



Online-Auktionen für gebrauchte Fahrzeuge sind besonders beliebt

Gebraucht und beliebt!

Hat ein Flottenfahrzeug nach einer gewissen Zeit ausgedient, werden verschiedene Prozesse angestoßen. Unter anderem zählt das Remarketing für das Auto dazu. Diesen Schritt übernehmen oftmals professionelle Unternehmen mit einem weitreichenden Netzwerk und entsprechend großen Fahrzeugauktionen. Flottenmanagement hat den Markt und die Entwicklungen bei der Wiedervermarktung näher betrachtet.

Eine Auktion ist eine spannende Sache, vor allem wenn das Interesse für den zu versteigernden Gegenstand entsprechend groß ist. So ging vor einigen Wochen die Nachricht vom versteigerten Bild des bekannten Graffiti-Künstlers Banksy, das bei einer Auktion für eine Millionensumme verkauft wurde, um die Welt. Nicht wegen des erzielten Preises, sondern vielmehr weil sich das Bild „Girl with Balloon“ im Anschluss der Auktion mit einem im Rahmen versteckten Schredder selbst zerstört hatte. So viel dazu. Bei Auktionen mit gebrauchten Autos ist das Interesse ebenfalls groß. Von künstlerischen Selbstzerstörungen bei solchen Versteigerungsobjekten ist indes noch nichts bekannt.

Besonders beliebt sind Online-Auktionen. Marc Berger, Vorstandsmitglied der Auktion & Markt AG, blickt zurück: „Für die Vermarktung von Flottenfahrzeugen, aber auch was die Vermarktung generell angeht, sind Online-Auktionen zwischenzeitlich ohne Zweifel das effektivste Medium mit der höchsten Reichweite. Als wir 1988 begonnen haben, war das noch anders. Damals wurden gebrauchte Fahrzeuge bei uns ausschließlich über klassische Live-Auktionen vermarktet – zunächst direkt auf dem Gelände des Einlieferers vor Ort, später dann auch in unseren acht Auktionszentren in Deutschland. Steigende Volumen, die Schnelligkeit des Gebrauchtwagen-geschäfts, grenzübergreifender Handel sowie die zunehmende Etablierung

des Internethandels haben uns bereits frühzeitig dazu bewogen, in unsere Auktionsplattform Autobid.de zu investieren. Heute finden dort nahezu alle Auktionen statt – online und in Echtzeit. (...)“ Jost Dieckhaus, Director Remarketing Europe von der AUTO1 Group GmbH, führt aus: „Online-Auktionen zeichnen sich durch eine schnellere Abwicklung und eine hohe Reichweite aus – insbesondere werden auch Käufer im Ausland angesprochen. Die Möglichkeit, zeitlich und örtlich ungebunden auf B2B-Ware zu bieten ist für Käufer deutlich komfortabler.“ Martin Peters, Director Remarketing Services von der ARI Fleet Germany GmbH, bestätigt den Trend in Richtung Online-Auktionen. „Gleichzeitig sehen wir aber auch eine erhöhte Nachfrage nach alternativen Verkaufskanälen wie Sofortkauf-/Festpreis-Portalen“, so Peters.

Von einer interessanten Weiterentwicklung im Onlinebereich berichtet Florian F. Stumm, Prokurist und Sales Director Fleet & Buyers bei der Audatex AUTOonline GmbH: „(...) Wir haben unsere Online-Auktionen um Live-Auktionen, sogenannte SPEEDbid-Runden, erweitert. Je nach Beschaffenheit der Fahrzeuge werden diese für offene, geschlossene und/oder zeitlich limitierte SPEEDbid-Runden zusammengestellt. Wird der Mindestpreis erreicht, kommt es nach Auktionsende automatisch zum Verkauf. Dadurch können wir den Online-Prozess noch weiter beschleunigen.“

(Fortsetzung auf S. 98)

Restwertsteigernde Faktoren

Der Kauf eines Autos ist in der Regel das Ergebnis eines längeren Entscheidungsprozesses. Dabei sollten einige Dinge berücksichtigt werden, so auch dass sich bestimmte Ausstattungsmerkmale beim Wiederverkauf restwertsteigernd auswirken (können), wie Marcus Nissen, stellvertretender Geschäftsführer AUTOROLA GmbH, erklärt: „Für eine spätere Wiedervermarktung sind die Neuwagenkonfigurationen von entscheidender Bedeutung. So sollten die Fahrzeugklassen-spezifischen ‚Muss-Ausstattungen‘ wie beispielsweise Automatik, Navigation und LED-Scheinwerfer bei der oberen Mittelklasse in jedem Fall vorhanden sein, da der Gebrauchtwagenkunde diese Ausstattungsmerkmale schätzt und entsprechend vergütet. Diese Ausstattungen entscheiden später über Restwerte und Standzeiten.“ Andreas Bank, Head of Dealer, Corporate & Fleet Solutions, BCA Autoauktionen GmbH, ergänzt: „Fuhrparkleiter sollten wertsteigernde Ausstattungsvarianten wählen, natürlich die neuesten Antriebstechnologien und gängige Farben.“ Florian F. Stumm von der Audatex AUTOonline GmbH geht auf einen weiteren Aspekt ein: „(...) Unbedingt empfehlenswert ist die Prozesseinbindung eines Kfz-Sachverständigen. Dieser (...) übernimmt die Dokumentation des Fahrzeuges und kümmert sich um eine professionelle Fotostrecke. Die Qualität der Fotos ist für eine Online-Auktion von essentieller Wichtigkeit. Je besser das Fahrzeug beschrieben ist, desto höher sind die Restwerte, da Aufkäufer nicht ‚die Katze im Sack‘ kaufen möchten.“

Gesamtpaket der Remarketer

In den letzten Jahren haben die Wiedervermarkter ihr Leistungsportfolio immer weiter ausgebaut. Bei AUTOROLA beispielsweise enthält das Remarketing-Paket zuerst eine kompetente Beratung bezüglich einer idealen Vermarktung und Abwicklung der Fahrzeuge des Flottenbetreibers, sagt Marcus Nissen. Hier würde es unter anderem um Auktionsform, Zielgruppenauswahl, Nachfragegenerierung, Fahrzeugdarstellung, -bewertung und -bepreisung gehen. Mit einem eigenen Vertriebsteam gehe man die Kernaufgabe an, den richtigen Kunden für das richtige Fahrzeug zu finden. Grundsätzlich trete das Unternehmen bei der Vermarktung von Flottenfahrzeugen als Zwischenhändler auf. „Das bedeutet, dass wir die Fahrzeuge auf Basis der Auktionsergebnisse vom Flottenbetreiber ankaufen und diese 1:1 an den kaufenden Händler fakturieren. Der Flottenbetreiber erhält somit alle Services, Zahlungen und Reklamationsunterstützung aus einer Hand“, so Nissen weiter. Bei BCA Autoauktionen spricht Andreas Bank von einem ganzheitlichen Remarketing-Service. Dieser umfasse die gesamte Wertschöpfungskette vom Pre-Sale über die Vermarktung bis zum After-sales. „Konkret bieten wir ein Flottentool an, mit dem die Fahrzeuge verwaltet und auch ausgesteuert werden können inklusive individueller Services wie zum Beispiel Umrüstung oder Abmeldung. Eine Transportlösung gehört selbstverständlich auch dazu. Fahrzeuge werden bei uns bebildert, beschrieben, je nach Auftrag des Einlieferers von einem externen Unternehmen begutachtet und aufbereitet sowie für den anschließenden Ver-

REMARKETING (AUSWAHL)

| Firma (Name und Internetseite): | ARI Fleet Germany GmbH www.arifleet.de ARI Remarketing Services www.ari-remarketing.com | Audatex AUTOonline GmbH www.autoonline.de | AUTO1.com GmbH www.AUTO1.com | Auktion & Markt AG www.autobid.de |
|---|---|---|---|---|
| Anzahl der Niederlassungen in Deutschland/International | 2.680 weltweit | 2/29 | 105/350 in Europa | 8 Auktionszentren; 7 Logistikzentren/7 Auslandsvertretungen in Europa |
| Anzahl der vermarkteten Fahrzeuge pro Jahr in D (B2B) | k. A. | Januar bis September 2018 Vermarktung von rund 171.000 Fahrzeugen | 420.000 (2017) | 121.243 Einheiten europaweit (B2B) in D: keine Angabe (2017) |
| Vermarktungsschwerpunkte | Pkw und Transporter jeglichen Alters ohne km-Begrenzung, Nutzfahrzeuge und Flurförderzeuge | Pkw, Transporter, Lkw, Sonderfahrzeuge, Baumaschinen, gebrauchte sowie verunfallte Fahrzeuge etc. | Gebrauchtfahrzeuge, Flottenrückläufer, Unfallfahrzeuge, Leasingrückläufer, Pkw, Exportfahrzeuge, leichte Nutzfahrzeuge | Pkw und leichte Nutzfahrzeuge, verstärkt auch Sonder- und Kommunalfahrzeuge |
| Services und Programme für Flottenkunden | Ermittlung optimaler Austauschzeitpunkt; ARI Remarketing Service; ARI BuyDirect; Ermittlung optimaler Verkaufskanal (Festpreis, Auktion, Ausschreibung); Stilllegung; Fotobox; Dokumentenmanagement; Inkassodienstleistungen; Veredelung Fahrzeugdaten; Quick Payment | über 4.400 Aufkäufer; faires Preissystem; revisionssicher; internationale Vermarktung; Abwicklung aus einer Hand; kostenloser Einstellservice; Archivfunktion | Erarbeitung eines Vermarktungskonzeptes; Übernahme von Inkasso-, Reklamations- und Exportrisiko; Full Service bei der Abwicklung inkl. Logistik und Abmeldung | fachliche Beratung; Optimierung der Haltezeiten; Restwertstabilisierung; Optimierung der Aussteuerung |
| Klassische Auktionen | nein | ja | ja | ja |
| Vor-Ort-Auktionen | nein | nein | ja | ja |
| Online-Auktionen | ja | ja | ja | ja |
| Fahrzeugbegutachtung | ja | optional | ja | ja |
| Fahrzeugaufbereitung | ja | optional | ja (nur nach Absprache) | ja |
| Transport und Logistik | ja | ja, kostenlose Abholung des Fahrzeugs durch den Aufkäufer | ja | ja |
| Welche Reportings/Analysen? | Verkaufsreports, tägliche Bestandslisten, Tracking und Reporting aller Remarketingaktivitäten pro Fahrzeug | diverse und ausführliche Reportings/Analysen je nach Kundenwunsch verfügbar | tagesaktuelle Reportings nach Absprache mit dem Kunden | detaillierte Reportings und Analysen als Standard; zusätzliche Auswertungen entsprechend dem Anforderungsprofil der jeweiligen Auftraggeber |
| Kontakt für den Fuhrparkleiter | Martin Peters Tel.: 06196/700101, Mobil: 0163/3050518 E-Mail: mpeters@arifleet.de | Florian F. Stumm Tel.: 02131/7180261 E-Mail: florian.stumm@ax-ao.de | Paul Thiers Tel.: 0151/68918153 E-Mail: paul.thiers@auto1.com | Uwe Brandenburger Tel.: 0172/7935988 E-Mail: ubrandenburger@auktion-markt.de |

kauf präsentiert. (...) Im Aftersales kümmern wir uns beispielsweise um die Rechnungsabwicklung und den Geldfluss sowie etwaige Reklamationen.“

Gewährleistungen für Verkäufer und Käufer

Da beim Kauf von gebrauchten Fahrzeugen meist Summen im vier- oder fünfstelligen Bereich gezahlt werden, ist die sichere Abwicklung des Ganzen für Verkäufer als auch Käufer von hoher Priorität. Hier sind die Unternehmen, wie bereits im Absatz zuvor angedeutet, umfassend aufgestellt. „Bei einem Verkauf an Privatkunden übernimmt die DAT AUTOHUS AG sämtliche Gewährleistungspflichten, Zahlungs- und Abwicklungsrisiken. Zudem werden Kunden aller Segmente (Endverbraucher, Business- & Exportkunden) umfangreiche, auf die jeweiligen Bedürfnisse zugeschnittene Garantiepakete angeboten“ sagt Thomas von Blumenthal, Account Manager bei der DAT AUTOHUS AG. Patrick Schröder, Geschäftsführer der CarsOnTheWeb. Deutschland GmbH sowie der Car Quality Services GmbH, bietet mit seinem Unternehmen unter anderem auf Wunsch die Lieferung ins Käuferland ohne vorherige Bezahlung, ein Zahlungsziel innerhalb von sechs Wochen, ein eigenes Reklamationsmanagement und eine Kundenbetreuung in 19 Sprachen mit Muttersprachlern an.

Digitalisierung überall

Sie ist in aller Munde und wird auch bei den Wiedervermarktern durchweg als der Trend schlechthin genannt. So sagt Florian F. Stumm von Audatex

AUTOonline: „Die Digitalisierung macht es möglich, dass neue und innovative Anbieter mit guten Ideen das Remarketing-Geschäft beleben. Die – seit Jahren zu beobachtende – Abnahme der physischen Fahrzeugverkäufe bestätigt diese Technologieentwicklung. Wir setzen ebenfalls auf webbasierte Lösungen. (...) Das Ziel ist es, die Arbeitsabläufe effizienter, transparenter und komfortabler zu gestalten – voll digital eben.“ Martin Peters von ARI Fleet Germany bestätigt: „Internetbasierte Verkaufsmodelle werden eine immer größere Bedeutung gewinnen; auch die Digitalisierung im Autohandel wird weiter fortschreiten.“ Zudem nennt er einen weiteren Aspekt neben der Digitalisierung: „Die Elektromobilität wird neue Herausforderungen und Chancen im Remarketing bringen und für den Verkauf der Dieselmodelle werden neue Konzepte in den nächsten Jahren benötigt. (...)“ Marc Berger von Auktion & Markt hat vor allem die alternativen Antriebe im Blick: „Die Entwicklung und Durchsetzung [dieser] (...) wird auch vor den Flottenbetreibern nicht Halt machen – auch wenn diese nicht so schnell voranschreitet, wie allgemein erwartet. Als Remarketing-Spezialist stellen wir uns schon heute sowohl technisch als auch vertriebsseitig darauf ein.“

So lässt sich festhalten: Die Zukunft wird spannend, vor allem in Bezug auf die weiteren Entwicklungen im Online-Bereich und durch die zunehmenden Verlagerungen bei den Antriebsarten. Ebenfalls dürfte das Thema Diesel bei den Wiedervermarktern große Beachtung finden, denn hier stehen sie künftig vor einer großen Herausforderung.

| | AUTOROLA GmbH www.autorola.de | BCA Autoauktionen GmbH www.bca.com | CarsOnTheWeb.Deutschland GmbH www.carsontheweb.de Car Quality Services GmbH (GWListe by CarsOnTheWeb) www.gwliste.de | DAT AUTOHUS AG www.autohus.de |
|--|--|--|---|--|
| | 1/20 | 5/50 | 2/5 in Europa | 3 |
| | 450.000 gehandelte Fahrzeuge in Europa | ca. 120.000 | ca. 25.000 Fahrzeuge aus Deutschland, nach Deutschland und in weitere 50 Länder | 16.850 |
| | Pkw, Transporter, Lkw, Baumaschinen und Unfallfahrzeuge als Rückläufer von OEMs, Leasinggesellschaften, Banken, Kauffloten, Vermietern u. Händlern | Auktionen (vor Ort u. online), Sofortkauf, Telesales | Gebrauchtfahrzeuge aller Art (Flottenfahrzeuge, Ex-Leasingfahrzeuge, Inzahlungnahmen usw.) | Flottenfahrzeuge und Leasingrückläufer |
| | Vermarktung über Autorola MARKETPLACE; maßgeschneiderte Flottendienste; Flottenmanagementprozesse von der Akquisition bis zum Remarketing; Echtzeitdaten; strategische Anleitungen zur Effizienzsteigerung | Flotten-Tool; internationale Logistik; Abmeldung; Mindertwertgutachten; Aufbereitungspakete; Bebilderung; Katalogisierung; Marketing; Nachfrageanalyse und -generierung; Aftersales wie Inkassoservice; Reporting; persönliche Beratung; Reklamationsklärung; Exportabwicklung | Fahrzeugbegutachtung; nationale u. internationale Fahrzeugvermarktung; Rechnungssinkasso und Zahlung innerhalb 2 Werktagen; Reklamationsbearbeitung; Transport zu einem Lagerplatz; Fahrzeugabmeldung | Direkter Ankauf durch DAT AUTOHUS AG; DA – Direkt : verbindlicher Ankauf der Fahrzeuge im Rahmen zuvor fixierter Performance; DA – Komfort : Verkauf im Auftrag des Einlieferers |
| | ja | ja | ja | nein |
| | nein | ja | nein | möglich |
| | ja | ja | ja | möglich |
| | ja | ja | ja | ja |
| | ja | ja | ja | ja |
| | ja | ja | ja | ja |
| | Data-Warehouse mit sämtlichen Daten aus 15 Jahren europäischer Remarketing Erfahrung | kundenindividuell | auf Kundenwunsch | kundenindividuell |
| | Marcus Nissen Tel.: 040/1803700 E-Mail: mn@autorola.de | Detlef Hochgeschurz Tel.: 0151/10816294 E-Mail: detlef.hochgeschurz@bca.com | Florian Kracheel Tel.: 0172/8993322 E-Mail: florian.kracheel@carsontheweb.de | Thomas von Blumenthal Tel.: 0171/8468112 E-Mail: t.vonblumenthal@autohus.de |