

PRESSEMITTEILUNG

Essen, 19.05.2022

Neues Kompetenzcenter in Essen setzt auf innovatives Hybrid-Konzept aus digital und analog LUEG Gruppe eröffnet Standort für Gebrauchtwagenvertrieb der Zukunft

Nach intensiver Planungs- und Bauzeit begrüßt die LUEG Gruppe Kundinnen und Kunden nun im neuen LUEG Gebrauchtwagencenter in Essen-Kray. Der neueste Standort des Familienunternehmens bietet ein exklusives Käuferlebnis – und ist ein bisher einmaliges Pilotprojekt in der Gebrauchtwagenbranche. Gemeinsam setzen LUEG und Mercedes-Benz auf ein zentralisiertes On-Demand-Konzept. Digitale Elemente – darunter mehrere Branchenneuheiten – verbinden das wachsende Onlinegeschäft und damit verbundene Kundenwünsche im Gebrauchtwagensegment mit dem Automobilhandel vor Ort. Das Ziel: ein perfektes Kundenerlebnis auf beiden Ebenen. Mit dem neuen Center setzt die LUEG Gruppe die Strategie, Kompetenzen zentral und an gut erreichbaren Standorten zu bündeln, konsequent fort.

„Wir verstehen uns als breit aufgestellter und serviceorientierter Mobilitätsanbieter. Entsprechend beobachten und analysieren wir die Veränderungen von Kundenbedürfnissen im Gebrauchtwagenmarkt und entwickeln unsere Vertriebsmodelle gezielt weiter. Wir freuen uns, dass Mercedes-Benz uns als Partner für dieses ambitionierte Pilotprojekt an der Schnittstelle zwischen Onlinehandel und klassischem Autohaus ausgewählt hat. Mit der Kombination aus digitaler und analoger Customer Journey optimieren wir unser Gebrauchtwagenangebot“, sagt Benjamin Kaiser, Vorstandsmitglied bei LUEG. „Die Marken Mercedes-Benz und LUEG stehen für ein exklusives Kundenerlebnis, das die digitale und analoge Welt nahtlos miteinander verbindet, von der Online-Auswahl des Traumautos bis zur Probefahrt in exklusivem Ambiente vor Ort“, so Jens Kunath, Leiter Verkauf und Marketing des Mercedes-Benz Vertrieb Cars Deutschland (MBD).

Das Wunschfahrzeug auswählen und Probe fahren – bequemer und schneller als je zuvor

LUEG.

Mercedes-Benz • smart • Ferrari • Volvo

PRESSEMITTEILUNG

Studien und Umfragen zeigen: Bis zu 90 Prozent potenzieller Käufer suchen heute online nach Gebrauchtwagen, auch der Erstkontakt mit Händlern erfolgt immer häufiger über das Internet. Umgekehrt steckt der physische Vertrieb im Wandel. So schauen sich Kunden weniger lokal oder bevorzugt samstags auf dem Gebrauchtwagenhof, sondern zeitunabhängig und digital nach ihrem Wunschfahrzeug um – und nehmen notfalls weitere Anfahrtswege in Kauf. Genau hier setzt LUEG mit dem Center in Essen-Kray an. „Die Auswahl des Wunschfahrzeugs aus unserem Gebrauchtwagenpool findet online statt. Erst zur exklusiven Präsentation und Probefahrt kommen die Kunden ins neue Center. Mit diesem Hybrid-Modell gehen wir optimal auf ihre Bedürfnisse ein. Denn: Trotz des Trends zur digitalen Fahrzeugauswahl wollen die meisten Käufer den Wagen vor dem Kauf sehen, hören und auf Herz und Nieren prüfen“, erklärt Tim Roderwieser, Spartenleiter PKW-Gebrauchtwagen bei LUEG.

Obwohl die Kundenreise im Internet startet, bietet die Online-Fahrzeugsuche bei LUEG alle Vorteile eines Besuchs im Autohaus. Möglich macht das der „Twiner“. Der digitale Fahrzeugscanner, der auf dem Gelände des neuen Centers steht, ist mit zahlreichen hochauflösenden Kameras und moderner Sensorik ausgestattet. In wenigen Minuten wird jedes Fahrzeug bis ins kleinste Detail digital erfasst und ein digitaler Zwilling erstellt. Interessenten erhalten per 360 °-Ansicht alle relevanten Informationen auf einen Blick. Dank moderner 4k-Auflösung können sie virtuell bis auf wenige Millimeter an das Fahrzeug heranzoomen.

Der Wechsel von der digitalen in die ‚echte‘ Welt erfolgt in kürzester Zeit. Sämtliche Gebrauchtwagen, die LUEG anbietet, sind in Essen-Kray verfügbar. Nach der Fahrzeug- und Terminauswahl wird das Wunschauto ‚just in time‘ aufbereitet – eine Innovation im Gebrauchtwagenvertrieb. Wenig später steht es in der Auslieferungshalle zur Präsentation und Probefahrt bereit. „Wir empfangen unsere Kunden in der digitalen Lounge und beraten sie auf das ausgewählte Fahrzeug zugeschnitten. Atmosphäre und Prozess sind gemäß der Markenstrategie MAR2020 von Mercedes-Benz gestaltet. Sie heben unseren Gebrauchtwagenvertrieb auf das höchstmögliche Niveau“, erklärt Tim Roderwieser.

LUEG.

Mercedes-Benz • smart • Ferrari • Volvo

PRESSEMITTEILUNG

Zusätzlich bietet das ‚On-Demand‘-Konzept die Möglichkeit, die Verkaufsfläche im Vergleich zu bisherigen Vertriebsmodellen zu reduzieren und die Effizienz zu steigern. „Unser neues Center ist der erste klassische Gebrauchtwagenstandort ohne physische Ausstellung. Unsere Kundinnen und Kunden sehen nur das Fahrzeug, das sie vorab ausgewählt haben. Wir wiederum können die Ausstellfläche reduzieren – für uns ein wichtiger Aspekt, da Mercedes-Benz kürzlich verkündet hat, die Verkaufsfläche für seine Fahrzeuge bis 2028 deutlich verringern zu wollen. Mit unserem Center greifen wir diesen strategischen Ansatz proaktiv auf“, sagt Benjamin Kaiser.

Probefahrt inklusive Branchenneuheit

Von der geringeren Fläche profitieren auch die Kunden. So brauchen sie das Außengelände weder für die Beratung noch für die Probefahrt zu betreten. Stattdessen steigen sie im direkt an die Lounge angeschlossenen Auslieferungsbereich ein und aus – warm und trocken. Zusätzlich bietet das neue Center eine Branchenneuheit im Gebrauchtwagensegment: die schlüssellose Probefahrt. Vereinbart ein Kunde die Probefahrt online, umfasst die Terminbestätigung einen Downloadlink zur Liberkee-App, die den Schlüssel ersetzt. „Die Einrichtung der App erfolgt vor Ort gemeinsam mit unseren Experten. Der gesamte Prozess funktioniert aber nicht nur online oder bei vorheriger Terminbuchung. Auch Kunden, die spontan vorbeikommen, können den passenden Gebrauchtwagen im Center digital auswählen und nach der Aufbereitung ihre Probefahrt starten. Hier liegt die Stärke des Centers: Wir gehen auf den Wunsch nach digitaler Verfügbarkeit unserer Fahrzeuge ein, ohne dabei unsere Wurzeln im stationären Handel zu vergessen. So schaffen wir eine gute Symbiose“, erläutert Hendric Müller, Geschäftsführer LUEG Solutions GmbH und Mitentwickler des Hybridmodells.

Zentralisierter Vertrieb bündelt Kompetenzen

Damit das Konzept in der Praxis funktioniert, stellt LUEG die Logistik im Gebrauchtwagenvertrieb neu auf. Künftig wird das gesamte Gebrauchtwagengeschäft zentral in Essen-Kray statt wie bisher an unterschiedlichen Standorten beheimatet sein. In den letzten Monaten wurden sämtliche Fahrzeuge

LUEG.

Mercedes-Benz • smart • Ferrari • Volvo

PRESSEMITTEILUNG

am neuen Center sukzessive zusammengezogen. Auch alle Mitarbeiter, die bisher an den einzelnen Standorten für den Gebrauchtwagenvertrieb zuständig waren, sind nun in Essen-Kray tätig. Die Unternehmensstrategie, Kompetenzen an gut erreichbaren Standorten zu bündeln, führt LUEG damit konsequent fort.

„Zwischen Erstkontakt und Kauf soll so wenig Aufwand wie möglich entstehen. Der Kunde sucht sich sein Wunschfahrzeug gezielt online aus und bekommt genau dieses Fahrzeug präsentiert“, sagt Martijn Storm, LUEG Vorstandssprecher. Auch die weiteren Teilschritte sind effizient gestaltet. „Unser Ziel ist klar formuliert: Im Optimalfall kommen unsere Kunden zur Probefahrt und gehen mit einem unterschriebenen Kaufvertrag und ihrem Wunschfahrzeug. Damit das praktisch umsetzbar ist, haben wir den gesamten Kaufprozess digitalisiert. So kann alles in einem Termin erledigt werden und Papierberge entfallen“, ergänzt Storm.

Auch für Dienstleistungen nach dem Kauf ist das neue Center optimal aufgestellt. „Das Gelände beinhaltet eine Service Factory, in der sämtliche Reparatur- und Wartungsarbeiten erledigt werden. An diesem Punkt setzen wir unsere Kompetenzcenterstrategie analog zum Vertrieb um und bieten unseren Kunden ein sicheres, risikofreies Rundum-Paket“, erklärt Tim Roderwieser. Benjamin Kaiser ergänzt: „Mit diesem Gesamtkonzept heben wir uns von der Masse ab, speziell im Vergleich zu reinen Online-Anbietern. So wollen wir den Weg zu einer der besten Adressen im Gebrauchtwagensegment fortsetzen. Mittelfristig bietet das Center ein Absatzpotenzial von bis zu 15.000 Gebrauchtwagen pro Jahr.“

LUEG.

Mercedes-Benz • smart • Ferrari • Volvo

PRESSEMITTEILUNG



Eröffneten feierlich das neue LUEG Gebrauchtwagencenter in Essen-Kray (v.l.): Stefan Jansen, Vorstandsmitglied LUEG; Hendric Müller, Geschäftsführer LUEG Solutions GmbH und Prozessverantwortlicher; Tim Roderwieser, Spartenleiter PKW-Gebrauchtwagen bei LUEG; Benjamin Kaiser, Vorstandsmitglied LUEG; Martijn Storm, Vorstandssprecher LUEG.

Kontakt für Presseanfragen:

Shira Reineking
Leiterin Marketing und Kommunikation
Fahrzeug-Werke LUEG AG

Mobil +49 151 15779569
shira.reineking@lueg.de

LUEG – Mehr als ein Autohaus, mehr als das Ruhrgebiet

LUEG gehört zu den größten Anbietern für individuelle Mobilität in Deutschland. 1868 als Wagenfabrik in Bochum

LUEG.

Mercedes-Benz • smart • Ferrari • Volvo

PRESSEMITTEILUNG

gegründet, beschäftigt die LUEG Gruppe heute insgesamt knapp 2.400 Beschäftigte in Europa. Ihr Erfolg gründet sich auf drei Säulen: Neben dem klassischen Autohausgeschäft mit unseren Vertriebsmarken, darunter Mercedes-Benz, smart, Volvo und Ferrari, entwickelt und realisiert LUEG innovative Mobilitätskonzepte, allen voran in den Bereichen Flotten- und Schadenmanagement, Parkraumvermietung und E-Mobility. Fahrzeug-Aufbauten im Nutzfahrzeug- und – insbesondere durch die LUEG Tochter WAS – im RTW-Bereich vervollständigen das Kompetenz-Portfolio. Mehr über LUEG auf: www.lueg.de

LUEG.

Mercedes-Benz • smart • Ferrari • Volvo