



Sie lächeln darüber hinweg,
aber der aktuelle Verkaufsprozess
ist für Verkäufer und Kunden
eine absolute Zumutung!

BÜROKRATISCHER AUFWAND

Ein Verkaufsvorgang – 30 Kundenunterschriften!

Der Teufel steckt wie so oft im Detail. 30 Kundenunterschriften bei einem Verkaufsvorgang schreien dringlich nach Vereinfachung. Die Digitalisierung macht es möglich! Wer legt die Lösung vor?

Man staunt, wie viele Unterschriften ein Verkaufsprozess umfassen kann, vom Erstkontakt bis zur Fahrzeugauslieferung. Es können 30 werden. Nochmals, 30 individuell zu leistende Kundenunterschriften, um eine rechtlich wasserdichte Kunden- und Fahr-

zeugakte komplett zu erstellen. Ein Unding! Und wenn da eine fehlt, kann das unliebsame Folgen haben. Nachstehend sind die einzelnen Schritte aufgezeigt und dokumentieren die völlig überzogene Komplexität des Verkaufsprozesses im Automobilhandel. Wundert es einen, dass

Seiteneinsteiger hier digital unterwegs sind und für disruptive Wirkung sorgen werden?

Datenschutzerklärung

Gehen wir von der klassischen Kontaktaufnahme im Autohaus aus, so erfasst der

Verkäufer beim Erstkontakt die Daten des Interessenten im Kundenkontaktprogramm (Verkäuferarbeitsplatz) und lässt ihn im Nachgang eine Datenschutzerklärung unterschreiben. Diese bildet die Basis und legitimiert jegliche weitere Kommunikation inklusive deren Mittel zwischen dem Interessenten und dem Autohaus sowie dessen Herstellermarke(n).

Probefahrt

Nach der Bedarfsermittlung und Angebotserstellung folgt nunmehr eine Probefahrt mit dem Wunschfahrzeug. Die dazu notwendige Vereinbarung ist wiederum vom Interessenten insgesamt dreimal zu unterschreiben. Zunächst werden die geltenden Rahmenbedingungen (Fahrzeugdaten, Versicherung, etc.) durch Unterschrift bestätigt. Ferner sind die Fahrzeugübernahme und die anschließende Rücknahme zu unterschreiben.

Kaufvertrag

Kommen wir in die Phase des Verkaufsabschlusses, ist die Fahrzeugbestellung (Kaufvertrag) zweimal zu unterschreiben. Der neu gewonnene Kunde bestätigt die

» 30 individuell zu leistende Kundenunterschriften, um eine rechtlich wasserdichte Kunden- und Fahrzeugakte zu erstellen – ein Unding! «

Konfiguration des Fahrzeugs und den Erhalt einer Kopie der Bestellung inklusive AGB. Ferner ist ein (De-)Aktivierungsantrag für digitale Services (eCall etc.) inklusive geltender Datenschutzbestimmungen zu unterschreiben. Entscheidet sich der Kunde darüber hinaus, das neue Fahrzeug zu finanzieren bzw. zu leasen, folgt eine Flut an weiteren Dokumenten und Unterschriften.

Finanzierungsvertrag

Die Abwicklung eines Geschäfts über eine Bank erhöht die Komplexität um ein Vielfaches, da der Finanzierungs-/Leasingvertrag meist in drei Ausfertigungen (Kunde, Händler, Bank) zur Verfügung gestellt wird. Im Einzelnen hat der Kunde jeweils die Einwilligung zur Selbstauskunft, das Lastschriftmandat für die monatlichen Raten, das Einverständnis zum Vertrag

und den geltenden Bestimmungen sowie ggf. die Einwilligung zur Kontaktaufnahme durch die Bank zu werblichen Zwecken zu unterschreiben. Ferner muss der Kunde den Erhalt der Vertragsbestätigung und die Informationen zur Darlehensvermittlung durch den Händler abzeichnen.

GW-Verträge

Ist der Kunde Eigentümer eines Gebrauchtfahrzeugs, das in Zahlung gegeben wird, gilt es weitere Unterschriften zu leisten. Zum einen bestätigt der Kunde den

» Wundert es einen, dass Seiteneinsteiger hier digital unterwegs sind und für disruptive Wirkung sorgen werden? «

wahrheitsgemäßen Zustand des Fahrzeugs auf dem Bewertungsbogen. Zum anderen wird ein Vertrag über den Ankauf zwischen dem Kunden als Verkäufer und dem Händler als Käufer geschlossen.

Fahrzeugzulassung

Nähert man sich der Auslieferung und der damit verbundenen Zulassung, wird der Kunde wiederum zur Unterschrift gebeten. Eine erfolgreiche Zulassung bedingt die Unterzeichnung des Lastschriftman-

KURZFASSUNG

Ein Interessent heißt Interessent, weil er Interesse am Kauf eines Fahrzeugs bekundet hat. Trotzdem muss ihn der Verkäufer wieder und wieder um Unterschriften bitten, um allem Möglichen zuzustimmen. Für beide Seiten eine Zumutung.

dats für die Kfz-Steuer und eine Vollmacht für den Händler, der diesen Vorgang als Dienstleister abwickelt. Bei der eigentlichen Auslieferung werden die übergebenen Dinge (Fahrzeug, Zubehör etc.) und Sonstiges in einer Empfangsbestätigung festgehalten und durch beide Parteien (Auslieferer und Kunde) unterschrieben.

Nachbetreuung

Lassen wir die Nachbetreuungsphase außer Acht und schließen den Verkaufsprozess an dieser Stelle ab, so waren insgesamt über 30 Kundenunterschriften notwendig, um das Geschäft nach den geltenden Regeln ordentlich abzubilden.

Die Lösung in der Fantasie sollte so aussehen: Der Kunde leistet elektronisch auf dem Deckblatt eine Unterschrift, der Rest ist als Anlage beigefügt und über die Deckblattunterschrift abgedeckt. Wer macht sich an die Lösung? Diese wäre viel wichtiger, als Mauern im Mehrmarkenhandel in einem Verkaufsraum einzuziehen!

Prof. Hannes Brachatz ■

HEUTE NOTWENDIGE UNTERSCHRIFTEN IM VERKAUFSPROZESS

Verkaufsphase / Dokument		Anzahl der Unterschriften
Kundendaten	Datenschutzerklärung	1
Probefahrt	Vereinbarung	3
Bestellung	Kaufvertrag	2
	Connected Drive Antrag	1
Finanzierung	Bank	5
	Händler	5
	Kunde	5
	Darlehensvermittlung	1
Vertragsbestätigung	Bank	1
	Händler	1
Ankauf GW	Bewertung	1
	Ankaufvertrag	2
Zulassung	Vollmacht	1
	SEPA Kfz-Steuer	2
Auslieferung	Übergabebestätigung	1
	Kundenzufriedenheitsbefragung	1

Die Lösung sollte sein: Eine elektronische Deckblatt-Unterschrift, der Rest als Anlage!