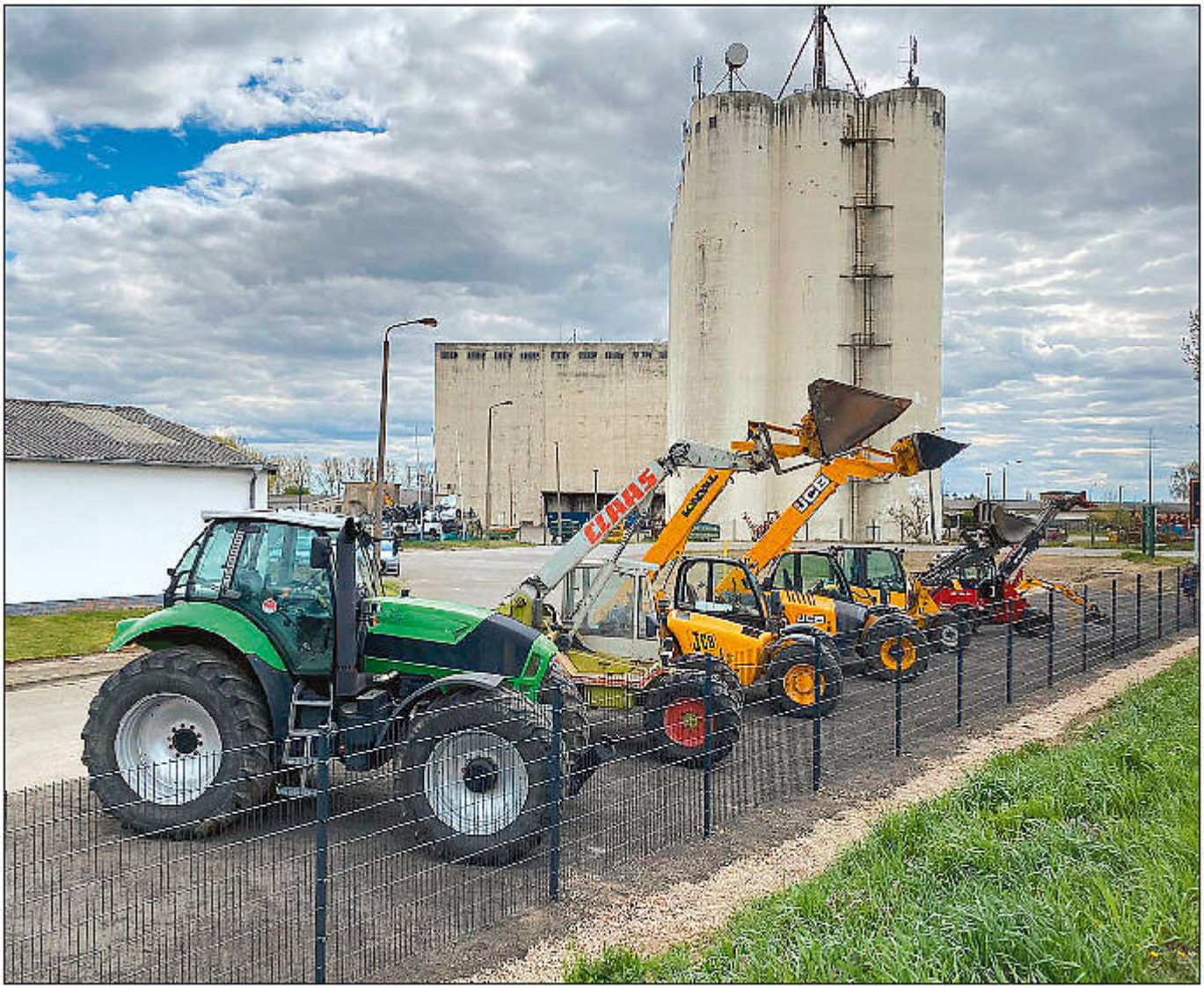
FOKUS GEBRAUCHTE – AgriNuBa

Digital durch die Corona-Zeit

Junger Gebrauchtmaschinenhandel trotzt der Krise – Soziale Netzwerke und digitale Tools ermöglichen persönlichen Kundenkontakt – Virus drückt Nachfrage im Ausland – Größeres Interesse im Inland für Gebrauchte



© *AgriNuBa*

AgriNuBa hat sich auf die Vermarktung gebrauchter Landtechnik, Baumaschinen und Nutzfahrzeuge spezialisiert.

Die Corona-Krise geht auch am Gebrauchtmaschinenhandel nicht spurlos vorbei. Reisen und Kundenbesuche sind kaum mehr möglich, wichtige Termine müssen abgesagt werden und die meisten Außengrenzen sind für Autofahrer dicht.

Gründung im Oktober

Eine solch extreme Situation hatte Jungunternehmer Alexander Mertens sicher nicht auf dem Schirm, als er im vergangenen Jahr einen detaillierten Businessplan erstellte. Sein Ziel war es, im Gebrauchtmaschinenhandel den Schritt in die Selbstständigkeit zu wagen.

Im Oktober letzten Jahres war es soweit, dass er mit seinem neu gegründeten Gebrauchtmaschinenhandel „AgriNuBa“ in Prenzlau, Uckermark, starten konnte. Der einprägsame Firmenname leitet sich von den Wörtern Agritechnik sowie Nutzfahrzeuge und Baumaschinen ab – den Hauptproduktgruppen des jungen Unternehmens.

Mit dem nötigen Fach- und Branchenwissen war Mertens bereits ausgestattet, schließlich hatte er zuvor 15 Jahre im privaten Gebrauchtmaschinenhandel gearbeitet. Nun wollte er die Chance nutzen, einen eigenen Betrieb nach seinen eigenen Vorstellungen völlig neu aufzubauen. Verkauft werden in erster Linie Traktoren und Mähdrescher, ebenso wie Teleskoplader. „Wir machen aber auch Bodenbearbeitungsgeräte und kleine Landtechnik wie Dreischarpflüge“, berichtet Mertens. „Als One-Man-Show“ gegründet, ist das AgriNuBa-Team mittlerweile schon zu dritt. Seit Oktober sei der Umsatz kontinuierlich gewachsen und damit die Anlaufphase gut gelaufen. Wichtigste Erfolgsfaktoren sind für Mertens zufriedene Kunden und ein hoher Umschlagsfaktor. „Wir versuchen, den Maschinenbestand schnell zu drehen und unsere Maschinen nach Möglichkeit nicht länger als 14 Tage auf dem Platz zu halten.“

Gute Anbindung

Das erwirtschaftete Geld investiert er gleich wieder in neue Gebrauchte, aber auch in den Prenzlauer Unternehmensstandort, wo die Ausstellungsfläche und das Bürogebäude nach und nach weiter modernisiert werden sollen.

Der AgriNuBa-Stützpunkt, an dem sich die Gebrauchten präsentieren, ist geografisch günstig gelegen. Er befindet sich zentral zwischen den Autobahnen A20 und A11 mit guter Anbindung nach Polen. Wichtig für das Geschäft mit Gebrauchten sind schließlich schnelle und kurze Transportwege – insbesondere in die östlichen Nachbarländer. Und hier kann Mertens zudem durch seine Mehrsprachigkeit punkten. Geboren in der Ukraine spricht der junge Familienvater genauso akzentfrei russisch wie deutsch. „Dadurch habe ich viele Kontakte in der Ukraine, weil die Sprach- und damit oft auch gleichzeitig eine Vertrauensbarriere wegfällt.“

Neue Chancen im Inland

Laut Mertens kommen etwa 70 Prozent der AgriNuBa-Kunden aus dem Ausland. Doch in Zeiten von Covid-19 ist der grenzüberschreitende Handel ins Stocken geraten. „Seit Ostern läuft es eher schleppend, die Anfragen aus dem Ausland sind um zwei Drittel zurückgegangen. Derzeit fehlen uns Märkte wie Polen, Frankreich, Tschechien, Ungarn, Rumänien, Bulgarien. Auch dort gibt es Ausgangsbeschränkungen, so dass die Geschäfte ruhiger laufen oder gar zum Erliegen gekommen sind. Derzeit sind es überwiegend Händler, die jetzt kaufen, um sich lukrative Maschinen für einen späteren Wiederverkauf auf den Platz zu stellen.“

Zwar drückt das Corona-Geschehen die Nachfrage in den östlichen Nachbarländern. Dafür verzeichnet Mertens zurzeit mehr Anfragen aus dem Inland. „Es treten verstärkt deutsche Kunden an uns heran, die in eine gebrauchte Maschine investieren wollen. Oft fürchten sie, dass eine Neumaschine nicht rechtzeitig zum gewünschten Einsatzzeitpunkt geliefert werden kann, weil Hersteller im Zuge der Corona-Pandemie ihre Produktion zurückgefahren haben. Das neue Inlandsinteresse gleicht den Nachfragerückgang im Osten ein wenig aus“, so der Prenzlauer Jungunternehmer.

Digital in Kontakt

Corona sorgt für neue Bedingungen, die Anpassungsfähigkeit erfordern. Doch der Uckermärker profitiert davon, dass er entlang einer gut ausgebauten digitalen Vertriebsstrategie online agieren kann. Schließlich hat er von Anfang an zur Kundengewinnung auf digitale Kanäle gesetzt, die dank Corona nun zusätzlich befeuert werden. Mertens platziert seine Gebrauchtmaschinen nicht nur zeitnah auf der firmeneigenen Internetseite, sondern auch in verschiedenen Onlinebörsen. Zur effizienten Steuerung der Synchronisation nutzt er die tecManager-Spezialsoftware des IT-Spezialisten Farmpartner-Tec aus Schwäbisch Gmünd. „Damit sind unsere Maschinenangebote in den Gebrauchtmaschinenbörsen stets topaktuell“, sagt Mertens.

Wichtige Bestandteile in seinem Marketing-Mix sind auch Social-Media-Plattformen wie Facebook und Instagram. Doch besonders nützlich findet er den Messenger WhatsApp, der nahezu auf jedem Smartphone installiert ist. „WhatsApp hat eine große Reichweite in den verschiedensten Altersgruppen und Nationalitäten und ist daher ein wichtiger Verkaufskanal für uns.“ Der 32-Jährige nutzt die Profi-Variante WhatsApp Business, die neben den Standardfunktionen, wie dem Versenden von Text- und Sprachnachrichten, Bildern und Videos, weitere Zusatzfeatures für die mobile und effiziente Kundenkommunikation bietet. Neue Tools zum Automatisieren, Sortieren und schnellen Beantworten von Nachrichten erleichtern die Bedienung im Berufsalltag. Gegenüber der Standard- variante von WhatsApp kann er in der Business-Version seine Firma präsentieren. So sind neben Anschrift und Webseite auch individuelle Produktkataloge, eine Art Schaufenster mit Online-Preisliste, möglich. Dafür lädt Mertens die Bilder der Gebrauchtmaschinen hoch, beschreibt diese und gibt noch einen Preis sowie einen Link zur Webseite an. Wer die AgriNuBa Mobilnummer speichert, kann sich automatisch bei WhatsApp den kompletten Maschinenbestand ansehen und darauf zugreifen.

Nach Angaben von Alexander Mertens verkauft AgriNuBa mehr als die Hälfte der Gebrauchtmaschinen online. Zuvor erhalten die Interessenten auf digitalem Weg Eckdaten und Fotos der jeweiligen Maschine. Gut beim Kunden kommen laut Mertens auch Funktionsproben an, die er per Handykamera dokumentiert. Beim Traktor sind das zum Beispiel das Starten des Motors im kalten Zustand sowie das Durchschalten sämtlicher Gänge. „Mit Hilfe unserer selbst erstellten Videos können sich die Kunden ein besseres Bild vom Zustand der jeweiligen Maschine machen. Und wenn alles passt, dann kaufen sie auch.“



Jungunternehmer Alexander Mertens setzt auf digitale Verkaufskanäle.