

AUTOHAUS KOCH

Fünf Marken ohne Händlervertrag

Es gibt auch ein Leben nach der Marke. Ein gutes Beispiel dafür ist das Autohaus von Zaklina und Rüdiger Koch in Oberursel. Der Einkauf auf dem europäischen Automarkt ist dafür ein wichtiges Kriterium.

von Ralph M. Meunzel

KURZFASSUNG

Zaklina und Rüdiger Koch sind vor zwei Jahren freiwillig aus dem VW-Händlervertrag ausgestiegen und verkaufen seitdem erfolgreich vor allem EU-Importe der VW-Konzernmarken, die unter anderem von TOHA geliefert werden (siehe Interview). Zudem bietet man im Zweitbetrieb Service inklusive Karosserie und Lack für alle Marken.

Gerade im Hinblick auf die anstehenden Stellantis-Kündigungen bange viele Händler um ihre Existenz. Der Verlust des Händlervertrags muss aber nicht das Ende des Betriebs bedeuten. Es gibt verschiedene Möglichkeiten, sich neu aufzustellen. Die Übernahme eines neuen Fabrikats ist eine davon. Zak-

lina und Rüdiger Koch sind allerdings vor zwei Jahren freiwillig aus dem VW-Händlervertrag ausgestiegen und verkaufen seitdem erfolgreich vor allem EU-Importe der VW-Konzernmarken, die unter anderem von TOHA geliefert werden (siehe Interview), und bieten Service inklusive Karosserie und Lack (im Zweitbetrieb) für alle Marken. Um das Vertrauen der Kunden nicht zu verlieren und um neue zu gewinnen, wurde klar kommuniziert, dass man jetzt im Vertrieb herstellerunabhängig sei, dennoch aber fünf Marken im Programm habe („Fünf Marken unter einem Dach“). Der Service wird für die Marken Audi, Seat, Skoda, VW und VW Nutzfahrzeuge wie gewohnt abgewickelt. „Gerade darauf kommt es vielen Kunden bekanntlich an“, sagt Koch und weiter: „Wenn jetzt ein Kunde ins Haus kommt, kann ich ihm beispielsweise nicht

nur den T-Roc, sondern auch die vergleichbaren Modelle von Audi, Seat und Skoda präsentieren.“ Früher sei man frustriert gewesen, wenn der Interessent zur hausinternen Konkurrenz abgewandert ist, jetzt würde er bei Koch arbeiten.

Fünfte Generation

Das Autohaus in Oberursel wird inzwischen in der fünften Generation geführt. Nach einer Ausbildung als Kfz-Meister, dem Besuch der BFC (Bundesfachschule für Betriebswirtschaft im Kraftfahrzeuggewerbe damals noch in Calw) hat sich Rüdiger Koch für ein Studium an der Northwood University, Westpalmbeach, entschieden und mit dem Bachelor abgeschlossen. Seinen Master machte er dann an der National University of California, San Diego. Im Jahr 2000 ist der 46-Jährige dann in den elterlichen Betrieb eingestiegen, wurde 2013 Geschäftsführer und hat das Autohaus gemeinsam mit seiner Frau 2013 von seinem Vater Gerhard übernommen. Die Geschichte des Autohauses ist typisch für die noch existierenden „VAG-Betriebe“. Ursprünglich wurden VW- und Audi-Neuwagen verkauft. Die Markentrennung im Jahr 2000 führte zum Verlust des Audi-Vertriebsvertrags. Es konnte nur noch vermittelt werden. Dann ging es bis Ende 2019 mit Volkswagen weiter. „Wir haben uns bewusst für die Vertragsauflösung mit VW entschieden, weil unsere Vorstellungen nicht mehr kompatibel waren“, sagt der Autohändler. So konnten beispielsweise viele Erstausstattungsmodelle nur mit hohem Verlust verkauft werden.

Fotos: Ralph M. Meunzel / Autohaus Koch (Screenshots)



Zaklina und Rüdiger Koch mit Toni Donnerbauer (links), Geschäftsführer der TOHA Automobil-Vertriebs GmbH, Hinterschmiding

2020 habe man dann den Schalter umgelegt. Der Unternehmer gibt zu, dass man ursprünglich mit dem Verkauf von EU-Neuwagen nicht so viel Erfahrung hatte. „Inzwischen läuft das Geschäft mit unserem erstklassigen Einkaufs- und Verkaufsteam und der Unterstützung der Lieferanten hervorragend. Bei deutlich geringeren Kosten“, wie Rüdiger Koch betont. 2020 wurden insgesamt 400 Fahrzeuge verkauft oder vermittelt. Die betriebswirtschaftlichen Kennzahlen sind mehr als akzeptabel. So hat man zwölf Millionen Umsatz und eine Rendite von drei Prozent erreicht. In beiden Betrieben in Oberursel werden 70 Mitarbeitern beschäftigt.

Akzeptanz hat zugenommen

Im Interview erklärt Toni Donnerbauer, Geschäftsführer der EU-Importgesellschaft TOHA und Lieferant von Zaklina und Rüdiger Koch, das Geschäft.

AH: Wie haben sich die EU-Importe in den zurückliegenden Jahren entwickelt?

T. Donnerbauer: Bei Endkunden hat die Akzeptanz von EU-Fahrzeugen erheblich zugenommen. Für uns bedeutet dies, dass wir seit Jahren eine wachsende Nachfrage nach EU-Fahrzeugen verzeichnen können. Mit unserem Konfigurator verkaufen wir inzwischen deutlich mehr individuell konfigurierte Bestellfahrzeuge als Lagerfahrzeuge. Mittlerweile registrieren wir aber jetzt wieder eine

starke Nachfrage nach Wunschbestellungen, da der Handel gemerkt hat, dass vergleichbare Lagerfahrzeuge von vielen Wettbewerbern angeboten werden und daher auf der Ertragsseite deutlich weniger lukrativ sind. Zudem ist es leichter, dem Kunden ein Auto zu verkaufen, welches er möchte, als eines, das auf dem Hof steht. Eine überdurchschnittliche Steigerung konnten wir dabei im Bereich der leichten Nutzfahrzeuge verzeichnen.

AH: Sie verkaufen Ihre Fahrzeuge an unterschiedliche Händler und sehen sich zunehmend als Alternative für Händler ohne Vertrag?

T. Donnerbauer: Als wir vor über 30 Jahren mit dem EU-Fahrzeughandel begonnen haben, haben wir schnell gelernt, dass man auf einem Bein schlecht steht. Vor diesem Hintergrund haben wir entschieden, unser Lieferanten-Netzwerk auf die gesamte EU auszuweiten. Dafür haben wir einen EU-Fahrzeug-Konfigurator entwickelt, um das Angebot für die Händler leichter zugänglich zu machen. Unsere Vision ist, bezahlbare Lösungen aus einer Hand zu bieten, die auf die Bedürfnisse des freien Handels zugeschnitten sind. Die Dienstleistungen haben wir deshalb modular aufgebaut, so dass wir sie einfach an die Anforderungen der Händler anpassen können.

AH: Vertragshändler sind umfassende Betreuung durch ihren früheren Lieferanten gewohnt. Welche Unterstützung stellen Sie zur Verfügung?

T. Donnerbauer: Den Händlern steht das gesamte TOHA Team nebst einem Partner-Netzwerk zur Verfügung. Unsere Verkaufs-Berater etwa unterstützen jederzeit bei Auswahl und Konfiguration der Fahrzeuge. Ein wesentlicher Mehrwert für die Händler ist zudem die anonymisierte Auswertung der Daten aus dem Fahrzeug-Konfigurator. Diese zeigen, welche Fahrzeuge und Ausstattungen Kunden aktuell suchen. Unser Marketing sorgt außerdem dafür, dass die Händler immer mit Angeboten versorgt werden, und unsere Disposition steht als Ansprechpartner für alle Themen rund um den Service zur Verfügung.

AH: Vielen Dank für das Gespräch!



Um das Vertrauen der Kunden nicht zu verlieren und um neue zu gewinnen, hat Koch klar kommuniziert, dass man herstellerunabhängig sei, dennoch aber fünf Marken im Programm habe.