

REPARATURPLATTFORM

»Netzwerk sukzessive ausweiten«

Repareo verspricht Werkstätten Mehrumsätze ohne administrativen Aufwand. Daher investiert die Plattform in die Anbindung bestehender Systeme und die Analyse des Kundenverhaltens.

von Ralph M. Meunzel

Repareo war als Online-Ratgeber rund um den Kfz-Werkstattbesuch gestartet. Seit Mai 2020 können sich Werkstattbetreiber zudem mit einem eigenen Profil präsentieren, über Leistungen und Preise informieren und Terminanfragen erhalten. Philipp Haac leitet seit Sommer zusammen mit Gründer Moritz Breiding die Geschäfte der Reparaturplattform. Er erklärt, wie das Geschäftsmodell aussieht und was die Plattform weiter vorhat.

AH: Herr Haac, was ist Repareo?

P. Haac: Für Autofahrer der einfachste Weg zu einem (stressfreien) Werkstattbesuch und für Werkstätten eine Möglichkeit, an Mehrumsätze ohne administrativen Aufwand zu kommen.



» Wir sind fest davon überzeugt, dass es eine Plattform geben kann, die sowohl Autofahrern als auch Autohäusern und Werkstätten Spaß macht. «

Philipp Haac, CEO Repareo

AH: Warum braucht die Welt eine weitere Servicebörse?

P. Haac: Wir haben uns als Konsumenten daran gewöhnt, dass unsere Einkäufe innerhalb weniger Minuten nach Hause geliefert werden, wir ganze Urlaube mit nur einem Klick buchen, online den Arzt unseres Vertrauens finden und während eines Meetings auf dem Smartphone einen Tisch im Lieblingsrestaurant reservieren. Mobilität ist ein sehr wichtiges Gut. Und trotzdem wird diesem Anspruch heute kaum jemand im Automotive Aftersales gerecht. Genau hier unterstützen wir unsere Nutzer und Partner gleichermaßen.

AH: Wer steht hinter dem Portal?

P. Haac: Wir sind ein unabhängiges Team von E-Commerce-Experten mit einigen Jahren Automotive-Erfahrung. Und viel wichtiger: fest davon überzeugt, dass es eine Plattform geben kann, die sowohl Autofahrern als auch Autohäusern und Werkstätten Spaß macht.

AH: Servicebörsen konnten sich bisher nicht besonders nachhaltig durchsetzen. Was machen Sie anders?

P. Haac: Wir hören auf unsere Partnerwerkstätten und sind uns bewusst, dass die besten Werkstätten im Land nur selten ein Auslastungsthema haben. Eine Anforderung bei der Entwicklung von Repareo war daher, dass wir neben der Umsatzsteigerung auch dabei helfen, den administrativen Aufwand im Autohaus zu reduzieren. Daher investieren wir signifikant in die Anbindung bestehender Systeme. So können wir z. B. per Robotics oder Schnittstellen freie Termine anzeigen und Repareo-Buchungen direkt in die Kalender der Werkstätten einbuchten. Außerdem erstellen wir online einen Kostenvoranschlag mit Arbeitspositionen und Ersatzteilen nach Herstellervorgabe und dem individuellen Stundenverrechnungssatz des Autohauses. Das

bedeutet, unsere Partner bekommen Neukunden genau dann, wenn ein Termin frei ist. Und das ohne den administrativen Aufwand für Angebotserstellung, vorherige – meist telefonische – Abstimmung der Kosten und freien Termine.

Geschäftsmodell

AH: Wie sieht das Geschäftsmodell aus?

P. Haac: Wir vereinbaren in der Regel eine monatliche sowie eine faire transaktionale Gebühr.

AH: Was hat der Kunde davon?

P. Haac: Er wird online und in Echtzeit informiert, findet die Werkstatt, die zu ihm passt, und kann bequem 24/7 online buchen. Der Service ist für den Kunden komplett kostenfrei.

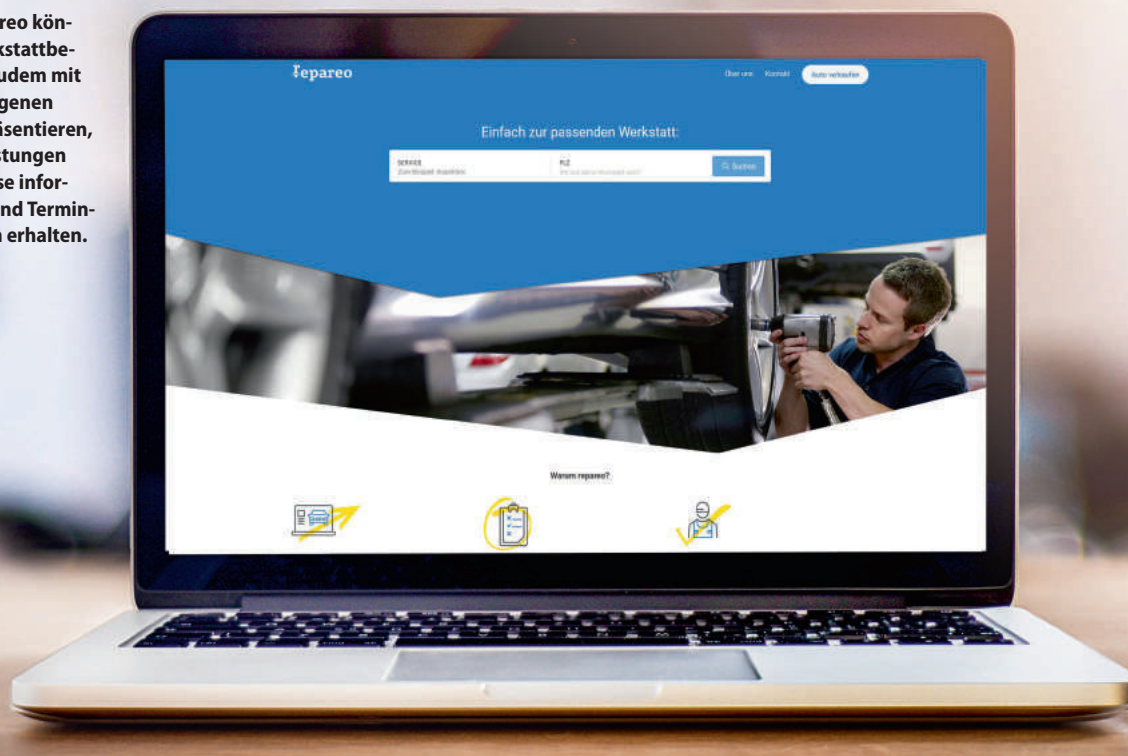
AH: Was hat die Werkstatt davon?

P. Haac: In erster Linie gut informierte Kunden, ohne administrativen Aufwand direkt in die Autohaus-Systeme genau dann, wenn eine Bühne frei ist.

AH: Warum soll sich eine Vertragswerkstatt bei Ihrer Börse listen lassen?

P. Haac: Nahezu alle Autofahrer informieren sich online über anstehende Arbeiten. Und es ist nicht trivial, das Vertrauen der Kunden online zu gewinnen. Unsere Kernaufgabe ist es, Kunden online zu finden, optimal zu informieren und eine tolle User Experience zu bieten, sodass sie gerne einen Termin buchen. Hierfür analysieren wir täglich das Nutzerverhalten auf unserer Plattform und testen Hypothesen-basiert, welche Maßnahmen dem Kunden genau das Vertrauen geben, um online zu buchen. Und das tun wir auf zahlreichen Kanälen mit dem Ziel, möglichst viele Kunden zu unseren Partnern zu bringen. Die Kanäle sind neben Suchmaschinen, Social Media, Kooperationen mit etablierten Online-Plattformen auch die Ansprache von B2B-Kunden. Allein

Bei Repareo können Werkstattbetreiber zudem mit einem eigenen Profil präsentieren, über Leistungen und Preise informieren und Terminanfragen erhalten.



tausende – von Kfz-Meistern – geschriebene Blog-Seiten informieren unsere Nutzer seriös über anstehende Reparaturen. Das kann ein Autohaus allein kaum leisten.

Fünf Kern-Kriterien

AH: Was muss die Werkstatt tun, um bei Kundenanfragen oben dabei zu sein?

P. Haac: Wir haben fünf Kern-Kriterien identifiziert, nach denen unsere Nutzer entscheiden. Diese sind: Markenzugehörigkeit, Entfernung, Terminverfügbarkeit, Empfehlungsrate und Preis. Unser Anspruch ist es, den optimalen Match zwischen Kundenanforderung und Werkstattleistung zu finden.

AH: Wie sieht das Bezahlmodell aus?

P. Haac: Die Autofahrer bezahlen aktuell im Autohaus den Preis des Autohauses.

AH: Führt das Listing nicht zu einem verschärften Preiskampf?

P. Haac: Eine Preiseinschätzung ist wichtig, weil die Kunden erwarten, vor dem Werkstatttermin eine seriöse Einschätzung zu bekommen und es zudem administrativen Aufwand aus dem Autohaus fernhält. Unsere Erfahrung zeigt aber auch, dass der Preis nicht unbedingt das

» **Der Preis ist nicht unbedingt das wichtigste Kriterium. Empfehlungsrate, Entfernung, Marke und Terminverfügbarkeit spielen ebenfalls eine große Rolle.** «

Philipp Haac, CEO Repareo

wichtigste Kriterium ist. Empfehlungsrate, Entfernung, Marke und Terminverfügbarkeit spielen ebenfalls eine große Rolle.

Neue Services und Partner

AH: Wie viele Anfragen haben Sie inzwischen monatlich? Wie viele Kunden entscheiden sich dann für eine gelistete Werkstatt (conversion rate)?

P. Haac: Wir haben eine sechsstellige Anzahl Nutzer pro Monat, die online ein Angebot bei uns erhalten. Die Conversion Rate schwankt stark nach Service.

AH: Wie hoch (in Euro) ist der vermittelte Auftrag im Durchschnitt?

P. Haac: Wir haben uns im ersten Schritt bewusst auf wenige Services wie Inspekti-

on und Zahnriemenwechsel fokussiert und rollen in den nächsten Wochen auf weitere Services aus. In ersten Pilotierungen könnten wir auch große Warenkörbe wie Steuerketten und Motorinstandsetzungen online convertieren.

AH: Wie viele Vertragswerkstätten und freie Werkstätten sind inzwischen dabei?

P. Haac: Wir sind stolz darauf, einen Mix aus Vertragswerkstätten, Ketten und freien Betrieben anbieten zu können. Wir haben die letzten Monate bewusst auf ein Netzwerk von nur rund 500 Werkstätten gesetzt, welches wir nun sukzessive ausweiten. Wichtig ist für uns ein hohes Qualitätsniveau, um eine sehr hohe Kundenzufriedenheit sicherzustellen. An diesem Anspruch werden wir auch in Zukunft festhalten.

AH: Welche Arbeiten werden am stärksten nachgefragt?

P. Haac: Die Wahrheit ist, dass alle Arbeiten online angefragt werden. Mittlerweile wird fast jede Kaufentscheidung zunächst online unter die Lupe genommen. So sehen wir Anfragen zu allen Themen, die rund ums Fahrzeug anfallen.

AH: Vielen Dank für das Gespräch! ■