

YARETO

Weiter auf Erfolgskurs

Seit einem Vierteljahr ist Sven Hölker Geschäftsführer von Yareto. Den von seinem Vorgänger Andreas Finkenberg eingeschlagenen Weg will er weiter verfolgen, dabei aber eigene Akzente setzen.



Bild: Yareto

Sven Hölker sieht das Unternehmen gut gerüstet für die Zukunft.

ZUR PERSON

Sven Hölker (44)

ist seit 1.1.2019 Geschäftsführer von Yareto.

Von 2012 bis 2018 war der Kraftfahrzeugbetriebswirt (BFC) bei der Bank 11 tätig, zuletzt als Leiter Vertrieb Kfz.

Davor hat er im Vertrieb der Santander Consumer Bank gearbeitet.

Redaktion: Seit Anfang Januar leiten Sie Yareto, waren aber bereits einige Monate vorher für das Unternehmen tätig. Wie sehen Sie Yareto heute aufgestellt?

Sven Hölker: Yareto ist auf dem richtigen Weg. Als Vergleichsportaal funktioniert es richtig gut, und es hat sich inzwischen eine sehr hohe Akzeptanz im Handel erarbeitet.

Wie wollen Sie das Unternehmen zukünftig strategisch ausrichten?

Es heißt doch: Never change a running system – oder besser a winning system. Yareto ist auf der Erfolgsspur. Es gibt für mich daher überhaupt keinen Grund, von dieser Linie abzuweichen. Aber natürlich will ich dafür sorgen, dass Yareto weiter wächst. Wir haben inzwischen 10.000 registrierte Händler und konnten im letzten Jahr die Kreditauszahlungen um über 70 Prozent ausweiten. Für ein Start-up, das wir ja

schließlich noch sind, ist das schon ziemlich erfolgreich. Diesen Kurs wollen wir beibehalten und bei den Kreditauszahlungen zweistellig wachsen. Es gibt in Deutschland rund 36.000 Kfz-Betriebe; da ist für uns noch ganz viel Luft nach oben.

Die Start-up-Phase ist aber irgendwann einmal abgeschlossen. Bis wann wollen Sie den Break-even-Point erreichen?

2020 soll es so weit sein. Das ist unser erklärtes Ziel, das wir gemeinsam mit unseren Gesellschaftern ins Auge gefasst haben. Wir haben Gesellschafter, die uns sehr wohlwollend begleiten. Auch ihnen ist bewusst, dass starkes Wachstum kostenintensiv ist, da wir immer wieder in die Infrastruktur des Unternehmens investieren müssen.

Wollen Sie mittelfristig Ihr Produktportfolio erweitern?

Unser Hauptaugenmerk liegt heute auf der Absatzfinanzierung für den Automobilhandel. Aber wir denken auch darüber nach, weitere Produkte für die Einkaufsfinanzierung der Händler zu entwickeln. Mit einer Bank arbeiten wir hierfür bereits zusammen, können uns aber vorstellen, diesen Bereich noch weiter auszubauen.

Kann der Händler bei der Einkaufsfinanzierung, die Sie derzeit anbieten, seinen gesamten Gebrauchtwagenbestand en bloc finanzieren, oder handelt es sich um Einzelverträge für jedes Fahrzeug?

Es handelt sich um Einzelverträge. Das läuft folgendermaßen ab: Wir vermitteln dem Händler einen Kreditrahmen für seine Gebrauchtfahrzeuge bei einer Bank, und innerhalb dieses Rahmens werden die Fahrzeuge dann in Einzelverträgen kreditiert. Wie gesagt, diesen Bereich wollen wir ausbauen, um den Händlern auch hier wie bei der Absatzfinanzierung größere Auswahlmöglichkeiten zu bieten. Das bringt den Händlern praktische Vorteile, denn es macht sie unabhängiger von ihrer Hausbank oder ihrer Herstellerbank.

Sie arbeiten seit einiger Zeit mit dem ADAC zusammen. Wie ist die Kooperation angelaufen und was erwarten Sie hiervon?

Der ADAC ist eine Marke, die für Aufmerksamkeit sorgt. Das bringt uns eine höhere Bekanntheit. Aber davon profitieren auch unsere Händler, denn sie können nun allen Kunden, die ADAC-Mitglieder sind, den ADAC-Autokredit anbieten. Das kommt bei den Händlern und deren Kunden gut an.

Bieten Sie den ADAC-Autokredit auch wie die anderen Kredite zur Absatzfinanzierung über das Yareto-Portal an?

Selbstverständlich. Wie überall sonst gilt auch bei uns meist, dass der Anbieter mit den besten Konditionen das Geschäft macht. Auch der ADAC-Au-

tokredit muss sich im Yareto-Portal dem Vergleich mit anderen Anbietern stellen. Der ADAC bietet derzeit gute Konditionen, und so entwickelt sich das Geschäft mit diesem Kredit seit dem Start im Dezember sehr gut.

Sie vermitteln den Händlern auch Versicherungen. Wer ist hierbei Ihr Partner?
Wir arbeiten hier mit dem Direktversicherer Allsecure, einer Tochtergesellschaft der Allianz, zusammen.

Und wie sieht das praktisch aus?
Der Verkäufer im Autohaus kann für seinen Kunden einen Link zu Allsecure aufbauen, über den dieser dann die klassischen Kfz-Versicherungen abschließen kann. Aber Allsecure hat ein großes Produktportfolio, das weit über den Kfz-Bereich hinausgeht. Das kann der Kunde bei Bedarf natürlich auch in Anspruch nehmen.
Für das Autohaus hat das den Vorteil, dass es darüber die Bindung zum Kunden festigt. Denn es bleibt damit in allen Fragen rund um dessen Mobilität der Ansprechpartner. Aber das Versicherungsgeschäft ist ein Randbereich in unserem Portfolio. Unser Hauptaugenmerk richten wir auf die Finanzierung.

Was sind aus Ihrer Sicht die wesentlichsten Vorteile, die Yareto einem Händler bietet?

Wir bieten dem Kfz-Händler ein Vergleichsportal, mit dem er völlig frei agieren kann. Er braucht keine Nutzungsgebühren zu zahlen und ist auch nicht verpflichtet, ein fest definiertes Kreditvolumen zu vermitteln. Er ist völlig frei in seinen Entscheidungen und hat über uns gleichzeitig verschiedene Kreditgeber an der Hand, um seinem Kunden die Autofinanzierung anbieten zu können, die zu dessen Wünschen und Möglichkeiten am besten passt. Außerdem bieten wir dem Händler einen tagesaktuellen Überblick über die Zinsentwicklung. Das hilft ihm, zu entscheiden, ob die Angebote anderer Banken für ihn interessant sind.

Wie kann ein Händler Yareto nutzen, um das eigene Geschäft noch besser anzukurbeln?

Mit Yareto bieten wir dem Händler ein Marketinginstrument, mit dem er – wenn er es richtig anwendet – nicht nur sein Geschäft ausweiten, sondern auch noch für bessere Kundenbindung sorgen kann.

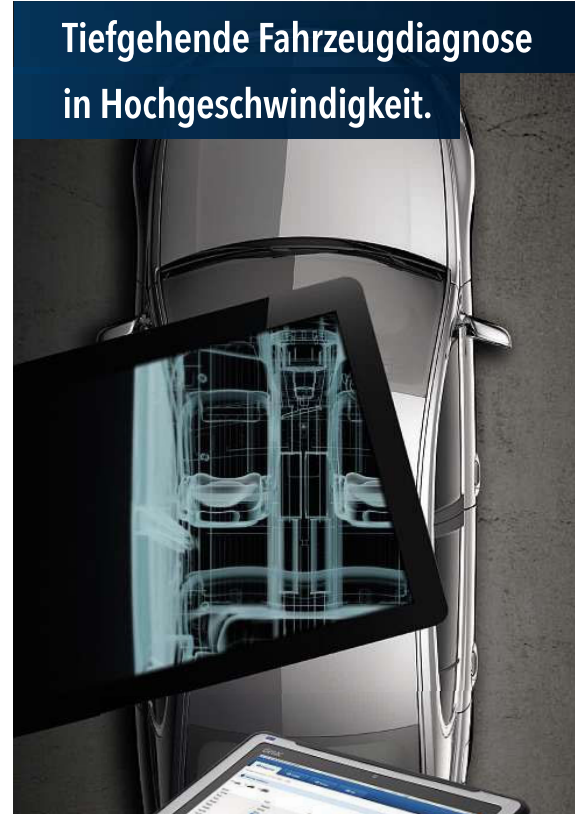
Bitte erläutern Sie das genauer.
Wenn ein solventer Kunde mit guter Bonität in einem Autohaus ein Fahrzeug finanzieren will, ist es für jeden Verkäufer ein leichtes Spiel, ihm eine interessante Finanzierung anzubieten, die seinen Wünschen entspricht. Anders sieht es aber bei einem Interessenten aus, der über keine so gute Bonität verfügt. Normalerweise gibt der Verkäufer die Daten des Kunden und die des Wunschfahrzeugs in die entsprechende Maske des Finanzierungsprogramms ein und wartet dann auf die Rückmeldung der Bank. Wenn diese negativ ausfällt, muss er eine andere Kreditbank suchen und auch dort wieder alle Daten eingeben. All dies ist zeitaufwendig und lästig. Wenn auch hier wieder eine Absage kommt, ist das für den Kunden sehr peinlich. Meist verlässt er dann das Autohaus, und der Verkäufer sieht ihn

„Wir wollen ordentlich weiter wachsen. Es gibt in Deutschland rund 36.000 Kfz-Betriebe; da ist für uns noch ganz viel Luft nach oben.“

nie wieder. Denn wer will schon so bloßgestellt werden. Anders sieht es bei uns aus.

Wieso ist das bei Ihnen anders?
Der Verkäufer muss die Daten des Kunden und des Fahrzeugs nur einmal eingeben und per Mausklick abschicken. Damit fragt er automatisch die Konditionen bei bis zu zehn Banken ab. Intern regeln wir bei einer Absage einer Bank, dass die Anfrage direkt an die nächste weitergeleitet wird. So ist die Wahrscheinlichkeit hoch, dass darunter mindestens eine ist, die bereit ist, das Geschäft zu machen. Der Verkäufer muss dafür die Kunden- und die Fahrzeugdaten nur einmal eingeben und spart damit eine Menge Zeit. Und der Kunde hat sich nicht blamiert. Zudem weiß er ja genau, dass er nur schwer Kredite genehmigt bekommt. Er ist dankbar, dass es geklappt hat, und bleibt damit ein treuer Kunde des Autohauses.

DAS GESPRÄCH FÜHRTE
JOACHIM VON MALTZAN



**Tiefgehende Fahrzeugdiagnose
in Hochgeschwindigkeit.**

**AVL DiTEST
DIAGNOSE FAMILIE**

Umfassende Performance

AVL DiTEST GmbH, Schwadermühlstraße 4
D-90556 Cadolzburg, Tel. +49 9103 7131-0

www.avlditest.com

FUTURE SOLUTIONS FOR TODAY