

Neu im Warenkorb: Das Versandhaus Quelle steigt in den Autohandel ein



An der Quelle

*EU-Importeure mischen die Autohandelszene in Deutschland auf – jetzt gesellen sich auch **Versandhäuser** hinzu.*

Hinter der Halle steht eine Halde neuer Autos aus ganz Europa. Unter ihnen der belgische Opel Zafira von Jürgen Egner. Der Systemtechniker ist eigens aus Heilbronn angereist, um seinen Neuwagen beim Autohändler Jütten und Koolen in

Heinsberg bei Aachen abzuholen. Die Fahrt lohnt sich für den Schwaben: Er spart 6000 Euro.

Im Jahr 2002 machten es bereits 5000 Kunden wie Egner. Sie bestellten ihr Wunschauto über das Internet, und die Heinsberger Firma holte das Fahrzeug aus dem benachbarten

EU-Ausland. Die Schnäppchen-Preise verdanken die Kunden dabei den Steuergesetzen unserer Nachbarn. Beispiel Niederlande: Dort werden Autos mit einer Luxussteuer bis zu 35 Prozent belegt, weshalb die Hersteller ihre Wagen zu niedrigeren Preisen anbieten.

Geschäftsführer Bernd Jütten und sein niederländischer Kompagnon sind aber nicht die einzigen, die vor dem Hintergrund der neuen Gruppenfreistellungsverordnung, die den Händlern ab 1. Oktober mehr Freiheiten einräumt, dem klassischen Autohandel einhei-

„300 bis 400 Fahrzeuge im Monat“

Quelle-Vorstand Michael Badke zum Auto-Versandhandel



Herr Badke, wann verkauft Quelle die erste Mercedes S-Klasse?

Badke: Wir werden niemals eine S-Klasse verkaufen. Quelle-Kunden sehen ein Fahrzeug als Nutzgegenstand und nicht als emotionales Spaßauto. Aus unserem ersten Sortiment hat sich beispielsweise der Ford Streetka wesentlich schlechter verkauft als ein Familienauto wie der Ford Galaxy.

Wie zufrieden sind Sie insgesamt mit dem Verlauf der ersten Verkaufsaktion?

Badke: Wir sind eingestiegen und wollten zunächst einmal lernen. Wir wollten wissen, welche Autos funktionieren, wo wir nachbessern müssen.

Und was haben Sie gelernt?

Badke: Dass vor allem die deutschen Marken gut gehen, dort aber im Wesentlichen die Brot-und-Butter-Autos. Japaner gehen nicht.

Wie viele Wagen wurden bisher verkauft?

Badke: Zu Beginn haben wir zehn bis 15 Autos pro Tag verkauft, momentan sind es um die fünf bis zehn Fahrzeuge. Wir sind aber dabei, unser Angebot noch einmal zu überarbeiten.

Welche Marken werden noch dazukommen?

Badke: Das wird Opel sein. Auch Audi würde gut zu uns passen, allerdings nicht die Premiummodelle. Die Obergrenze sehe ich beim Audi A4. Ein Audi A8 über Quelle, das geht nicht. Zumindest noch nicht.

Sie haben angekündigt, eine „größere Nummer“ im Autohandel zu werden. Was verstehen Sie darunter?

Badke: Unser Ziel ist eine gute vierstellige Zahl an Autos pro Jahr. Der Fahrzeugverkauf ist aber nur eine Säule des Geschäftes. Viel Potenzial sehen wir im Autozubehör-Bereich. Da ist die Bestellfrequenz höher.

Wie sind denn die Reaktionen der Hersteller auf Ihre Autoaktivitäten?

Badke: Sehr unterschiedlich. Von den meisten Herstellern werden wir noch nicht ernst genommen. Einige empfinden uns als Marktstörung und bringen dies auch zum Ausdruck. Im Prinzip wird aber abgewartet, ob wir eine kritische Größe erreichen.

Wie hoch soll denn der Anteil des Autohandels am Quelle-Umsatz sein?

Badke: Darüber möchte ich nicht spekulieren. Wenn Sie sich aber die Direktanbieter in anderen europäischen Ländern anschauen, ist der Absatz von 300 bis 400 Fahrzeugen im Monat durchaus realistisch.

Wann wird Quelle mit dem Autogeschäft schwarze Zahlen schreiben?

Badke: Ich erwarte den Break-Even für 2004.

zen. Das Versandhaus Quelle machte zuletzt mit einer spektakulären Smart-Verlosung von sich reden und vertreibt seit Ende Mai Mittelklasse- und Kleinwagen zu Billigpreisen.

Die Quelle-Autos sind jedoch keine Re-Importe, sondern Restposten, die Quelle-Partner Carplus von 800 deutschen Händlern bezieht. Das Versandhaus vermittelt seine fast sieben Millionen Kunden an Carplus. Eine vielversprechende Liaison, ist sich Quelle-Vorstand Michael Badke sicher.

Doch das ist erst der Anfang. „Ich bin fest davon überzeugt, dass wir nur der Vorreiter sind“, meint Badke. Der Discounter Schlecker steht bereits in den Startlöchern. Partner: Jütten und Koolen.

Was Quelle und die Heinsberger Importeure verbindet, ist der Verzicht auf teure Ausstellungenräume und die konsequente Nutzung des Internet. „Natürlich schaut der Kunde gerne in einer schönen Niederlassung“, meint Quelle-Vorstand Badke, „aber letztlich kauft er da, wo er den besten Preis bekommt.“ Und den können nur große Händler bieten, davon sind Badke und Jütten überzeugt.

Dass im Autohandel auf Dauer nur die Großen überleben werden, prognostiziert auch ei-



„So wachsen, dass kein Hersteller an uns vorbeikommt“

Bernd Jütten

ne Studie des Instituts für Automobilwirtschaft an der Fachhochschule Nürtingen, nach der sich die Zahl der Autohändler in Deutschland bis 2010 um knapp die Hälfte reduzieren wird. „Wir sind auf dem Weg zu amerikanischen Verhältnissen“, meint Institutsleiter Willi Diez. In den USA beherrschen große Ketten den Autohandel.

Die Hersteller in Deutschland versuchen diesem Trend mit verstärkten Investitionen in eigene, große Niederlassungen entgegenzuwirken. Jüngstes Beispiel: Mercedes-Benz eröffnete erst Ende Mai in München eine imposante Niederlassung mit 76 000 Quadratmeter Verkaufsfläche. Auch BMW hat jetzt angekündigt, den Autovertrieb europaweit stärker selbst in die Hand nehmen zu wollen. Erfolg sieht Diez in diesem Gigantismus aber nur bei den starken Marken. „Bei teuren Autos spielt Ambiente und intensive Beratung eine größere Rolle.“

Für die Volumen-Hersteller sei das Ganze dagegen ein zweischneidiges Schwert. Sie können mit Quelle und Co einen weiteren Vertriebskanal nutzen, dürfen ihr eigenes Händlernetz aber nicht gefährden.

In der Praxis sieht das dann so aus: Je besser ein Modell läuft, desto weniger goutieren die Hersteller den Absatz über Billig-Anbieter. Bernd Jütten hat zurzeit beim Erfolgsmodell Mazda 6 Probleme mit dem Nachschub. „Der Hersteller übt offensichtlich Druck auf die Händler aus, nicht mehr an deutsche Importeure zu verkaufen“, erzählt Jütten. „Wenn das Ding nicht laufen würde, bekämen wir dagegen sicher einen Anruf.“ Um diesen Ärger zu vermeiden, arbeitet der Händler an einem Konzept, „mit dem wir so groß werden, dass wir mit Herstellern direkt verhandeln können“. Start: Oktober 2003.

Text: Jens Katemann
Fotos: Reinhard Schmid