegt, Nürnberg), Vorstand Thorsten Cordes, Reinhold Thalhofer (Adviser Unternehmensberatung), Vorstand Wolfram Lambeck.

Sofortanalyse gibt schnellen Überblick

Ein Allheilmittel haben auch Lambeck und sein Vorstandskollege Thorsten Cordes nicht parat. Aber sie haben sich Gedanken darüber gemacht, was ein Händler tun muss, um seinen Lagerumschlag zu erhöhen, und was er braucht, um schnell einen Überblick darüber zu haben, wie fit sein Unternehmen ist.

Quasi als Instant-Check können die EGA-Partner jetzt die Sofortanalyse 2009 im Rahmen des EGA-Net (www.ega-net.de) nutzen. So finden sie anhand von nur zehn Kennzahlen heraus, wie gesund ihr Unternehmen ist. Das EGA-Net ist zentraler Bestandteil, Intranet und Verkäuferarbeitsplatz der Einkaufsgenossenschaft.

Eine solide Sortimentsplanung trägt zu einem schnelleren Lagerumschlag bei. Dazu ist es wichtig, den Umschlag nach Segmenten und Marken zu analysieren. Die EGA-Partner können dabei auf eine neue Statistikfunktion im EGA-Net zurückgreifen. Sie wertet die Verkäufe nach Marke, Durchschnittspreis, Kilometerstand, Fahrzeugalter und Standtagen aus.

Auf sorgfältige Aufbereitung der Fahrzeuge achten

Die Händler sollten großen Wert auf eine sorgfältige Aufbereitung der Fahrzeuge legen, sie gegebenenfalls mit Zubehör aufwerten und attraktiv präsentieren.

selbst, wenn ein Händler seinen Bestand bewusst klein hält und Gebrauchtwagen auf Kundenwunsch beispielsweise über das EGA-Net zukauft, sollten die Autos vor Ort optimal in Szene gesetzt sein. Reinhold Thalhofer von der Adviser Unternehmens-

beratung, der die Betriebsanalyse und -vergleiche innerhalb der EGA begleitet, erinnerte in diesem Zusammenhang daran, dass die Kunden vom Zustand der präsentierten Fahrzeuge immer Rückschlüsse auf den Zustand der beschafften Fahrzeuge ziehen.

Würden die Händler bei der Aufbereitung schlampig arbeiten, würde das dem Car-Broking-Gedanken der EGA komplett zuwiderlaufen. Denn die 170 EGA-Händler können auf einen Fahrzeugbestand von insgesamt 15.000 Autos zugreifen. Diese Menge erlaubt dem Händler, seinen Vor-Ort-Bestand so gering wie möglich zu halten. Sie erfordert aber von jedem einzelnen EGA-Partner Disziplin und Verlässlichkeit bei der Aufbereitung. Fin entscheidender Punkt, um die Deckungsbeiträge pro Gebrauchtwagen zu erhöhen, ist eine professionelle Inzahlungnahme. Cordes und Lambeck halten einen durchschnittlichen Ertrag von 800 Euro pro Fahrzeug für erstrebenswert.

Schonungslose Transparenz bei den Kennzahlen

Ein konsequentes Controlling halten die beiden EGA-Vorstände für unumgänglich, wenn man sein Unternehmen erfolgreich führen möchte. Was kostet ein Ausstellungsauto im Jahr? Wie hoch ist die jährliche Wertschöpfung pro betreutem Fahrzeug? Beträgt der Anteil der Mitarbeiterkosten am Bruttoertrag mehr als die empfohlenen 40 Prozent?

Thalhofer ist ein schonungsloser Analyst. Er skelettiert die EGA-Betriebe und zeigt ihnen, wie sie wieder Fleisch ansetzen können. Der erfahrene Coach legt großen Wert auf Transparenz. Daher beinhaltet sein Betriebsvergleich auch indirekte Posten, die jedem Profitcenter zugewiesen werden. Nichts verschleiern und nichts beschönigen, lautet seine Devise: denn: "Schön-



Beispiel: Kalkulation Marktanalyse

Die Gesamtkosten und die jährliche Wertschöpfung pro Fahrzeug sind die Basis für eine Marktanalyse. Allerdings kommt es nun darauf an, welche weiteren Parameter zugrunde liegen:

Sie brauchen 275.082 Einwohner um mit 2% Marktanteil Ihre Kosten abzudecken!

Gesamt- kosten	Wert- schöpfung pro Fzg/Jahr	Nötige Fahr- zeuge in Betreuung	Marktanteil betreute Marke	Davon Eigen- anteil	Nötiger Gesamt- bestand Pkw	MotGrad Pkw pro 1.000 EW	Nötige Einwohnerzahl im 20-km-Radius
1 Mio. Euro	600 Euro	1.667	2,0 %	54,0 %	154.321	561	275.082*
	300.2000			,			

Sie brauchen $18,3\,\%$ Marktanteil, um Ihre Kosten abzudecken!

Gesamt- kosten	Wert- schöpfung pro Fzg/Jahr	Nötige Fahr- zeuge in Betreuung	Nötiger Markt- anteil betreute Marke	Davon Eigen- anteil	Tatsächlicher Gesamt- bestand Pkw	MotGrad Pkw pro 1.000 EW	Tatsächliche Einwohnerzahl im 20-km-Radius
1 Mio. Euro	600 Euro	1.667	18,3 %**	54,0 %	16.830	561	30.000

Quelle: Adviser / Grafik: GWP

Beispiel: Kalkulation Wertschöpfung

Um zu ermitteln, wie hoch die jährliche Werschöpfung pro Fahrzeug ist, müssen folgende Erlöse addiert werden:

Abteilung	Std/Jahr	Verrechnungs- satz pro Stunde	Erlöse/Erträge	Provision (bei Fremd- leistung im Lackbereich)		Gesamt (gerundet)
Wartung & Reparatur	3,0	65,00 Euro	195,00 Euro			195,00 Euro
Karosseriereparatur	1,2	75,00 Euro	90,00 Euro			90,00 Euro
Lackreparatur	0,6	85,00 Euro	51,00 Euro	30 %	15,30 Euro	15,00 Euro
Reparatur gesamt						300,00 Euro

Teiledienst-Hinweis: Erfahrungsgemäß ist der Teile-Erlös zum Lohnerlös etwa im Verhältnis 1,2:1 Teiledienst1 100,80 Euro 100,00 Euro 360,00 Euro

400 00 Furo Service gesamt Lohnerlöse und Teiledienst-Bruttoerträge (Reparatur & Teile)

Verkauf-Hinweis: Alle 5 Jahre ein Fahrzeugverkauf mit einem Bruttoertrag von € 1.000,-1.000,00 Euro Pro Jahr: 200,00 Euro Verkauf² 5 200,00 Euro

Total pro Kunde/Fahrzeug im Jahr ¹ Erfahrungsgemäß ist der Teile-Erlös zum Lohnerlös etwa im Verhältnis 1,2:1 ² Alle 5 Jahre ein Fahrzeugverkauf mit einem Bruttoertrag von 1.000,00 Euro

600,00 Euro

wetterkapitäne haben nur selten

das Patent für die rauhe See.

Der harten Thalhofer-Mühle hat sich auch Bernd Kaiser gestellt. Nürnberger Autohändler (www.kaiser-bewegt.de) ist seit 2006 EGA-Mitglied. Zuvor hatte er unter anderem Händlerverträge der Marken Opel, Saab und Chrys-

ler. "Echte Volltreffer", wie er sarkastisch anmerkt. Ende 2006 hatte seine Bilanz ein dickes Minus von 465.000 Euro. Nur ein Jahr später wies sie ein Plus von 55.000 Euro auf. "Ich habe in den letzten drei Jahren

zuvor", resümiert Kaiser.

Vor der EGA-Jahrestagung in Nürnberg lud er den Erfahrungskreis der Einkaufsgenossenschaft zu sich ins Unternehmen ein. Er wünschte einen kritischen Blick auf sein Autohaus. Den bekam er unumwunden - und er weiß dieses Engagement seiner Kollegen zu schätzen: "Um eine krumme Linie zu entlarven, brauche ich eine gerade Linie. Das ist für mich der Erfa-Kreis.

30 Prozent mehr Ertrag als der Branchendurchschnitt

Kaiser schätzt den konstruktiven Austausch mit seinen Händlerkollegen. Im Kreis der EGA haben sich

mittlerweile 170 Vertrags- und freie Händler zusammengefunden. Allerdings gebe es noch weiße Flecken in Süddeutschland, bedauert Vorstand Thorsten Cordes. Zwei Roadshow-Termine in Nürtingen bei Stuttgart und in Hannover zu Beginn des Jahres hätten jedoch eine gute Resonanz gebracht. Neuerdings belohnt die EGA Empfehlungen mit einem Hotelgutschein. "Mit jedem neuen Partner stärken wir unsere Position im Markt", betont Cordes. Und er fügt noch ein überzeugendes Argument an: EGA-Händler haben im Schnitt 30 Prozent bessere Erträge als der Rest der Branche. Silvia Lulei◀