

Mag. Henrik Kinder, Geschäftsführer EurotaxGlass's

# Die Kfz-Branche ist unser wichtigster Kunde

„Es war ein erfolgreiches Jahr für EurotaxGlass's“, zieht Mag. Henrik Kinder, Geschäftsführer von EurotaxGlass's Österreich und CEE, ein Jahr nach seiner Amtsübernahme ein Resümee.



Eurotax Geschäftsführer Henrik Kinder

„**WIR HATTEN** einen Generationswechsel und konnten alle Positionen intern nachbesetzen. Das hat einen harmonischen Übergang ermöglicht“, erklärt Mag. Henrik Kinder, Geschäftsführer EurotaxGlass's Österreich und CEE. Junge Mitarbeiter mit relativ langer Unternehmenszugehörigkeit sind in leitende Positionen gewechselt und haben damit die erfolgreiche Fortführung realisiert. „Diese Kollegen sind mit 17, 18 Jahren zur Eurotax gekommen und haben jetzt bereits 20 Jahre Erfahrung im Haus.“ Das sei wichtig für das Know-How und die nationale Marktentwicklung. „Die regionale Kompetenz ist durch nichts zu ersetzen, wir werden in Zukunft wieder stärker regionalisieren und autarker in die Zukunft gehen“, erklärt Kinder, der als Manager Central Eastern Europe neben Österreich auch für die östlichen Nach-

barstaaten inklusive Polen, Rumänien und der Türkei verantwortlich ist. Der Konzern entwickelt Grundsysteme, die dann mit den nationalen Teams auf die jeweiligen Märkte und nationale Begebenheiten abgestimmt werden. Synergien ergeben sich zudem aus der Dateneingabe. „Das Fahrzeug wird nur einmal eingegeben, nationale Unterschiede werden danach national differenziert.“ Kinder bekennt sich klar zum regionalen Gebrauchtwagenpreis: „Die Preise entwickeln sich anders, daher muss der Gebrauchtwagenpreis ein nationales Spezifikum bleiben.“

## Gebrauchtwagenpreis

Aufklärungsbedarf sieht Kinder beim Endkonsumenten: „Viele Leute glauben, Eurotax mache den Preis, dabei ermitteln wir den Durchschnittspreis aus den gesammelten Daten. Wir wollen das in Zukunft noch transparenter gestalten: der EurotaxGlass's-Preis ist ein Richtwert.“ Wichtigster Kunde bleibt aber freilich die Kfz-Branche.

„Die meisten unserer Produkte gehören natürlich in den b2b-Bereich mit Schwerpunkt Fahrzeughandel und Werkstätte, das Stammprodukt ist weiterhin die Gebrauchtwagen-Bewertung.“ Im Bereich Schadenkalkulation wurde stark investiert: „Hier haben wir gegenüber dem Wettbewerb stark aufgeholt, mit 950 Versionen haben wir zudem die höchste Marktdurchdringung.“ Besonders erfolgreich ist das Produkt Quick Check, das in jeder Werkstätte implementiert ist. Weiteres Wachstumspotenzial sieht

der Manager vor allem im Bereich Fuhrpark und Leasing.

## Internationale Produkte

International arbeitet EurotaxGlass's für zahlreiche Automobil-Hersteller. Kinder: „In Zusammenarbeit mit den Herstellern überprüfen wir mit unseren CarToMarket Studien die Preispositionierungen und Ausstattungen für die jeweiligen Märkte.“ Als zukunftsweisendes Produkt sieht Kinder Eurotax Geomarketing: „Damit kann ein Händler seine Zielgruppe noch besser erreichen. Nachdem die Produktvielfalt des Herstellers immer größer wird, ist das besonders bei neuen Modellen einer Marke interessant. Entscheidend ist dabei die richtige Adresse, wir legen daher unsere sehr hochwertigen Haushaltsdaten über die Neuzulassungs- und Bestandsdaten in diesem Markt.“

Neben weiterem Wachstum liegt dem

„**Der Gebrauchtwagenpreis muss ein nationales Spezifikum bleiben.**“

Henrik Kinder

Manager auch das Image als führender Anbieter von Daten, Lösungen und Business Intelligence-Dienstleistungen für die Automobilindustrie am Herzen: „Wir bieten eine Vielzahl an Daten und Produkten und wollen zeigen, dass EurotaxGlass's mehr ist als nur Blau-Gelb.“ Die Kfz-Branche bleibt dabei das Kerngeschäft: „Wir unterstützen weiterhin unser angestammtes und vielschichtiges Kundenpotenzial. Die Kernkundenschicht ist absolut vorrangig.“