

Fokus Gebrauchte – Online-Handel

Kraftarm für den Export

e-farm.com ist eine internationale Online-Plattform für gebrauchte Landtechnik. Seit ihrem Start vor vier Jahren hat das Serviceangebot einige Änderungen erfahren. Unter anderem wurde eine europaweite Gebrauchtmashinengarantie eingeführt. „Danach hat das Geschäft wahnsinnig angezogen“, berichtet CEO Dr. Nicolas Lohr im eilbote-Interview.



© E-Farm

Auch Team-Trainings beim Partnerhändler gehören dazu. Auf dem Foto: Mitarbeiter der Firma Wüstenberg und E-Farm.

eilbote: Sie haben E-Farm als Startup im Jahr 2015 gegründet. Ziel war es, den Export gebrauchter Traktoren anzukurbeln...

Dr. Nicolas Lohr: ...unser Fokus liegt auf gebrauchter Landtechnik. Das Gros stellen mit etwa 70 Prozent zwar Traktoren. Es sind jedoch immer mehr Mähdrescher und Feldhäcksler dabei – und auch kleinere Anbaugeräte.

Bisher finanziert sich E-Farm durch einen Investor. Ab wann soll sich die Plattform selbst tragen?

Wenn es erfolgreich läuft, muss man nicht unbedingt auf Profitabilität gehen. Stattdessen kann man das Momentum ausnutzen und die Weichen auf Wachstum stellen, wodurch sich allerdings der Zeitraum bis zum Erreichen des Break-even-Punktes verlängert. Das bedeutet nicht, dass E-Farm kein Geld verdient, sondern vielmehr, dass wir schnell wachsen und in dieses Wachstum investieren, um Marktanteile zu gewinnen. Aktuell machen wir dennoch gute Schritte in Richtung Profitabilität; so war der März dieses Jahres der erste profitbringende Monat für E-Farm. Ab 2020 wollen wir insgesamt profitabel sein.

Wie steht es mit dem Umsatz?

Wir haben im letzten Jahr knapp 200 Verkäufe getätigt und dadurch über 6 Millionen Euro Umsatz realisiert. Das entspricht einem über 300-prozentigen Wachstum gegenüber dem Vorjahr. Für das Jahr 2019 ist eine weitere Verdopplung geplant – sowohl bei den Verkäufen als auch beim Umsatz. Bisher liegen wir im Plan.

Hat das Geschäftsmodell seit Gründung Änderungen erfahren?

Auf jeden Fall, und das ist auch gut so. Wir sind seinerzeit mit einem Kommissionsansatz gestartet, haben Käufer und Händler zusammengebracht und ihnen den Austausch ermöglicht, indem wir unter anderem deren Sprachbarrieren überwunden haben. Ursprünglich hat der Händler selbst das Geschäft realisiert und uns eine Vermittlungsgebühr gezahlt. Dieses Modell brachte jedoch einen hohen Abstimmungsaufwand mit sich.

Daher kaufen wir heute im Kundenauftrag die Maschine beim Händler zum Export-Händlerpreis ein. Wir kümmern uns um den Kundenkontakt und den gesamten Ablauf bis hin zur Transportabwicklung und verkaufen die Maschine in unserem Namen.

Dr. Nicolas Lohr ist CEO des Online-Landtechnikhändlers E-Farm. Das Unternehmen mit Sitz in Hamburg wurde 2015 gegründet und hat sich auf den internationalen Verkauf von Gebrauchtmaschinen europäischer Vertragshändler spezialisiert. Mehr als 250 europäische Vertragshändler aller Marken und unterschiedlichster Größe arbeiten mit E-Farm zusammen. Internationale Kunden können bei E-Farm aus knapp 20.000 Angeboten die passende gebrauchte Landmaschine für ihren Bedarf finden und diese vor dem Kauf neutral inspizieren lassen. Mit einer internationalen 20-köpfigen Vertriebsmannschaft, die fast ebenso viele verschiedene Sprachen abdeckt, kann E-Farm einen umfangreichen Dienstleistungs-Service sicherstellen.

Kontakt:

Dr. Nicolas Lohr · eFarm GmbH & Co. KG · D-20095 Hamburg

Teefon 0 40 - 46 64 26 55 · Mobil 01 72 - 4 34 47 63

nicolas.lohr@e-farm.com · www.e-farm.com



Dr. Nicolas Lohr ist Grü

Zur Person

Wie läuft solch ein Geschäft ab?

Ein Kaufinteressent nimmt Kontakt zu uns auf. Wir präsentieren ihm eine Maschine und empfehlen ihm, sie durch die DEKRA im Vorfeld inspizieren zu lassen. Dafür zahlt er 299 Euro und wir reservieren die Maschine beim Händler. Entscheidet sich der Kunde zum Kauf, zahlt er die Kaufsumme per Vorkasse an E-Farm, woraufhin der Partnerhändler den vereinbarten Preis für die Maschine erhält.

Dieser Ansatz hat einen klaren Vorteil für den Händler, der keine monatlichen Gebühren zahlen muss, sondern nur im Erfolgsfall einen marktüblichen Preisnachlass auf die jeweilige Maschine gibt.

Welche weiteren Vorteile hat der Händler?

E-Farm ist der verlängerte Vertriebsarm für das Exportgeschäft eines Händlers. Unser Ziel ist, komplementär zum Händler auf internationaler Ebene zu agieren, um so die maximale Reichweite für seine Maschinen zu erzielen. Das letzte Wort hat dabei immer der Händler. Er ist somit nicht verpflichtet, die Maschine zu einem bestimmten Preis abzugeben, wie zum Beispiel bei einer Auktion. Auch fällt für ihn keine doppelte Eingabe der Daten an, weil die Schnittstellen der gängigen Warenwirtschaftssysteme einen problemlosen Datenaustausch ermöglichen...

...der Händler ist zudem von Erstanfragen befreit...

...wir treten erst an ihn heran, wenn eine Verkaufschance besteht. E-Farm erhält monatlich über tausend Anfragen und kann etwa 30 Maschinen verkaufen. Unsere Leistung für den Händler ist es daher, die qualitativ hochwertigen Anfragen herauszufiltern. Somit agieren wir quasi als Vorfilter.

Wie können Sie filtern?

Unser größter Schlüssel ist die DEKRA-Inspektion, für die wir dem Interessenten 299 Euro in Rechnung stellen. Wer diese Summe aufbringt, meint es in der Regel ernst.

Zurzeit bieten Sie 50 Prozent Nachlass auf den Gebrauchtmaschinen-Check.

Es ist nicht unser Ziel, mit Inspektionen Geld zu verdienen. Vielmehr wollen wir Interessenten zum Kauf einer neutralen Inspektion animieren – wohl wissend, dass diese oft zum Maschinenkauf führt. Dazu ist die Inspektion ein tolles Instrument, um die Online-Einkaufsbarrieren im ersten Schritt auf ein Minimum zu reduzieren.

Erfolgt die standardisierte DEKRA-Maschineninspektion per App?

Europaweit. Wir werden in Zukunft auch den Händlern eine App zur Verfügung stellen, mit deren Hilfe sie die Maschinendetails bei einer Rücknahme digital und damit einfacher erfassen können.

Die ersten Tests laufen schon. Positives Feedback haben wir bereits vom österreichischen Händler Lagerhaus erhalten, der mit der E-Farm Händler-App zurzeit im Rahmen eines Pilotprojekts arbeitet.

Das Serviceangebot von E-Farm umfasst jetzt auch Garantien und Finanzierung.

Wie haben zwei europaweite Garantieförmn für Traktoren eingeföhrt. Im Rahmen einer Auslieferungsgarantie sichern wir dem Käufer den Zustand zu, den die unabhängige DEKRA-Inspektion ermittelt hat. Das ermöglicht den Kunden, sicher online einzukaufen und ersetzt quasi die Vorort-Besichtigung. Darüber hinaus bieten wir eine sechs Monate oder 500 Stunden geltende Gebrauchtmaschinengarantie an.

Zudem können wir ausgewählten Händlerkunden im Rahmen von Euler-Hermes gedeckten Exportgeschäften sechsmonatige Finanzierungen anbieten. Das ist ein starker Hebel, weil die Zinssätze in Europa oft erheblich unter denen im internationalen Ausland liegen. Und unsere Partner haben sechs Monate Zeit, den passenden Kunden vor Ort zu finden.

Wie hoch ist die Exportquote?

100 Prozent, wobei wir drei Viertel unserer Geschäfte in Europa machen – aktuell sind unsere Kernmärkte die südlichen Staaten wie Griechenland, Spanien, Italien und Rumänien. Das restliche Viertel verteilt sich auf asiatische Länder wie China, Korea und Kasachstan sowie den Kontinent Afrika, der immer mehr im Kommen ist. Spannend sind ebenfalls die südamerikanischen Märkte Uruguay, Chile und Argentinien. Was den Einkauf der Maschinen angeht, so kommt hier das Gros aus Deutschland und Frankreich, wo die Preise teilweise noch attraktiver sind.

Was sind Ihre wichtigsten Kanäle, um Interessenten zu erreichen?

Wir sehen uns als Online-Händler für zertifizierte Landtechnik, der ein ganzheitliches Dienstleistungspaket anbieten kann. Es umfasst unter anderem den Inspektionsservice, Fremdsprachenkenntnisse, Garantie, Transport sowie die Bezahlung über uns. Unser Vertrieb funktioniert crossmedial. Zu unseren Kanälen gehören die bekannten Landtechnik-Börsen. Natürlich betreiben wir auch eine eigene Webseite. Eine wichtige Plattform unter den Social-Media-Kanälen ist Facebook, wo uns bereits 175.000 Fans mit Landtechnikinteresse folgen und zahlreiche Anfragen generiert werden. Darüber hinaus nutzen wir LinkedIn und Instagram zur Knüpfung und Pflege von Kontakten. Natürlich ist auch die E-Mail ein wichtiges Kommunikationsmittel für uns.

Nicht zu unterschätzen sind in diesem Zusammenhang die klassische Mund-zu-Mund-Propaganda und Empfehlungen von Kunden. Wir haben bereits knapp 30 Prozent wiederkehrendes Geschäft, was zufriedene Kunden voraussetzt.

Spielt das Telefon als klassischer Kommunikationskanal noch eine Rolle?

Der persönliche Kontakt zu den Händlern und Kunden über den Kanal Telefon und sporadische Besuche sind nach wie vor unerlässlich. Auf diesem Kontaktweg können unsere Mitarbeiter Vertrauen schaffen oder auch Kaufhemmer lösen – immerhin geht es ja auch oft um große Summen. Wir haben dafür ein multimediales Kommunikationskonzept entwickelt und verfügen auch über die erforderliche Fachkompetenz im Team, denn E-Mails und Google-Translate allein reichen da sicher nicht. Ohne Begeisterung und das Herz für das Geschäft sowie seine Partner geht es ebenfalls nicht.