

**GW-Kompetenz**

v.l.: Volkmar Junge, Leiter Händlernetzentwicklung, Christiane Peschel, Händlernetzentwicklung und Peter Nebel, 1+ Programm-Betreuung.

# 360° Gebrauchtwagen

Škoda Deutschland hat sein Gebrauchtwagenprogramm einem Relaunch unterzogen. Im Gespräch mit *GW-trends* berichten **Volkmar Junge, Leiter Händlernetzentwicklung, Christiane Peschel, Händlernetzentwicklung und Peter Nebel, 1+ Programm-Betreuung**, wie der aktuelle Stand bei Škoda 1+ Gebrauchtwagen ist und was sich für die Händler geändert hat.

Von Sandra Enning

**W**ie zufrieden sind die Škoda 1+ Händler mit der aktuellen Situation im Gebrauchtwagengeschäft?

**Volkmar Junge:** Das Gebrauchtwagengeschäft in diesem Jahr ist sehr gut angelaufen und übertrifft unsere guten Vorjahreswerte noch einmal. Insofern ist die Zufriedenheit unserer Škoda 1+ Händler mit dem Geschäftsfeld Gebrauchtwagen nach wie vor sehr hoch. Unsere eigenen Škoda-Gebrauchtwagen zeichnen sich dabei durch ein sehr stabiles Restwertverhalten aus. Für bestimmte Leasinggeschäfte bieten wir unseren Škoda-Händlern seit einiger Zeit auch eine Restwertabsicherung an.

Škoda hat die Marke kürzlich einem Relaunch unterzogen. Welche Auswirkungen hat der Relaunch auf Škoda 1+?

**Volkmar Junge:** Zum Genfer Autosalon hat unsere Marke ein komplett neues CI-Konzept vorgestellt. Natürlich diskutieren wir auch darüber, wie wir in diesem Zusammenhang die Gebrauchtwagensignalisation Škoda 1+ weiterentwickeln und in das Gesamtkonzept integrieren können. Vor 2012 werden die Händler aber nicht mit einer Veränderung zu rechnen haben. Grundsätzlich können wir feststellen, dass die Farben- und Formengestaltung des neuen CI-Konzepts bei unseren Škoda-Partnern sehr gut ankommt.

Wie ist der Geschäftsbereich Gebrauchtwagen bei Škoda Auto Deutschland organisiert?

**Volkmar Junge:** Zur operativen Vermarktung unserer eigenen Škoda-Gebrauchtwagen haben wir ein Gebrauchtwagenzentrum (GWZ) in Darmstadt, über das jährlich mehrere Tausend Fahrzeuge vermarktet werden. Die Verantwortung für die GW-Strategie sowie für die Weiterentwicklung und Umsetzung des Škoda 1+ Programms liegt im Bereich Händlerorganisation bzw. in der Händlernetzentwicklung.

**Christiane Peschel:** Auch wenn die Bereiche getrennt sind, stimmen wir uns natürlich eng ab. Grundsätzlich ist hier aber auch

zu differenzieren: Ein Importeur hat ein komplett anderes Gebrauchtwagengeschäft als ein heimischer Volumenhersteller und daher herrschen hier sehr unterschiedliche Strukturen vor.

Wie viele Händler sind Škoda 1+ aktuell abgeschlossen?

**Volkmar Junge:** Wir haben aktuell knapp 200 1+ Partner in Deutschland. Vor allem streben wir hier einen qualitativen Ausbau an.

Wie haben sich die Gebrauchtwagen-Standtage der Škoda 1+ Händler entwickelt?

**Volkmar Junge:** Ausgezeichnet. Aktuell sind diese auf dem niedrigsten Niveau seit fünf Jahren.

**Christiane Peschel:** Der aktive 1+ Partner liegt derzeit bei deutlich unter 60 Tagen.

Thema Relaunch: Vor einiger Zeit wurde das Gebrauchtwagenprogramm Škoda 1+ überarbeitet. Was waren die Beweggründe?

**Volkmar Junge:** Vor knapp eineinhalb Jahren haben wir mit dem Relaunch unseres Gebrauchtwagenprogramms begonnen und sehen heute bereits erste Erfolge im Handel und auch in den entsprechenden Händlerzufriedenheitsbefragungen.

**Christiane Peschel:** Die Hauptzielrichtung war und ist es, die Qualität im Gebrauchtwagengeschäft flächendeckend weiter zu steigern. Hierzu sind wir von einer primären Zertifizierung vor Ort durch den Berater auf eine Selbstzertifizierung im Sinne einer Selbsteinschätzung übergegangen, um im Anschluss daran stärker in die individuelle Beratung einzusteigen.

Wie sieht diese Selbstzertifizierung aus?

**Peter Nebel:** Die Selbstzertifizierung ist so aufgebaut, dass der Händler schnell erkennen kann, wie sein Geschäft aufgestellt ist. Jeder Händler, der gewisse Standards nicht erreicht hat, wird anschließend von uns kontaktiert. Neben Checklisten und umfangreichen Materialien suchen

wir hier das direkte Gespräch, um partnerschaftlich individuelle Verbesserungsmöglichkeiten aufzuzeigen.

Welche Punkte umfasst die angesprochene individuelle Beratung?

**Volkmar Junge:** Die individuelle Beratung gliedert sich in zwei Maßnahmen. Auf der einen Seite bieten wir ein sequentielles viertägiges 360° Coaching vor Ort an, zum anderen sogenannte 360° Foren, in denen die 1+ Partner zusammenkommen und sich gezielt austauschen. Mit den Foren wollen wir das Wissen, das einzelne Betriebe in den Coachings sammeln, in die Fläche tragen. Denn nicht jeder Betrieb kann und will ein Coaching durchlaufen.

Worum handelt es sich bei den 360°-Foren genau?

**Peter Nebel:** Die Foren sind ein Novum bei Škoda Deutschland und behandeln ausschließlich Gebrauchtwagenthemen. Die Händler treffen sich in regelmäßigen Abständen und tauschen sich aus. In diesen Foren wird sehr offen gesprochen. Die Themen sind meist operativer Natur, das heißt, wo bekomme ich Fahrzeuge her oder wie reduziere ich meine Standzeiten? Die Resonanz der Händler auf diese Plattform ist sehr positiv.

**Christiane Peschel:** Hier planen wir, in Zukunft noch mehr 1+ Partner an den 360°-Foren zu beteiligen. Die Händler treffen sich in Betrieben, etwa zwei Mal im Jahr und müssen zuvor als Gesprächsgrundlage ihre Gebrauchtwagenzahlen bekannt geben.

**Peter Nebel:** Ein zweiter Bestandteil ist, dass die Foren in einem Best Practice-Betrieb stattfinden und die Händler hier viele Anregungen sammeln. Zudem holen wir im Vorfeld Themenvorschläge von den Teil-

nehmern ein, die wir sichten und für das Forum aufbereiten. Der Händler ist somit von vornherein aktiv an den Themenstellungen beteiligt. Während des Forums werden die Themen priorisiert und nacheinander abgearbeitet.

Wurde in den Foren bereits das Thema Social Media behandelt?

**Peter Nebel:** Wir hatten das Thema auf dem letzten 360°-Forum auf Wunsch eines Händlers, und es wurde von Händlerseite sehr kritisch diskutiert. Drei der anwesenden Händler verfügten über erste eigene Erfahrungen in diesem Bereich. Sie sind zu der Erkenntnis gekommen, dass hierzu sehr spezifisches Know-how gehört. Man benötige einen

Mitarbeiter, der sich täglich damit beschäftigt und man müsse auch mit öffentlichen Reaktionen umgehen können. Sicherlich gilt es, das Thema im Auge zu behalten.

Welche Ziele haben Sie sich mit Škoda 1+ gesetzt?

**Volkmar Junge:** Wir sehen nach wie vor unser Hauptziel im Thema Eroberung. Das heißt wie optimieren wir die Ankaufssituation und Wiedervermarktung von gebrauchten Fremdfabrikaten, um damit das Neufahrzeuggeschäft weiter zu stärken? Hier gilt es, entsprechende Prozesse aufzubauen bzw. zu optimieren, so dass unsere Händler mit dem Geschäft noch besser umgehen können. Unser Fokus wird dabei weiterhin auf dem Privatkundengeschäft liegen. Die beschriebenen Qualifizierungsmaßnahmen sind ein wichtiger Schritt, um diesem Ziel näher zu kommen.

Frau Peschel, Herr Junge, Herr Nebel, vielen Dank für das Gespräch. ■

Die 360°-Foren sind ein Novum bei Škoda Deutschland und behandeln ausschließlich Gebrauchtwagenthemen.  
Peter Nebel

Fotos: Dr. Martin Endlein (li.), Škoda (re.)

