

eilbote

Das Magazin
für das Landmaschinenwesen



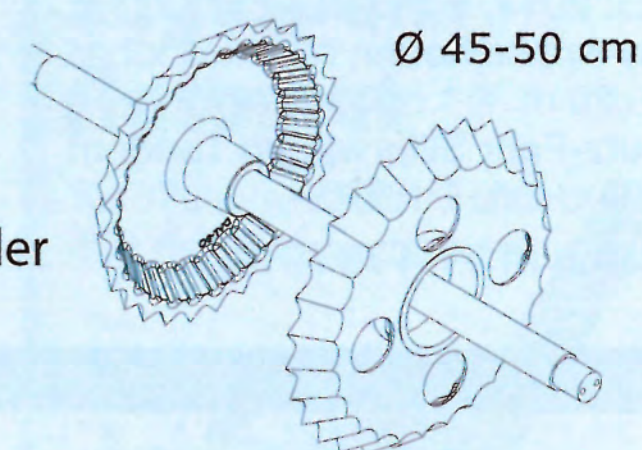
20 Jahre
DAL-BO Deutschland
Unsere Frühjahrs-Neuheiten 2015



MaxiRoll Greenline 300

Komplettgerät für die schlagkräftige Grünlandpflege, Zwischenfruchtsaat und Zünslerbekämpfung

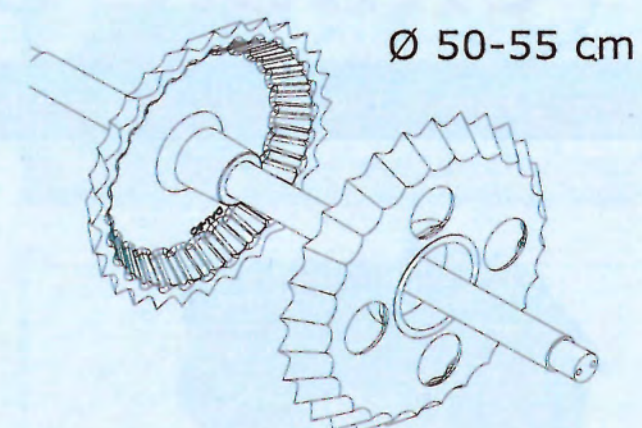
- CrossCombi-Ringe oder wasserbefüllbarer Stahlzylinder
- Striegel mit Maulwurfschiene oder Crackerboard
- pneumatische Exakt-Sätechnik mit Pralltellern



MaxiRoll mit Messerwalze

Rapsstoppelbearbeitung, Zünslerbekämpfung und Zwischenfruchtbearbeitung mit gleichzeitiger Saatbettbereitung - effizient und schnell!!

- ca. 10ha/ h Flächenleistung bei minimalem Dieselverbrauch
- mind. 3.000ha Standzeit der Messer
- CrossCombi-Ringe und über 5t Gewicht



Frontflex

- Gelenkter Kombibock für Front- und Heck
- Crackerboard oder 2-reihiges Eggenfeld
- CrossCombi-, Cambridge- oder Crosskill-Ringe
- Arbeitsbreiten von 1,5 - 3,0m



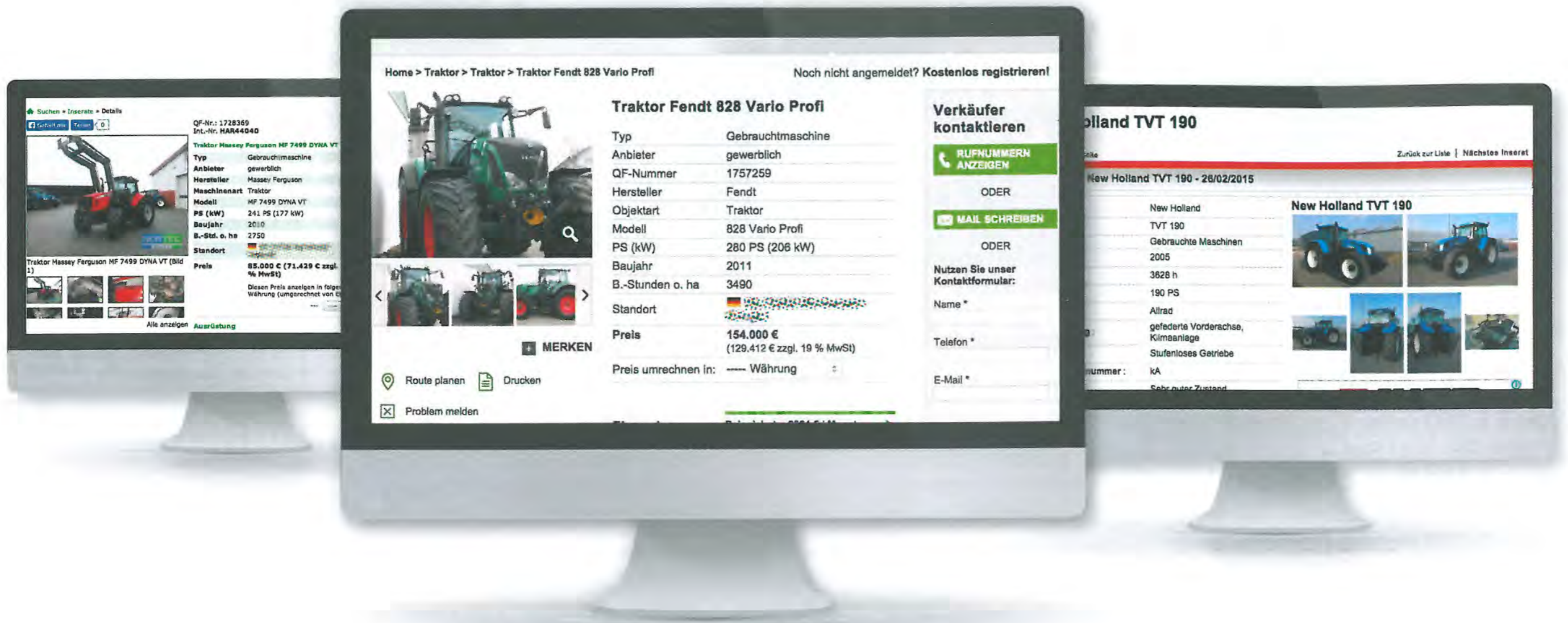
Fragen Sie nach unseren Jubiläumsrabatten!!

Ab sofort alle Walzen bis 18,3m mit 50 oder 55cm CrossCombi-Ringen!!

Verkauf Nord | Kurt Blunk
Tlf.: +49 151 43129507
E-mail: kb@dal-bo.dk

Service | Till Heitmann
Tlf.: +49 151 5062 8418
E-mail: th@dal-bo.dk

Verkaufsleiter | Elmar Reuter
Tlf.: +49 171 800 9437
E-mail: er@dal-bo.dk



Im ersten Teil unserer Serie haben wir die Vorbereitung der Maschine erläutert, vom Festsetzen des richtigen Preises über die Aufbereitung und Reparatur bis hin zum Erstellen der Fotos.

Im zweiten Teil geht es darum, die Maschine im Internet ansprechend anzubieten. Dabei sollten Sie beachten:

4. Das richtige Portal wählen,
5. die Maschine ansprechend beschreiben,
6. den Verkauf organisieren,
7. Ladhüter vermeiden,
8. sich vor Betrügnern in Acht nehmen.

4 Das richtige Portal wählen

Heute gibt es zum Verkauf von Landmaschinen weit mehr als zehn verschiedene Gebrauchtmashinenportale. Sie unterscheiden sich in mehreren Merkmalen zum Teil recht deutlich:

- die Reichweite: Die Zahl der angebotenen Maschinen pro Portal reicht von 2000 bis über 80.000. Mit der Wahl des Portals legen Sie also fest, wie viele potenzielle Kunden Sie erreichen. Das betrifft nicht nur die Besucher, die bewusst auf die Seite gehen. Je größer ein Portal bezüglich der Angebotsmenge ist, desto mehr Suchmaschinentreffer entstehen, wodurch wiederum mehr Interessenten auf dieses Portal geführt werden.
- die Region: einige Portale sind eher im Norden, andere im Süden oder Osten stärker vertreten. Das spielt beim Alter, aber auch bei der Leistungsklasse der Maschine eine entscheidende Rolle.

- die Art der Maschinen: Haben Sie einen Forstschlepper, sollte das Portal auch entsprechende im Programm bzw. als Kanal für den Kauf oder Verkauf derartiger Maschinen einen Namen haben. Es gibt einige Börsen, die gerade bei Forstmaschinen stärker sind.

- Auch sollte es in dem Portal eine Produktgruppe für Ihre Maschinenkategorie geben. Wenn Sie beispielsweise eine Rundballenpresse anbieten wollen, sollte das Portal dazu auch eine eigene Kategorie oder Unterkategorie besitzen.

Vergessen Sie bei der Wahl der Portale nicht die Relevanz Ihrer eigenen Homepage, denn mit keinem anderen System sind Sie so nahe an der Kundschaft aus Ihrem Vertriebsgebiet und stehen in einem so geringen Wettbewerb mit anderen Anbietern.

Es ist wenig sinnvoll, eine Maschine in einer Region zu inserieren, wo sie gar nicht eingesetzt wird. Daher sollten Sie Portale auswählen, die in bestimmten Regionen aktiver bzw. präsenter sind. Beispiel Kartoffelroder: Kartoffelroder können vielfach in Abhängigkeit zu ihrer Ausstattung nur in speziellen Gebieten eingesetzt werden. Wollen Sie davon eine Maschine erfolgreich verkaufen, müssen Sie auch die entsprechenden Kunden aus dieser Region ansprechen.

Wenn Sie dagegen bewusst eine Maschine für den Export anbieten wollen (beispielsweise als „Kanonenfutter“ für den Ersteinsatz in Ostblockländern, siehe Teil 1 der Serie), dann sind ausländische Portale interessanter. Auch wenn professio-

Gebrauchtmashinenvermarktung

Der Weg in da

Im zweiten Teil unserer Serie erklärt Autor Pierre Büttner von Farmpartner-Tec, wie Sie die Maschine richtig inserieren. Hierbei kommt es auf die Wahl des Portals und die richtige Beschreibung an, damit Kunden an Ihrem Angebot hängen bleiben.



nelle ausländische Einkäufer und umtriebige ausländische Landwirte zumeist auf den großen deutschen Gebrauchtmashinen-Plattformen recherchieren, erhöht dies Ihre Reichweite bedeutend.

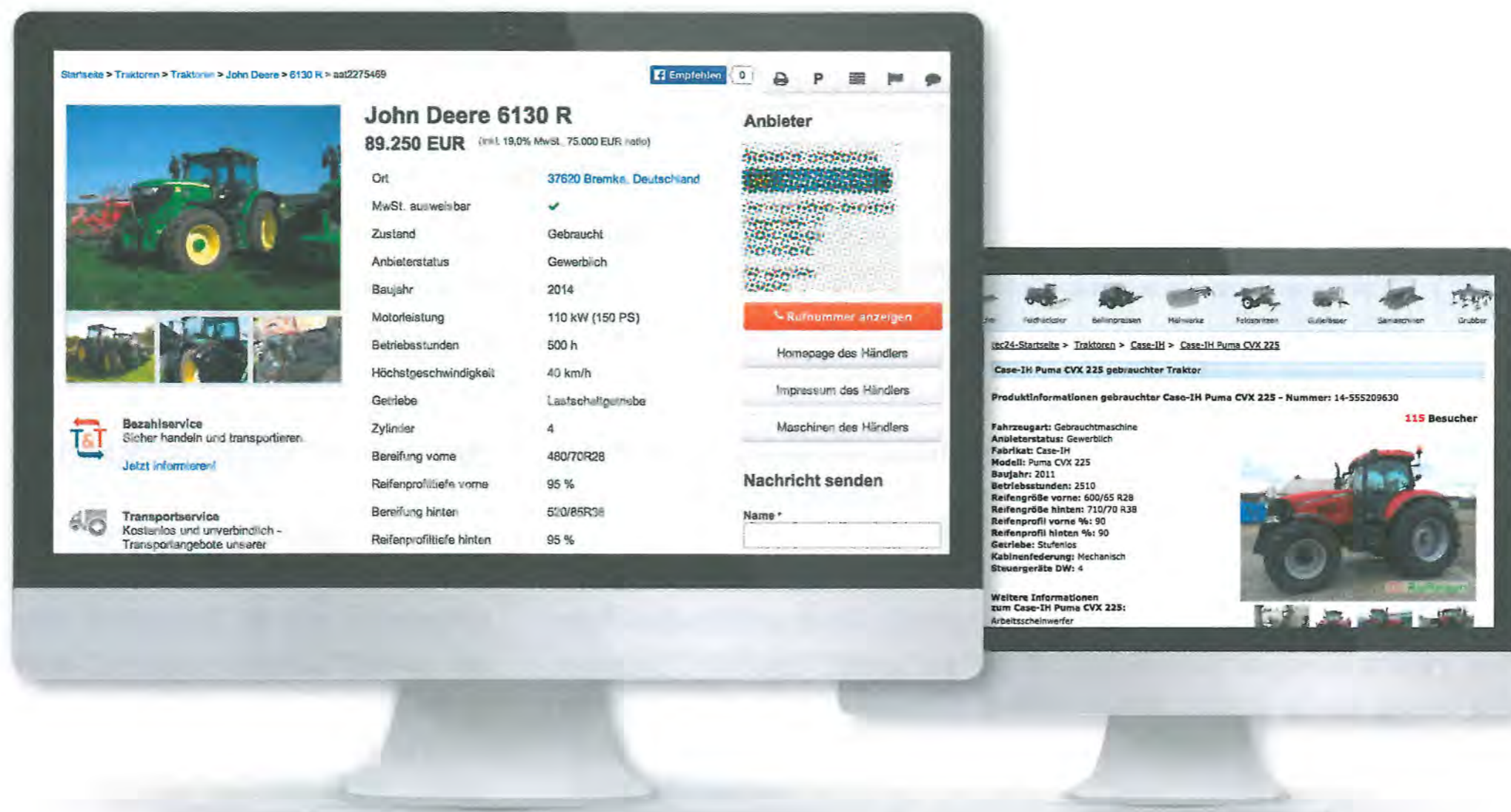
Es gibt beispielsweise spezielle Portale für die Ukraine, Russland oder auch Asien.

5 Die Maschine ansprechend beschreiben

Haben Sie sich für ein Portal entschieden und wollen Sie die Maschine dort anbieten, ist die richtige Beschreibung der nächste wichtige Schritt.

Nutzen Sie dabei alle der vom Portal angebotenen Textfelder. Denn diese sind für die Suche eines Kunden entscheidend. Lassen Sie beispielsweise einen Haken oder das Feld „Kabine“ aus, würde ein potenzieller Käufer bei den Suchparametern „Traktor, Kabine, Frontlader“ Ihre Maschine nicht finden – auch dann, wenn Ihre Maschine herstellereitig ausschließlich mit Kabine verkauft wurde!

Mit Ihrer Beschreibung machen Sie die Unterschiede zu anderen Maschinen des gleichen Typs deutlich. Merkmale sind Ausstattung, Abnutzung, Betriebsstunden, Zustand der



as Netz



Bereifung, Art und Leistung des Motors usw.

In jedem Portal gibt es außerdem ein Freitextfeld, das von der Suchfunktion nicht erfasst wird. In diesem Feld können Sie über die Standardbeschreibung hinausgehen und einen eigenen individuellen Text verfassen. Der Text soll – wie bei einer Werbebotschaft – auf individuelle, sympathische Art die Besonderheiten der Maschine hervorheben, darf aber nicht zu lang sein. Sie müssen bedenken: Der Landwirt liest vielleicht 20 oder 30 Angebote an einem Abend zu der gewünschten Maschine. Mit diesem Text haben Sie die Chance, dass ihm Ihr Angebot im Gedächtnis bleibt.

Bei der Beschreibung müssen Sie sich immer in die Lage des Landwirtes versetzen: Welche Eigenschaften könnten ihn interessieren? Vermeiden Sie dabei Fachausdrücke, die der Hersteller definiert hat und die nur eingeweihte Fachleute verstehen. Sie müssen auch nicht alle Details im Einzelnen beschreiben.

Zeigen Sie dem Kunden darüber hinaus auch auf, wie er sich die Maschine nach Hause liefern lassen kann. Denn häufig interessieren sich potenzielle Käufer nicht mehr für ein Angebot, wenn Sie das Gefühl haben, es sei zu weit weg. Bieten Sie Unterstützung bei der Logistik, wird das für ihn vielleicht wieder interessant.

6 Den Verkauf organisieren

Ist Ihre Maschine online, müssen Sie ab sofort mit Nachfragen von Kunden rechnen. Daher sollten Sie schon im Vorfeld genau festlegen, wer in Ihrem Unternehmen die Anfragen entgegennimmt. Denn dann müssen Sie eine entsprechende Telefonnummer für Rückfragen hinterlegen. Hierbei gibt es grundsätzlich zwei Möglichkeiten:

- Jeder Mitarbeiter bei Ihnen besitzt die nötigen Informationen der Maschine. Dann reicht es aus, wenn man eine zentrale Nummer für Rückfragen bzw. für Kaufinteressenten bekannt gibt.
- Nur ein Teil der Verkäufer ist über die Details der jeweiligen Maschine informiert, z.B. da er diese selbst in Zahlung genommen hat. In diesem Fall sollten Sie ausschließlich den Kontakt dieser Verkäufer angeben. Um das Vertrauensverhältnis zum Kunden aufzubauen, sollten Sie darüber hinaus nicht nur die Kontaktdaten des Mitarbeiters im Maschinenangebot hinterlegen, sondern auch ein Foto von ihm. Dann hat der Kunde zur Telefonnummer auch gleich ein Bild.

Egal, wie sie die Kontaktmöglichkeiten gestalten: Vermeiden Sie, dass ein Kunde erst durch

mehrere Instanzen durchgereicht wird, bevor er an die für ihn wichtigen Informationen gelangt. Genauso falsch wäre es, wenn der Kunde mit „Der Kollege ist nicht am Platz/krank/in der Mittagspause“ abgewimmelt wird. Denn die Gefahr ist groß, dass er kein zweites Mal anruft und ein anderes Angebot wählt. Ist der zuständige Mitarbeiter nicht anwesend, sollte er eine Vertretung bestimmen, an die der Kunde gleich gelangt (mit Rufumleitung oder ähnlichem) und Kontaktaufnahmen an diese Vertretungsperson einrichten.

Darüber hinaus müssen Sie ein System etablieren, wie Sie Ihren Maschinenbestand im Internet verwalten. Nutzen Sie nur eine Gebrauchtmachinesbörse, ist das noch relativ einfach, aber auch bereits hier gibt es Optimierungspotential durch Synergieeffekte. Kompliziert wird es dagegen, wenn Sie Maschinen auf mehreren Vermarktungsportalen anbieten. Dabei sollten Sie einen zentralen Datenbestand aufbauen, über den Sie alle Angebote im Blick behalten. Am einfachsten geht das über Ihr Warenwirtschaftssystem. Denn darin haben Sie ohnehin schon einen Teil der Daten erfasst. Sie müssen dann nur noch die Daten ergänzen, die Sie für den Gebrauchtmachinesverkauf angeben. Vorteil: Sie können neben den Werbeanzeigen in den Gebrauchtmachinesportalen aus dem Warenwirtschaftssystem dann auch

Fortsetzung Seite 8

Kooperationen können helfen

Damit Sie die Chancen einer erfolgreichen Vermarktung erhöhen, ist die Kooperation mit anderen Händlern äußerst interessant. Nehmen wir an, Sie sind beispielsweise Vertreter einer grünen Traktormarke und ein Käufer gibt Ihnen einen hochwertigen blauen Traktor in Zahlung.

In diesem Fall ist es schwierig, einen After Sales-Umsatz im Nachhinein zu erwirtschaften – anders als bei einer Gebrauchtmachine der Marke Ihres Zulieferers. Denn der Käufer der Fremdmарke wird den Service häufig beim offiziellen Fachhändler des Herstellers vornehmen lassen.

Zudem werden potenzielle Käufer dieser Fremdmарke nicht zuerst bei Ihnen nach einer Maschine dieser Marke suchen. Mehr Erfolg könnte hingegen eine Kooperation mit einem, aus einer anderen Region stammenden Händler dieses Fremd-Fabrikats versprechen (es muss ja nicht der Händler um die Ecke sein, weil Sie nicht Ihren direkten Mitbewer-

ber stärken wollen). Mit dem Kooperationspartner könnten Sie Tauschgeschäfte durchführen: Er liefert Ihnen Maschinen der Fabrikate, die Sie vertreten, und umgekehrt. Es gibt einige Beispiele in der Praxis, wo dieses Vorgehen für beide Händler von Vorteil ist und zum Erfolg führt. Denn zusätzlich zum Maschinenverkauf haben Sie weitere Einnahmen über Werkstattdienstleistungen und Ersatzteilverkauf.

Ebenso können Sie für exportgeeignete Maschinen Kooperationen mit ausländischen Händlern Ihres Lieferanten vereinbaren. Der ausländische Kollege fungiert in diesem Fall als Vermittler für Kunden vor Ort. Gerade in Asien, wo der Gebrauch von Internetbörsen nicht so fortgeschritten ist, hilft das beim Absatz, da die Kunden eher ihrem Händler vor Ort vertrauen als einem ausländischen.



Fortsetzung von Seite 7

ein professionelles und rechtlich einwandfreies Angebot für einen Kunden erstellen, der sich für eine Maschine aus Ihrem Bestand interessiert. Ebenso stehen Ihnen die Daten im Rahmen der Rechnungslegung und im Fall von Inzahlungnahmen zur Verfügung und brauchen nicht gesondert gepflegt zu werden.

Ein weiterer Vorteil: Wenn die Maschine im Warenwirtschaftssystem geführt wird, kann auch nach dem Verkauf (der automatisiert eine Entfernung aus dem Bestand in den Börsen mit sich zieht) jeder Mitarbeiter aus dem Verkauf oder der Werkstatt darauf zurückgreifen. Das ist beispielsweise für den Service in-

das Angebot komplett aus dem Portal löschen und gänzlich neu inserieren. Berücksichtigen Sie hierbei, dass Sie ein paar Tage dazwischen verstreichen lassen, denn wenn Sie es sofort wieder mit neuen Parametern hochladen, zeigt das Portal es unter Umständen nicht als neues Angebot an. Aber gerade das ist wichtig: Denn die meisten der Börsen definieren die Anzeigen leider nicht als Angebote, sondern als Maschinen und be-

rücksichtigen Änderungen in den Parametern somit nicht als die Abgabe eines neuen Angebotes. Aber gerade auf Grund der zumeist durchgeführten Sortierung nach Aktualität (neue erscheinen also weiter oben) wäre dies für Verkäufer und Käufer hilfreich.

Neben einem neuen, aktuellen Foto (anderes Motiv, anderer Hintergrund) müssen Sie auch Angaben wie z.B. die Modellbezeichnung so verändern oder ergänzen, dass sie als neue Anzeige gewertet werden können. Auch sollten Sie natürlich den Preis nach unten korrigieren oder neue Angaben machen, wenn sich der Zustand der Maschine verändert hat (neue Reifen oder mehr Betriebsstunden, wenn die Maschine z.B. zwischenzeitlich in der Vermietung lief).



teressant. Bei der Verknüpfung von Warenwirtschaftssystem und Gebrauchtmachinesbörse hilft die für Händler kostenfreie Dienstleistung von Farmpartner-Tec (www.farmpartner-tec.de). Sie sorgt auch dafür, dass die Maschine in mehreren Portalen gleichzeitig erscheint und automatisch aktualisiert bzw. gelöscht wird. Auch die Definition, dass bestimmte Maschinen lediglich auf einen bewusst selektiertem Teil der genutzten Portale

erscheinen, ist möglich. Neben dieser Dienstleistung besteht auch die Möglichkeit, die Angebote automatisiert auf die eigene Homepage, in eine Händler-App oder auf einen großen Monitor bzw. Touchscreen-Monitor in Ihrer Niederlassung zu übertragen und in einer Schleife durchlaufen zu lassen. Wenn der Monitor beispielsweise im Wartebereich hängt, können Sie auch dort Kunden für die Angebote interessieren.

7 Ladenhüter vermeiden

Wenn Sie alles richtig gemacht haben, sollte eine Maschine in einem Zeitraum von bis zu 90 Tagen, maximal aber nach 140 Tagen verkauft sein. Ist das nicht der Fall, hakt es irgendwo: Entweder war der Preis zu hoch, die Beschreibung nicht ansprechend, die Jahreszeit nicht richtig oder auch das Portal falsch gewählt. In so einem Fall sollten Sie nach 140 Tagen

Neben der Veränderung in der Börse sollten Sie die Maschine auch in Ihrem Fuhrpark umstellen. Denn es gibt ja nicht nur Online-Interessenten, sondern auch Besucher, die Ladenhüter schnell an ihrer Position auf dem Platz erkennen. Wenn sich ein Käufer für Ihre Maschine gefunden hat, haben Sie das Geschäft immer noch nicht in trockenen Tüchern. Denn jetzt geht es um die Bezahlung.

8 Sich vor Betrügern in Acht nehmen

Hier gibt es leider auch kriminelle Energien. Eine Betrugsmasche ist beispielsweise, dass ein Käufer (vor allem aus dem Ausland) Ihnen einen Scheck mit einer großzügigen Summe schickt und Sie bittet, davon die Kosten für die Maschine, für Zoll und Transport usw. abzuziehen und dann den Rest an das angegebene Konto zurück zu überweisen. Meist stellen Sie in diesen Fällen erst später fest, dass die Schecks nicht gedeckt sind oder sich die Betrüger den Betrag zurückgeholt haben. Vorsicht gilt bei Überweisungen ins Ausland über Western Union. Denn diese Zahlungen lassen sich nicht zurückverfolgen. Wenn Sie die Maschine verschicken und das Geld überweisen, sind Sie beides los.

Ein gängiger und sicherer Weg hingegen ist, dass der Fahrer der Spedition das Geld kassiert und dieses Ihnen nachfolgend gutgeschrieben wird. Internetportale und Speditionen bieten auch gemeinsam das Verfahren „Trust & Trade“ an. Dabei überweist der Käufer das Geld nicht direkt an den Verkäufer, sondern an ein neutrales Konto. Ist die Maschine ausgeliefert, überweist der Treuhänder den Betrag an den Verkäufer.

Pierre Büttner



Der Autor

Pierre Büttner leitet den Bereich „Webservices“ bei der Farmpartner-Tec GmbH. Farmpartner ist ein herstellernabhängiger Dienstleister mit Sitz in Schwäbisch Gmünd, der die Warenwirtschaftsdaten des Landmaschinenhändlers mit den Systemen der vornehmlich landtechnischen Gebrauchtmachinesbörsen, der händler-eigenen Homepage sowie den Systemen der Maschinenhersteller vereint, um die Vermarktung von Maschinen und Ersatzteilen zu verbessern und die Reichweite der Homepage des Händlers zu verbessern (www.farmpartner-tec.com).



Pierre Büttner.

Privat