

Die Fotomeister

GW-VERKAUF „Autoimage“ liefert dem Handel Full-Service-Fotodienstleistungen für optimierte Bilder im Online-GW-Geschäft. VON KAROLINA ORDYNIEC

LESEN SIE HIER...

... wie die Geschäftsführer von AutoDo und Modix das GW-Management optimieren wollen.

Die einen sind Profis im Online-Marketing, die anderen ein bekannter Name für Dienstleistungen im Gebrauchtwagenmanagement. Warum nicht die Synergien aus beiden Bereichen nutzen und etwas Neues auf die Beine stellen? Das dachten sich Ivica Varvodic, Geschäftsführer Modix, und Marcel Mittler, Geschäftsführer von AutoDo. Ende vergangenen Jahres bündelten sie ihre Kompetenzen in dem von AutoDo gegründeten Unternehmen Autoimage. Die Hauptaufgabe der neu gegründeten Gesellschaft liegt bei Fotodienstleistungen.

AH: Herr Mittler, Herr Varvodic, stehen Ihre Unternehmen nicht eigentlich im Wettbewerb zueinander? Wie kommt es zu dieser Kooperation?

M. Mittler: Wir haben uns überlegt, in welchem Bereich wir beide voneinander profitieren können, um beide Unternehmen stärker aufzustellen. Und da schien uns der Bereich Fotodienstleistungen genau richtig.

I. Varvodic: Modix hat zwar einen eigenen Fotoservice im Ausland, aber nicht auf dem heimischen Markt. Wir hätten einen eigenen Service in Deutschland aufbauen müssen, da schien uns eine Kooperation viel sinnvoller. Und weil AutoDo hier auf einen großen Erfahrungsschatz zugreift, fiel uns die Entscheidung zusammenzuarbeiten leicht.

AH: Welche Motivation steckte hinter Ihrer Entscheidung?

I. Varvodic: Wir glauben, dass im Gebrauchtwagenmanagement noch längst nicht alle Potenziale ausgeschöpft sind. Der deutsche Markt ist hier noch nicht so fit wie beispielsweise jener in Belgien oder Frankreich, geschweige denn der in

Amerika. Und ein wichtiger Baustein für das erfolgreiche Gebrauchtwagengeschäft sind professionelle und qualitativ hochwertige Fotos. Die wollen wir mit Autoimage gewährleisten.

Full-Service-Fotodienst

AH: ... und wie genau tun Sie das?

M. Mittler: Wir bieten dem Handel einen Full-Service-Fotodienst. Unser Team umfasst deutschlandweit momentan 40 Mitarbeiter, künftig wollen wir weiter wachsen. Somit sind wir in der Lage, jede Region abzudecken. Unsere Mitarbeiter übernehmen im Autohaus alle Aufgaben rund um die Fotos – das Autohaus braucht sich hier um nichts zu kümmern. Sind die Bilder geschossen, laufen sie durch unser Controllingtool. Dann werden sie eventuell noch bearbeitet oder es werden Logos eingebaut. Im Anschluss daran überprüfen weitere Mitarbeiter das Bild, arbeiten ggf. nach und geben es dann frei.

AH: Wie lange dauert es, bis die Fotos online gestellt werden können?

I. Varvodic: In der Regel sind die Fotos in zwölf Stunden online. Wird das Auto verkauft, löschen wir die Rohdaten von unserem Service nach Ablauf der Widerrufsfrist, also ca. vier Wochen später.

AH: Und was kostet der Fotodienst?

M. Mittler: Wir bieten einen monatlichen Fixpreis, anstatt – wie bisher – die Abrechnung pro Fahrzeug. Wir glauben, dass wir mit dieser neuen Preisstruktur dem Handel mehr Übersichtlichkeit geben können. Für die Zukunft planen wir, die Hersteller an den Kosten zu beteiligen. Es liegt ja auch in ihrem Interesse, dass der Handel seine Fahrzeuge optimal im Netz präsentiert. Im Ausland funktioniert dieses System. In Belgien wird der Fotoservice von Peugeot subventioniert, in Österreich von Peugeot (Lancia), Jeep, Dodge. Wir gehen davon aus, dass es in Deutschland auch bald so weit sein wird.



Modix-Geschäftsführer Ivica Varvodic (l.) und AutoDo-Chef Marcel Mittler: „Bei unseren Fotodienstleistungen bieten wir höchste Qualität.“

Im Remarketing angreifen

AH: Welche Ziele haben Sie für 2011?

I. Varvodic: Momentan erreichen uns fast 300 Kundenkontakte pro Woche. Seit Bekanntmachung von Autoimage im Dezember 2010 haben sich schon 40 Betriebe für unseren Fotoservice entschieden. Wir denken, dass sich bis zum Ende des Jahres mehr als zehn Prozent unserer Kunden für Autoimage entscheiden werden.

AH: Planen Sie, dem Handel auch weitere Dienstleistungen anzubieten?

I. Varvodic: Wir wollen uns künftig nicht nur im Retailbereich engagieren, sondern auch stärker im Remarketing. Wir werden Zustandsberichte erstellen und über einmal erfasste Daten die Fahrzeuge in die verschiedenen Vertriebskanäle, wie Online-Börsen und Auktionshäuser, einsteuern. Entscheidet sich ein Autoimage-Kunde für diese zusätzliche Dienstleistung, entfällt für ihn sowohl die Einstellgebühr als auch die Verkaufsgebühr.

AH: Herzlichen Dank für das Gespräch.