

Mag. Henrik Kinder, GF von EurotaxGlass's Österreich

„Wir stellen uns jedem Mitbewerb“



EurotaxGlass's Österreich Geschäftsführer KommR Mag. Henrik Kinder verlässt mit Ende Jänner 2011 das Unternehmen. In den vergangenen vier Jahren ist es Kinder gelungen, die marktführende Position von Eurotax weiter zu festigen und neue Produkte wie den EurotaxMarktmonitor oder den EurotaxMarketAnalyser zu lancieren.

Das Interview mit Eurotax Österreich GF KommR Mag. Henrik Kinder war seit Wochen fixiert gewesen. Bevor wir das Interview starteten, legte mir Kinder die druckfrische Presseaussendung vor, die eine halbe Stunde später verschickt werden sollte. Inhalt: Henrik Kinder verlässt mit Ende Jänner 2011 das Unternehmen. Im Rahmen des 41. Neujahrsempfangs am 19. Jänner wird sich Kinder offiziell verabschieden. Bis dann soll auch über seine Nachfolge entschieden werden. *Wolfgang Bauer*

KFZ Wirtschaft: Herr Mag. Kinder, wie ist 2010 für Eurotax Österreich gelaufen?

Henrik Kinder: Das abgelaufene Jahr war für uns schwieriger als 2009, weil viele Krisen-Effekte sozusagen zeitverzögert wirksam geworden sind. Zusatzprodukte konnten teilweise schwieriger verkauft werden. Wir sind dennoch auch 2010 gewachsen.

Wie haben Sie auf die schwierigeren Rahmenbedingungen reagiert?

Mit dem EurotaxMarktmonitor und dem EurotaxMarketAnalyser haben wir jene Produkte lanciert, die gebraucht werden.

Sie haben immer betont, dass Sie im Mitbewerb – z.B. das Fahrzeugbewertungssystem von DAT – keine Gefahr, sondern eine Herausforderung sehen. Gilt das immer noch?

Absolut. Ich war nie ein Monopolist. Eurotax kann sich jedem Mitbewerb stellen.

Eine Verunsicherung beim Kunden aufgrund unterschiedlicher Notierungen sehen Sie nicht?

Nein, zumindest nicht, wenn ein Mitbewerber nicht gegen alle Erwartungen extrem stark wird. Der status quo ist, dass jeder Kunde entscheiden kann, auf welche Daten er sich verlässt. Faktum ist: Wenn ein Endkunde beim Händler nach einem Gebrauchtwagen fragt, wird er immer auch nach Eurotax fragen. Mit Eurotax erhält der Kunde ein qualitativ hochwer-

INNOVATION AUF DER AUTOZUM EurotaxMarktMonitor

Der EurotaxMarktMonitor wird auf der AutoZUM 2011 vorgestellt. Das neue System soll noch mehr Transparenz auf den Markt bringen und die bewährten Eurotax-Bewertungsdaten in Kombination mit den tatsächlichen Transaktionswerten plus aktuelle Börsenangebote bieten.



tiges Produkt mit 50 Jahren Markterfahrung. Beste Markttransparenz, die derzeit nur wir bieten können.

Wie wird der Neujahrsempfang zum 50-Jahr-Jubiläum bzw. wie wichtig ist die AutoZum für Eurotax?

Unser Neujahrsempfang ist die Networking-Plattform der Kfz-Branche. Vom vorigen Jahr haben wir gelernt, dass wir den offiziellen Teil so kurz wie möglich halten. Es wird auch wieder eine Podiumsdiskussion geben. Die AutoZum ist sehr wichtig für uns. Dort stellen wir auch unser neues Produkt, den MarktMonitor vor. (Anmerkung: siehe Kasten).

Rund 330.000 Neuzulassungen im Jahr 2011. Ist das überraschend?

Ende 2009 habe ich für 2010 270.000 Neuzulassungen prognostiziert. Ich bin mit einer Einschätzung selten so daneben gelegen, zumal ich davon ausging, dass der private Konsum deutlich zurückgehen werde. Dass so viele Neuzulassungen am Ende des Jahres herauskommen, hat zweifellos alle überrascht.

Stichwort: Tageszulassungen. Diese dürften auf rund 70.000 bei insgesamt 330.000 Neuzulassungen steigen. Eine besorgniserregende Entwicklung?

Ich halte dieses Vertriebsmodell für nichts Schlechtes. Man soll nur dazu stehen. Ich mische mich grundsätzlich nicht in Vertriebsstrukturen ein. Für mich wäre wichtig gewesen, wieviele von den kurz zugelassenen Einheiten ins Ausland gehen, aber das konnte nicht quantifiziert werden.

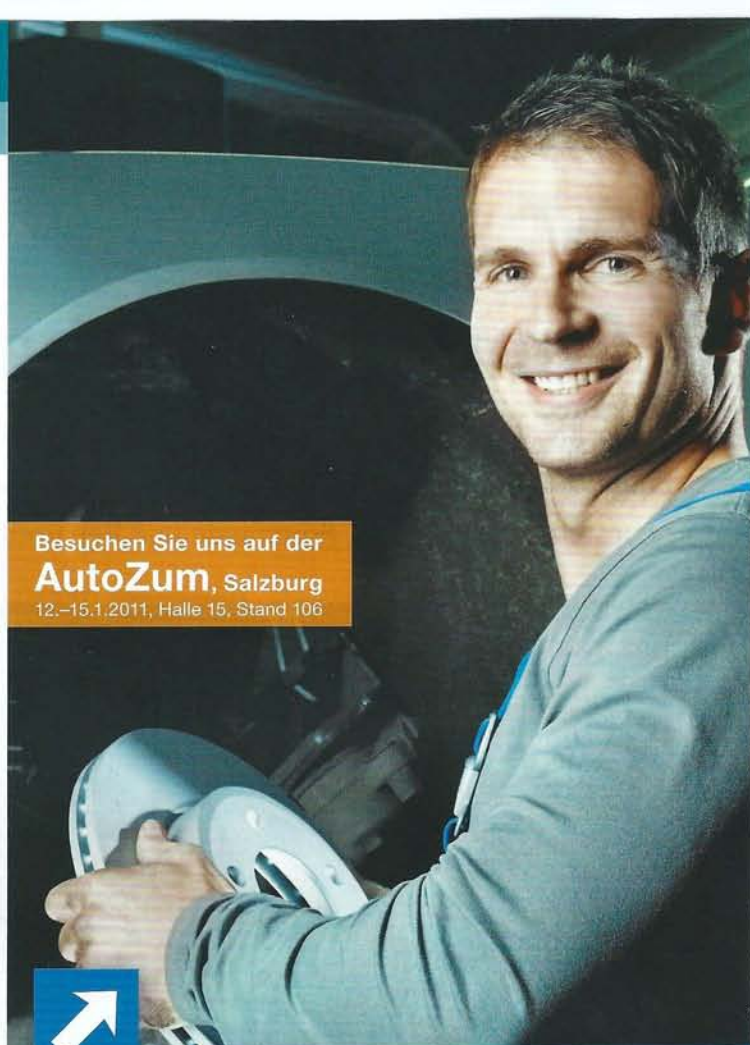
Im Rahmen der letzten AutoZum wurde die Eurotax-Akademie vorgestellt. Wie hat sie sich entwickelt?

Wir haben sie auf Eis gelegt, weil wir dieses Produkt nicht so platzieren konnten, wie wir uns das vorgestellt hatten. Stattdessen haben wir die zuvor angesprochenen überaus erfolgreichen Produkte entwickelt.

Mit Eurotax erhält der Kunde ein qualitativ hochwertiges Produkt mit 50 Jahren Markterfahrung. Henrik Kinder



Henrik Kinder im Gespräch mit Kfz Wirtschaft-Chefredakteur Wolfgang Bauer.



Besuchen Sie uns auf der
AutoZum, Salzburg
12.-15.1.2011, Halle 15, Stand 106



ATE Ceramic Bremsbeläge – deutlich weniger Staub für saubere Felgen.



low dust

low noise

longlife

Die innovativen Bremsbeläge mit herausragenden Eigenschaften:

- **low dust** – weniger Bremsstaub bei jedem Bremsvorgang. Der Optik-Schutz für wertvolle Alu-Felgen.
- **low noise** – reduzierte Geräuschentwicklung beim Bremsen. Die Belagmischung für mehr Bremskomfort.
- **longlife** – geringerer Verschleiß bei Belag und Bremsscheibe. Der Belag mit längerer Lebensdauer.

Wir kennen den Weg und setzen Maßstäbe. Damit geben wir unseren Partnern eine sichere und klare Orientierung für ihr heutiges und zukünftiges Geschäft.

www.ate-ceramic.de

