

5. Platz

Gebrauchtwagen AWARD

2010

Die besten Ideen für das Gebrauchtwagen-Geschäft

Autohaus Carlo Jesse, Ibbenbüren

Kostenbewusst und effizient

Beim Car Broking verkauft der Händler Autos, die er nicht vor Ort hat und die der Interessent folglich auch nicht begutachten kann, bevor er sich dazu entschließt, zu kaufen. Einer, der dies besonders gut beherrscht, ist Carlo Jesse.

Riesiger virtueller Bestand

Er nutzt dazu die Plattform der Einkaufsgenossenschaft Automobile (EGA), der 170 Händler in Deutschland angehören. Sie alle stellen ihre Fahrzeuge in den elektronischen Verkaufsassistenten der EGA ein. So kommt Jesse auf einen Bestand von 15.000 Fahrzeugen, die er anbieten kann. In seinem eigenen Autohaus in Ibbenbüren hat er „nur“ 40 Gebrauchtwagen vorrätig. Dabei handelt es sich ausschließlich um Inzahlungnahmen. Er kauft nicht aktiv zu. Das braucht er auch nicht angesichts des riesigen Bestands im EGA-Netzwerk. Seit vier Jahren setzt der Jungunternehmer konsequent und erfolgreich sein Verkaufskonzept um. So steigerte er seinen Absatz seit 2006 um 500 Prozent von 103 auf 403 Fahrzeuge. Sein Umschlagfaktor liegt bei zehn und seine Umsatzrendite über zehn Prozent.

Persönliche Betreuung vor Ort

Jesse weiß, dass sich die meisten Fahrzeuginteressenten im Internet schlau machen, bevor sie Kontakt zum Händler aufnehmen. Das gilt auch für die regionalen Kunden, die er primär im Fokus hat. Denn trotz virtuellem Erstkontakt wünschen sich, so Jesse, die meisten persönliche Betreuung und Service. Das gilt sowohl während des Kaufs als auch danach. Die intensive Betreuung vor dem Kauf hält er hingegen für weitgehend hinfällig. „Der Gebrauchtwagenverkauf ist nicht mehr so beratungsintensiv, wie er mal war“, sagt Jesse.

Wirkungsvolles Marketing

Die Kunden reagieren in der Hauptsache auf das aggressive Marketing von Auto Jesse. Das Autohaus ist nicht mit Anzeigen in den lokalen Tageszeitungen vertreten, sondern nutzt die Tagespresse als Verteiler für den monatlich erscheinenden eigenen Hausprospekt. Er hat jeweils vier bis sechs Seiten und konzentriert sich neben konkreten Gebrauchtwagenangeboten auf saisonale Zubehör-, Teile- und Serviceaktionen sowie Neuigkeiten aus dem Autohaus Jesse. Insgesamt



„1 von 15.000“ ist auf dem Nummernschildverstärker zu lesen. Jesse schöpft aus dem riesigen Fahrzeugbestand der EGA-Handelsplattform.



120.000 Prospekte mit Fahrzeug- und Serviceangeboten verteilt Auto Jesse jährlich per Tageszeitung und legt sie im Autohaus und an der Serviceannahme aus.



Carlo Jesse ist überzeugter Carbroker: „Was heute zählt, ist Kostenbewusstsein – und nicht teure Showrooms.“

kaufverträge integriert sowie Preisschilder, Zulassungs- und Kreditablösevollmachten, Aufbereitungs- und Übergabeaufträge für die Werkstatt.

Der kostenbewusste Carlo Jesse ist überzeugt, dass sich teure Showrooms, die Millionen Euro kosten, in Zukunft nicht mehr rechnen werden. Und er zeigt, dass es auch anders geht.

Silvia Lulei ◀

verteilt Jesse pro Jahr 120.000 Prospekte. Durch einen geschickten Wechsel der Verteilergebiete erreicht er jeden Haushalt etwa achtmal im Jahr. Die Kosten entsprechen einer wöchentlichen Anzeige im Standardformat von zwei Spalten à 100 Millimeter.

Zudem bekommen die Kunden zwei Mailings pro Jahr, allerdings unterschieden nach Stamm- und inaktiven Kunden. Die einen erhalten besondere Bonusleistungen, die anderen Gratisangebote, mit denen Jesse sie zurückgewinnen will. Darüber hinaus unterstützt Auto Jesse zwei lokale Sportvereine, betreibt gezielt Öffentlichkeitsarbeit und setzt auf Empfehlungsmarketing. Kunden, die ein Fahrzeug vermitteln, erhalten beispielsweise 100 Euro Provision.

Vor Ort präsentiert das Autohaus 40 Gebrauchtwagen im Showroom und auf dem Freigelände. Die Fahrzeuge sind ausschließlich Inzahlungnahmen und binden Kapital in

Höhe von rund 250.000 Euro. Online bietet Jesse in den großen Automobilbörsen derzeit 1.100 Fahrzeuge an, die jederzeit aus dem EGA-Pool ergänzt werden können. Würde er diese Gebrauchten selbst vorhalten, entspräche das einer permanenten Kapitalbindung von rund 15 Millionen Euro.

Ein Verkäufer schafft 500 Autos

Für den Verkauf ist in erster Linie Carlo Jesse zuständig. Erst im letzten Jahr hat er sich personelle Unterstützung gegönnt: Eine kaufmännische Auszubildende bereitet Auslieferungsakten vor, prüft Rechnungen und Zahlungseingänge. „Einmalig und unbezahlbar“, schwärmt der Autohausinhaber. Drei geringfügig beschäftigte Rentner überführen deutschlandweit die Fahrzeuge und erledigen die Zulassungen. 99 Prozent aller Verkäufe sind Einzelgeschäfte, die innerhalb von drei Tagen an die Kunden ausgeliefert werden.

Jesse ist überzeugt, dass ein Verkäufer pro Jahr 500 Autos absetzen kann. Voraussetzung ist allerdings, dass die Firma effizient strukturiert ist. Dabei hilft ein internes 50-seitiges, zertifiziertes Autohaushandbuch, das alle Prozesse, Leitlinien und Qualitätskriterien im Verkauf bis ins Detail definiert.

Der Verkäuferarbeitsplatz basiert auf dem EGA-Netz. Diese Software verwaltet die Fahrzeuge und überträgt die Daten an alle Börsen. Darüber hinaus sind alle Ver- und An-



Ein Flatscreen im Showroom zeigt das komplette Angebot von Auto Jesse, auf das er über die EGA zugreifen kann.

▶ AUTOHAUS CARLO JESSE

Verkauf	2009	2008
Neuwagen	30	34
Gebrauchtwagen	373	267
Gesamt	403	301

Umsatz in Millionen Euro:

Neuwagen	0,48	0,54
Gebrauchtwagen	2,87	1,61
Service + Teile	0,82	1,13
Gesamt	4,17	3,29

Mitarbeiter:

12,5 Mitarbeiter gesamt, davon 2 im Verkauf, 9 im Service und 1,5 Sonstige

Kontakt:

Autohaus Carlo Jesse
Carlo Jesse (Geschäftsführer)
Osnabrücker Straße 109
49477 Ibbenbüren
Telefon: 05451/5 44 29 64
Telefax: 05451/4 98 23
Internet: www.auto-jesse.de
E-Mail: info@auto-jesse.de