B 12518

WWW.GEBRAUCHTWAGENPRAXIS.DE

GEBRAUCHTWAGEN PRAXIS

juli/august // 2021

Starke Impulse für Ihr Business

Die Profi-Liga

Autohaus Liliensiek gewinnt den Gebrauchtwagen Award 2021

VOGEL COMMUNICATIONS GROUP

Bild: VCG/Untch

»Man muss dranbleiben.«

Sven Arnegger, Die Schneider Gruppe, über Digitalisierung im Handel

KONSEQUENT GEHANDELT

Später als üblich verlieh die Redaktion »Gebrauchtwagen Praxis« in diesem Jahr zusammen mit Dekra, Real Garant und Santander den Gebrauchtwagen Award. Das halbe Jahr Verzögerung war der Pandemie geschuldet. Wir haben darauf gehofft, uns im Juni persönlich begegnen zu können. Doch das war noch nicht möglich. Also stellten wir bei der digitalen Preisverleihung unter Beweis, dass wir Emotionen trotzdem erlebbar machen können. Ausgezeichnet haben wir Unternehmen, die das ebenso bei ihren Kunden beherrschen.

Auf den ersten Blick sind die Top-6-Betriebe des Gebrauchtwagen Awards 2021, die Sie in dieser Ausgabe kennenlernen, unterschiedlich: klassischer mittelständischer Betrieb, Filialbetrieb einer Autohauskette, freier und Mehrmarkenhändler. Was sie vereint, ist die konsequente und durchdachte Digitalisierung ihrer innerbetrieblichen Prozesse. So konnten alle während des Lockdowns den Kontakt zu ihren Kunden halten und ihr Gebrauchtwagengeschäft selbst in kritischen Zeiten ausbauen.

Ein Betrieb sticht besonders hervor: das Autohaus Liliensiek in Dippoldiswalde. Dort war der Handel mit Gebrauchtwagen lange ein ungeliebtes Anhängsel, bis man vor ein paar Jahren das Potenzial dieses Geschäftszweigs erkannte. Gleichzeitig begann das Team, Prozesse zu digitalisieren. Somit lief das Gebrauchtwagengeschäft auch in Pandemiezeiten auf gewohnte Weise weiter. Das ist außergewöhnlich und eine Auszeichnung wert.

Viel Spaß beim Lesen!

SILVIA LULEI, REDAKTION »GEBRAUCHTWAGEN PRAXIS«

Verleihung des Gebrauchtwagen Awards

DIE PROFI-LIGA

Das Autohaus Liliensiek ist Gewinner des Gebrauchtwagen Awards 2021. Die Redaktion der »Gebrauchtwagen Praxis« und die Partner Dekra, Real Garant und Santander haben den Preis bei einem Online-Event verliehen.

Gewinner des Gebrauchtwagen Awards 2021 ist das Autohaus Liliensiek in Dippoldiswalde.

Bild: Stefan Bausewein

Wolfgang Michel, Chefredakteur von »Gebrauchtwagen Praxis«, moderierte die Preisverleihung.

Bild: Stefan Bausewein

Der 3. Platz ging an das Autohaus Griesbeck in Deggendorf.

Bild: Stefan Bausewein

Platz 2 behauptet die Schneider Gruppe in Chemnitz für sich.

Bild: Stefan Bausewein

Die Plätze 4 bis 6 wurden zuerst bekannt gegeben: Platz 4 ging an B&K in Bad Homburg, Platz 5 an den FordStore Karl Stauner in Cham und der Platz 6 an die Prusseit Group in Horb.

Die Preisverleihung fand in diesem Jahr digital statt. Übertragen wurde sie aus dem Studio des Vogel Convention Centers in Würzburg.

Bild: Stefan Bausewein

Bild: Stefan Bausewein

gebrauchtwagen award 2021

Bild: Stefan Bausewein

Bild: Stefan Bausewein

Thomas Meuser, verantwortlich für das Gebraucht- und Jahreswagengeschäft bei Volkswagen, lobte das Autohaus Liliensiek als Unternehmen, das aus der Menge guter VW-Partner heraussticht.

Bild: Stefan Bausewein

Carsten Schopf, Direktor Flotten bei Renault Deutschland, würdigte die Schneider Gruppe in Chemnitz, die sich „marktgerecht und zukunftsorientiert" aufgestellt hat.

Bild: Stefan Bausewein

Juroren und Veranstalter freuen sich mit den Gewinnern des Gebrauchtwagen Awards 2021: (v. l.) Daniel König (Real Garant), Marc Gounaris und Joachim Heim (beide Dekra), Ramona Wittke (Santander), Robert Leger (Real Garant) und Wolfgang Michel, »Gebrauchtwagen Praxis«.

Die Partner des Gebrauchtwagen Awards im Gespräch

UNGEWOHNTE WEGE GEHEN

Der Award geht an Händler, die sich schnell und professionell an die Herausforderungen des Marktes anpassen.

» Das Autohaus Liliensiek ist Gewinner des Gebrauchtwagen Awards 2021. Womit hat es überzeugt?

Ramona Wittke: Das Autohaus Liliensiek hat schon vor der Pandemie die Chancen im Onlinegeschäft erkannt. Hinzu kommt, dass es das Team schafft, Kunden, die online auf das Autohaus aufmerksam wurden, dauerhaft zu binden. Das ist die perfekte Verzahnung von online und offline. Überzeugt hat uns auch, dass das Autohaus Liliensiek die traditionellen Werte eines Familienbetriebs mit dem stetigen Streben nach Innovation und Verbesserung verbindet. Das war auch für uns als Jury im gesamten Bewerbungsprozess spürbar.

Robert Leger: Der familiäre Zusammenhalt im Autohaus Liliensiek zeigt sich über den eigenen Betrieb hinaus auch in der klaren strategischen Ausrichtung auf den Kunden.

Marc Gounaris: Überzeugt hat der Fokus auf den lokalen Endkunden. Hier geht es nicht darum, Wiederverkäufer zu bedienen oder möglichst billig online Fahrzeuge in die ganze Republik zu verkaufen. Bemerkenswert ist auch die Liebe zum Detail – sowohl, was die Kommunikation mit der Kundschaft angeht, als auch in Bezug auf

Bild: Stefan Bausewein

Dekra, Real Garant und Santander unterstützen den Gebrauchtwagen Award seit vielen Jahren. Jeder der drei Partner ist in der Jury aktiv: (von l.) Marc Gounaris, Zielgruppenmanager Kfz-Gewerbe, Dekra; Ramona Wittke, Regionale Vertriebsleitung, Vertrieb Mobilität, Santander; Robert Leger, Key Account Manager, Real Garant.

Präsentation und Zustand der Fahrzeuge. Außerdem war beeindruckend, wie sich das Autohaus der ständigen Prozessoptimierung verschrieben hat.

» Die Pandemie hat das Gebrauchtwagengeschäft maßgeblich beeinflusst. Wie sind die Top-Betriebe beim Gebrauchtwagen Award damit umgegangen?

Wittke: 2020 stand der Handel vor einer Situation, die in unserer Generation so noch nie jemand erlebt hat. Es war über Monate nicht möglich, die Betriebe zu öffnen – gleichzeitig wollten die Kunden Fahrzeuge kaufen. Die Händler mussten neue Wege gehen. Die Top-Betriebe beim Gebrauchtwagen Award haben es geschafft, den Onlinekunden auch in der schwierigen Situation vollumfänglich zu bedienen, indem sie ihre Prozesse digitalisiert und dem Kunden auch online einen „persönlichen" Verkauf anbieten konnten. So wurde trotz des räumlichen Abstands Kundennähe erzeugt – und zwar sowohl im Verkauf als auch im Service.

Leger: Eine große Herausforderung war, die eigenen Mitarbeiter zu motivieren und gemeinsam die Chancen der digitalen Alternativen aufzudecken. Die Top-Betriebe haben gezeigt, was die Zukunft des Autohandels bringt. Über Teams, Zoom und ähnliche Tools haben sie sich durch die Bank weiter im Markt engagiert.

Gounaris: Wenn der Kunde nicht mehr auf den Hof kommen kann, braucht es überzeugende digitale Lösungen. Der eigene Online-Auftritt muss optimal gestaltet, die Ware attraktiv angeboten werden. Und sobald ein Kunde halbwegs konkretes Interesse erkennen lässt, gilt es, den Lead aufzunehmen. Sei es, dass ein kundenindividueller Film zum Fahrzeug erstellt wird, sei es die kontaktlose Probefahrt oder die kontaktarme Kaufabwicklung und Auslieferung – wer solche Veränderungen schnell und gut umgesetzt hat, ist vergleichsweise gut durch die Pandemie gekommen.

» Welche konkreten Tipps können Sie für den Handel daraus ableiten?

Wittke: Es ist wichtig, den Onlinekunden aus seiner Anonymität zu holen und zu einem persönlichen Kunden des Autohauses zu machen. Das geht aber nur durch eine herausragende Qualität in der Beratung und in den Abläufen.

Gounaris: Ganz oben auf der Prioritätenliste steht die Offenheit für Veränderungen im Markt und die Erwartungen der Kunden. Die Bereitschaft, sich anzupassen, ist essenziell. Und sobald man sich zu einer konkreten Veränderung entschlossen hat, muss man sie konsequent umsetzen.

Leger: Die digitale Welt bringt viele Chancen für den Gebrauchtwagenhandel mit sich. Jetzt ist es Zeit, diese zu nutzen und offen für neue Wege zu bleiben, auch wenn sie anfangs noch ungewohnt sind.

» Welche weiteren Herausforderungen sehen Sie für Gebrauchtwagenhändler?

Leger: Die Implementierung von digitalen Prozessen wird dem Autohandel noch einiges abverlangen. Um den Kunden auf dieser Reise nicht zu verlieren, helfen Dienstleistungen wie etwa Wartungspakete dabei, im Dialog zu bleiben.

Wittke: Ich halte es für wichtig, seine Stärken weiter auszubauen. Für den Kunden muss das Gesamtpaket stimmen. Er möchte Wertschätzung und persönliche Betreuung erfahren.

Gounaris: Entscheidend ist auch ein optimales Angebot: Habe ich nur Fahrzeuge auf dem Hof, die ich in Zahlung genommen habe? Oder stelle ich durch gezielte Zukäufe ein Angebot zusammen, das am Markt gefragt ist? Sind die Fahrzeuge in einem Top-Zustand, mit nachweisbarer Historie und einer Garantie, die dem Kunden eine gewisse Sicherheit bietet? All das wird heute erwartet. Hinzu kommt die Frage: Wie weit bin ich mit der digitalen Transformation – mit Blick auf interne Prozesse, die Präsentation der Fahrzeuge, das Marketing und das Customer Relationship Management? Wer hier hinterherhinkt, wird in Zukunft das Nachsehen haben.

» Sie unterstützen als Sponsoren auch den Deutschen Remarketing Kongress. Was können die Händler von der Veranstaltung mitnehmen?

Leger: Der Deutsche Remarketing Kongress macht alle Veränderungen am Markt erlebbar. Daher ist es für uns wichtig, in diesem Rahmen den Dialog mit Händlern und Kunden zu suchen.

Wittke: Das Gebrauchtwagengeschäft ist Teil unserer DNA; insofern passen sowohl der Gebrauchtwagen Award als auch der Deutsche Remarketing Kongress hervorragend zu uns. Vom Kongress können die Händler Ideen mitnehmen, Projekte anderer Händler kennenlernen, Dienstleister treffen und Kontakte knüpfen.

Gounaris: Der Deutsche Remarketing Kongress hat sich als Branchentreff zum Thema Gebrauchtwagenmanagement etabliert. Er bietet eine gute Möglichkeit zu netzwerken, weil sich auf dieser Plattform alle Akteure aus dem Markt treffen.

DIE FRAGEN STELLTE SILVIA LULEI

Platz 1

gebrauchtwagen award 2021

Autohaus Liliensiek

FROM ZERO TO HERO

Wie sich das Autohaus Liliensiek in wenigen Jahren zu einem Gebrauchtwagenprofi gewandelt hat.

Wenn Daniel Liliensiek zurückblickt, spricht er ganz offen: „Vor sieben oder acht Jahren hätte ich noch gesagt: Wir können vieles gut. Gebrauchtwagen gehören aber nicht dazu." 2021 darf sich das Autohaus Liliensiek aus Dippoldiswalde bester Gebrauchtwagenhändler Deutschlands nennen. Die Jury des Gebrauchtwagen Awards, bestehend aus Vertretern von »Gebrauchtwagen Praxis«, Dekra, Real Garant und Santander Consumer Bank, zeichnete das Unternehmen mit dem Gebrauchtwagen Award 2021 aus.

»Wir tragen den Schlips nicht zu eng um den Hals.«

Stellt sich die Frage: Wie ist es den Sachsen gelungen, zu absoluten Gebrauchtwagenprofis zu werden? Auf dem Weg dorthin musste das Team so manche Hürde nehmen. Da wäre beispielsweise der Standort: Gerade beim Online-Handel ist die grenznahe Lage zu Polen und Tschechien mit Blick auf Umsatzsteuer, Luxussteuer, CO_2-Steuer und Co. definitiv kein Vorteil. Dennoch hat man sich beim Autohaus Liliensiek gegenüber Digitaltrends nicht versperrt. Im Gegenteil: „Wer sich keine Gedanken über den Wandel des Geschäftsmodells macht, handelt fahrlässig", sagt Geschäftsführer Daniel Liliensiek.

» Standard-Content verboten

Angefangen haben sie dabei ganz klein. Gebrauchtwagen-Teamleiterin Anne Papenfuß sagt: „Wir haben uns von ‚wir probieren das mal mit Mobile.de' zu den Online-Vorreitern im eigenen Haus entwickelt." Inzwischen ist das Autohaus Liliensiek auf vielen Digitalkanälen präsent. Interessenten bietet der VW-Händler beispielsweise eine Beratung über Whatsapp. Auch über Facebook ist das inzwischen möglich. Einmal pro Woche bringt das Team Interessenten beispielsweise per „Speeddating"-Live-Videos auf der eigenen Website Fahrzeuge aus dem Bestand kurzweilig näher. Und auch bei Instagram setzt der Händler auf kreative Veröffentlichungen.

Man merkt: Beim Autohaus Liliensiek will man sich nicht auf den Standard-Content verlassen, den der Hersteller bereitstellt. Stattdessen überzeugen die Sachsen mit Persönlichkeit, Emotion, Nähe und Wiedererkennungswert. Neuwagen-Teamleiterin Alin Liliensiek sagt: „Wir tragen nicht den ganzen Tag den Schlips zu eng um den Hals."

» „Wir wollen vom Kunden her denken"

Beeindruckend ist bei Liliensiek auch die digitale Prozess-Kompetenz. Hier passt eine viel bemühte Metapher tatsächlich: Ein Rädchen greift ins andere. „Wir haben viel Energie in die Basisarbeit des Gebrauchtwagengeschäfts investiert", sagt Daniel Liliensiek. Doch es ist mehr als nur das: Die Sachsen

Bild: Autohaus Liliensiek

Der neue Gebrauchtwagenplatz ...

Bild: Autohaus Liliensiek

... ist das Herzstück des GW-Geschäfts.

Bild: Autohaus Liliensiek

So sehen Sieger aus: Das Autohaus Liliensiek aus Dippoldiswalde hat den Gebrauchtwagen Award 2021 gewonnen.

wagen gerne neue Dinge. Beispielsweise sind sie Pilothändler für das Leadmanagement-System My Motion. Das macht es möglich, die eigene Website mit dem Fahrzeugmanagement zu koppeln. Anne Papenfuß erklärt: „Wir nutzen das Leadmanagement-System nicht nur zum Hereinnehmen von Leads. Jeder Verkäufer, der einen Kontakt hatte, trägt das ins System ein. Bunte Zettel gehören bei uns der Vergangenheit an."

Die klare Vorgabe an die Verkäufer lautet: Bei einem Erstkontakt darf die Reaktionszeit nicht länger als zwei Stunden betragen. Wenn das nicht passiert, gibt es Eskalationsstufen. „Das war ein harter Prozess. Die Verkäufer mussten das lernen. Aber mittlerweile läuft kaum noch eine Eskalationsmail ein", sagt Papenfuß. Das Autohaus setzt zudem auf ein Ringruf-System. Dabei gibt es einen klaren Kodex: Wer ein Kundengespräch führt, geht nicht ans Telefon. Die Ringruf-Leitung sorgt laut Liliensiek dafür, dass sich die Anfragen gleichmäßig auf die Verkäufer verteilen. Dabei dürfen diese die gesamte Palette bearbeiten, egal ob Neuwagen, Gebrauchtwagen oder Nutzfahrzeug. „Wir wollen nicht vom Produkt oder der Marke her denken, sondern vom Kunden", sagt Daniel Liliensiek dazu.

Bild: Autohaus Liliensiek

Jedes Auto auf dem Platz ist mit einem QR-Code für weitere Schritte versehen.

» Digitalisierung clever einsetzen

Einige Kunden wollen inzwischen fast alles digital abwickeln. Deswegen arbeitet das Autohaus Liliensiek mit digitalen Fahrzeug- und Vorgangsakten. So ist ein fast komplett digitaler Vertragsabschluss möglich. „Aus 30 oder 40 Seiten werden 3 oder 4 und in Zukunft vielleicht gar keine mehr", sagt der Geschäftsführer. Mancher Verkäufer schlösse Verträge schon jetzt fast nur noch digital ab, andere hätten noch Berührungsängste. „So etwas braucht Zeit. Aber alle Wege der Digitalisierung sparen Zeit, wenn man sie clever einsetzt", meint Daniel Liliensiek.

Auch im Service setzt der Betrieb digitale Elemente ein. Die Fahrzeugbewertung vor einer Inzahlungnahme findet immer via Tablet statt. So kann das Werkstattteam nach dem gleichen Standard arbeiten. Über ein Dispometer ist im weiteren Verlauf jederzeit der Status des jeweiligen Fahrzeugs in der Werkstatt einsehbar.

» Gebrauchtwagenplatz als Herzstück

Digital ist das Autohaus Liliensiek also topfit. Doch zu einem erfolgreichen Gebrauchtwagengeschäft gehört selbstverständlich auch eine überzeugende stationäre Präsenz. Gerade in Nicht-Metropolen wie Dippoldiswalde. Seit 2019 kann der Händler vor Ort mit einem echten Herzstück aufwarten:

Historie

1945 eröffnete Arno Liliensiek eine Kfz-Werkstatt in Dippoldiswalde gut 20 Kilometer südlich von Dresden. In der Nachkriegszeit reparierte er zunächst einmal „das, was noch da war". 1989 klopfte er dann in Wolfsburg an. Und es gelang ihm tatsächlich, einen VW-Händlervertrag zu bekommen.

Seit 2001 ist nun Arnos Sohn Daniel Liliensiek am Ruder. Heute arbeiten für das Unternehmen insgesamt 49 Beschäftigte.

Bild: Autohaus Liliensiek

In den sozialen Netzwerken setzt das Autohaus nicht auf Standard-Content.

Einem angrenzenden Supermarkt konnte Daniel Liliensiek eine Fläche abkaufen, die das Autohaus nun als Gebrauchtwagenplatz nutzt. 1.400 Quadratmeter ist dieser groß. Regelmäßig stehen dort etwa 90 Gebrauchte mit einem Durchschnittsalter zwischen drei und vier Jahren bereit. „Wir haben aber keine Angst, auch ältere Fahrzeuge auf unseren Platz zu stellen", sagt Anne Papenfuß. Rund 400.000 Euro hat das Unternehmen in die Ausstellungsfläche investiert. Und auch dabei hat die Geschäftsleitung an viele wichtige Details gedacht. So ist beispielsweise jeder Gebrauchtwagen mit einem QR-Code versehen, über den Kunden das entsprechende Inserat oder ein Probefahrtangebot direkt aufs Smartphone bekommen. Auch diese Anfragen landen direkt im Leadmanagement-System. Die Verkäufer wiederum können den Gebrauchtwagenplatz von ihrem Arbeitsplatz aus jederzeit via Kamera im Blick behalten. Interessenten, um die sich niemand kümmert, will das Autohaus so vermeiden.

» Die Zahlen wissen zu beeindrucken

Bleibt noch die Frage: Macht sich dieses Engagement auch in harten Zahlen bemerkbar? Die Antwort: Und ob! Konnte das Autohaus Liliensiek im Jahr 2010 noch 159 Gebrauchtwagen absetzen, waren es im vergangenen Jahr starke 529. Auch die Standzeiten sind immer weiter zurückgegangen. Lag der Durchschnittswert 2016 noch bei 131 Tagen, waren es 2020 nur noch 83. Nicht zuletzt verdienen die Sachsen inzwischen deutlich mehr pro verkauftem Auto: 2018 erzielten sie einen mittleren Gebrauchtwagen-Bruttoertrag von 676 Euro. 2020 waren es 860 Euro. Und im laufenden Jahr ist der Händler sogar vierstellig unterwegs. Zahlen, die beeindrucken. Doch ausruhen möchte sich der Händler darauf nicht. Stattdessen hat man sich bereits die nächsten Ziele gesetzt: Im laufenden Jahr will das Autohaus Liliensiek erstmals mehr als 1.000 VW-Neu- und Gebrauchtwagen verkaufen. Zuzutrauen ist es dem knapp 50-köpfigen Team definitiv.

CHRISTOPH SEYERLEIN

» Betriebskennzahlen

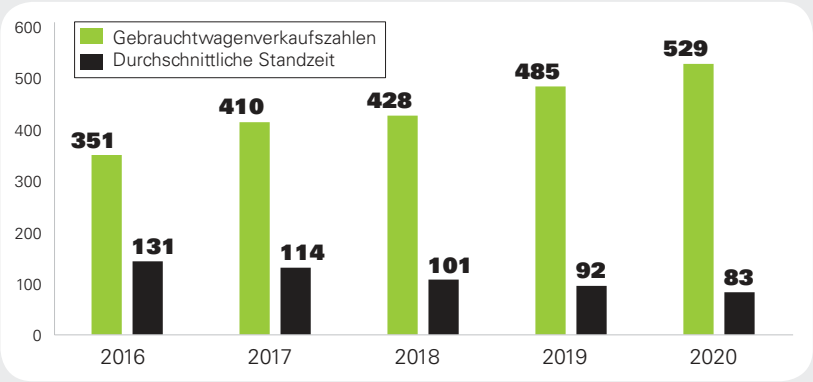
Fabrikate: VW

	2020	2019
Verkauf Gebrauchtwagen	529	485
Umsatz in Mio. Euro Gebrauchtwagen	7,8	5,8
Ø Ertrag pro GW in Euro	860	764
Ø Standtage des GW-Bestands	83	92

Mitarbeiter (zum 31.12.2020)
49

Kontakt
Autohaus Liliensiek GmbH
Alte Altenberger Straße 38
01744 Dippoldiswalde
Geschäftsführer: Daniel Liliensiek
Telefon: +49 3504 6494-0
info@liliensiek.de
www.liliensiek.de

» Gebrauchtwagenverkaufszahlen/Durchschnittliche Standzeit



Das Autohaus Liliensiek ist im GW-Geschäft auf Erfolgskurs.

Grafik: GWP // Quelle: Autohaus Liliensiek.