



Nicht der einzige Verkaufsweg: Auf dem Gelände des Autohauses Bonsels und Weitz in Erkelenz werden nicht nur Autos verkauft, sondern mit der Firma ecars auch über das Internet vermittelt

„Stimmungsbarometer“

ONLINE – Die Inhaber Heinz-Willi Bonsels und Willi Weitz betreiben neben ihrem Autohaus die Online-Neuwagenvermittlung ecars und sind damit ganz nah am Marktgeschehen. VON DANIELA KOHNEN

LESEN SIE HIER...

... welche Vorteile die Onlineneuwagenvermittlung neben dem klassischen Autohausgeschäft mit sich bringt und welche Synergien sich daraus ergeben.

Auf dem Gelände von Autohaus Bonsels & Weitz in Erkelenz werden nicht nur Neu- und Gebrauchtwagen verkauft. Parallel dazu haben die zwei Inhaber Heinz-Willi Bonsels und Willi Weitz am selben Ort vor knapp drei Jahren eine Onlinevermittlung für Neuwagen eröffnet. „Onlinegeschäfte haben eine starke Marktdurchdringung erfahren“, erläutert Heinz-Willi Bonsels. „Für uns stellte sich die Frage, ob wir Onlineanbieter in unserer Autobranche weiter ignorieren oder uns damit auseinandersetzen wollen. Wir haben dann ecars gegründet, vorher die Wettbewerber analysiert und recherchiert, mit welchen Händlernetzen sie zusammenarbeiten.“

Vorteil: Fachwissen und Marktnähe
Das Konzept der zwei Verkaufswege scheint sich zu bewähren, denn mit dem Nebeneinander beider Geschäfte haben

sich zahlreiche Vorteile ergeben. Bonsels: „Zunächst einmal kommt uns zugute, dass wir mit drei Mitarbeitern niedrige Investitionskosten haben und im Gegensatz zum Autohausgeschäft keine Flächen, Hallen und Lager mieten müssen. Die Onlinevermittlung ist ein klar kalkulierbares Geschäft.“ Der naheliegendste Mehrwert besteht im Auffangen der preissensiblen Kunden. Sie besuchen zunächst ein oder mehrere Autohäuser, lassen sich beraten, machen eine Probefahrt sowie einen Preisabgleich und kaufen schließlich doch nichts, in der Hoffnung, ihr Modell im Internet für weniger Geld, Aufwand und ohne Preisverhandlungen zu bekommen. „Aus Sicht eines klassischen Autohändlers ist das schon eine brutale Situation, wenn der Kunde wegen einem Prozent zu einem Vermittler geht. Die Situation haben wir vor ecars täglich erlebt“, so Bonsels. Die Beweggründe der Kunden sind laut dem Inhaber aber sehr unterschiedlich und Internetkäufe einfach Mode geworden.

Für die Inhaber rentiert sich ecars neben dem klassischen Autohausgeschäft vor allem, weil sie im Gegensatz zu reinen Vermittlungsbüros zusätzlich Gebrauchtwagen

technisch bewerten und in Zahlung nehmen können. „Hinzu kommt dann noch unser Fachwissen“, erläutert Bonsels. „Wir sind klassische Autohändler und kennen ein Fahrzeug im Detail. Markteinschätzungen sind unser tägliches Autohausgeschäft. Das unterscheidet uns in erster Linie von unseren Konkurrenten.“

Zudem erreichen die Inhaber mit ecars potentielle Kunden in ganz Deutschland. Direkt aus der Region nehmen nur wenige Verbraucher die Onlinevermittlung in Anspruch. Bonsels: „Durch die verlängerte Reichweite sind wir mit ecars näher am Markt, denn das Geschäft deckt ganz Deutschland ab. Dadurch merken wir schnell, wie die Fahrzeugnachfrage ist und wie gut das Geschäft gerade läuft. Denn das ist von Region zu Region unterschiedlich. Besonders nutzen wir ecars im Autohaus als tagesaktuellen Stimmungsbarometer und Gradmesser für den laufenden Markt. Wir können bei der Onlinenachfrage Trends erkennen und diese frühzeitig auf unser Autohaus übertragen.“

Zunächst hatte man befürchtet, sich mit der Onlinevermittlung von Neuwagen



Vorteil von ecars für das Autohaus: Die Inhaber Bonsels und Weitz können auf ihrem Autohausgelände Gebrauchtwagen für die Onlinevermittlung in Zahlung nehmen

selbst zu schaden und durch Überschneidungen Verluste beim Autohausgeschäft zu machen. „In der Realität ist das zum Glück nicht eingetreten“, erläutert Bonsels rückblickend. „Bei den zwei Kundenkreisen gibt es wenig Überschneidungen. Wenn Onlinekunden dann doch auf unser Gelände kommen, ist das eine wertvolle Kundengewinnung. Dann hat unsere Onlinevermittlung zusätzlich als kostenloser Werbeeffekt gewirkt. Und auf dem umgekehrten Weg haben wir, wie schon erwähnt, die preissensiblen Kunden aufgefangen. Dann ist wirklich eine Synergie entstanden.“

Wachstum von zehn Prozent

Derzeit werden über ecars rund 1.000 Neuwagen pro Jahr bei einer Marge von 0,5 bis 2,0 % pro Fahrzeug je nach Modell und Fahrzeugwert vermittelt bei einem durchschnittlichen Wachstum von rund zehn Prozent im Jahr. Bonsels: „Das sind zwar alles kleine Beträge, aber wenn man alle Faktoren zusammenrechnet, lohnt sich der Umsatz auf jeden Fall.“ Wachstum um jeden Preis helfe in der Regel auch nicht weiter, da es dann zu Mehrkosten komme, aber das Geschäft weiterhin wirtschaftlich und zu bewältigen sein müsse. „Man ist dann zwar zahlenmäßig gewachsen, aber die Rentabilität des Unternehmens ist verbrannt“, so Bonsels. „Wir setzen auf organisches Wachstum und bleiben bodenständig, nutzen verschiedene Verkaufswege und beobachten dabei wachsam den Markt. Demnächst wollen wir das EU-Neuwagengeschäft ausbauen.“ ■



Heinz-Willi Bonsels:

» Aus Sicht eines klassischen Autohändlers ist das schon eine brutale Situation, wenn der Kunde wegen einem Prozent zu einem Vermittler geht. Und die Situation haben wir vor ecars täglich erlebt. «

ECKDATEN

Die Inhaber Heinz-Willi Bonsels und Willi Weitz besitzen neben dem 1985 gegründeten Autohaus Bonsels & Weitz in Erkelenz seit Oktober 2008 die Online-Neuwagenvermittlung und Tochtergesellschaft ecars (www.ecars.de). 40 Handelbetriebe arbeiten mit ecars zusammen. Drei Mitarbeiter vermitteln fast alle Modelle an rund 80 Prozent private und 20 Prozent gewerbliche Kunden. Im Autohaus werden die Marken Volvo, Citroen, Fiat, Suzuki und Ssangyong vertrieben. Über ecars werden rund 1.000 Fahrzeuge pro Jahr vermittelt, im Autohaus rund 1.500 Fahrzeuge verkauft.

SYNERGIEEFFEKTE

Vorteile von ecars für das Autohaus:

1. Werbeeffekt
2. Reichweitenverlängerung Kunde
3. Abfangen preissensibler Kunden
4. Trendmesser

Vorteile des Autohauses für ecars:

1. geringe Investitionskosten
2. Fachwissen
3. Inzahlungnahme Gebrauchtwagen

DIE EIGENE BANK IM AUTOHAUS

„DSL Allfinanzkonzept: Rentabilitätssteigerung mit einem Finanzcenter!“



Siegfried Föst
Key Account Manager
DSL Bank

Ganz gleich, ob Sie bereits ein eigenes Finanzcenter in Ihrem Autohaus haben oder eines gründen wollen: die DSL Bank steht Ihnen mit professionellem Rat zur Seite.

Ihre Vorteile im Überblick:

- Einfache und schnelle Umsetzung
- Engere Kundenbindung
- Verbesserung der Kundenliquidität durch die Zusammenfassung bestehender Kredite
- Flexible Kreditlaufzeiten bis zu 120 Monate
- Garantierter Kundenschutz zur Sicherung attraktiver Anschlussgeschäfte

INTERESSE?

Unser ServiceCenter steht Ihnen gerne zur Verfügung:
Telefon 0800 1001933 (kostenfrei)
Montag – Freitag von 9 – 18 Uhr
Telefax 0231 180-1709
E-Mail servicecenter@dslbank.de

DSL Bank

Partnerbank der
Finanzdienstleister