



Auktion

GEBOTE PER MAUSKLICK

Fahrzeugauktionen finden heute meist online statt – oder in einer Kombination aus live und digital.

Es herrscht hektische Betriebsamkeit im BCA-Auktionszentrum in Neuss. Auf dem riesigen Gelände in der Floßhafenstraße werden Gebrauchtwagen auf ihren großen Auftritt vorbereitet: gewaschen, poliert, ausgesaugt, vor der Auktionshalle aufgereiht und schließlich einzeln vorgeführt – bis der Hammer fällt. Auf den Besucherrängen ist nicht viel los, die Reihen sind dünn besetzt. Dafür haben sich umso mehr Interessenten online zugeschaltet und geben ihre Gebote per Mausclick ab. Der einstige Trend von physischen zu Online-Auktionen ist

längst Standard. Bis zu 600 Bieter meldeten sich im letzten Jahr pro Versteigerung bei BCA an. Die Grenzen zwischen live und digital waren fließend. In diesem Jahr scheint es so, als wolle das Traditionsunternehmen keine Unterscheidung mehr vornehmen. Beide Versteigerungsformen gehören ganz selbstverständlich zum Geschäftsmodell.

» Live- und Online-Auktionen verschmelzen

Das trifft auch auf Autobid.de zu. Die Onlinesparte der Auktion & Markt AG kombiniert seit dem letzten Jahr physische und die sogenannten Netlive-Versteigerungen. Dass diese Entscheidung richtig war, deutete sich schon 2011 an: Im Schnitt kamen 70 Besucher in eines

der acht Auktionszentren, aber rund 1.100 verfolgten die Versteigerung online.

ALD Autoleasing hat sich 2012 von den physischen Auktionen ganz verabschiedet und bietet die Leasingrückläufer nur noch unter dem virtuellen Hammer an. Damit erhöhte sich sprunghaft die Anzahl der Auktionen von 67 (physisch + online) im Jahr 2011 auf 161 im letzten Jahr und auf 190, die für dieses Jahr geplant sind.

» Ein Gefühl für die Kunden bekommen

Einen entgegengesetzten Weg geht Autorola Deutschland: Das für Online-Auktionen bekannte Unternehmen mit dänischen Wurzeln will künftig quartalsweise physische Versteigerungen durchführen. Mangels ei-

gener Räumlichkeiten finden diese Veranstaltungen beim Einlieferer statt. Wie viele andere reine Online-Unternehmen auch hat Autorola erkannt, dass der direkte Kontakt zu den Kunden fehlt. Händler, die auf der Plattform Fahrzeuge ersteigern, haben zwar Namen und Nummern, aber kein Gesicht. Physische Versteigerungen bieten die Möglichkeit, sich mit den Besuchern zu unterhalten und auf diese Weise zu erfahren, wie der Autohandelsmarkt tickt.

» Zufriedenstellende Entwicklung

Die Verkaufsquoten der Auktionsunternehmen, die in der Übersicht auf den folgenden Seiten ihre Zahlen offenlegen, betragen zwischen 45 und 100 Prozent. Alle sind mit der Geschäftsentwicklung im vergangenen Jahr zufrieden,

wie aus den Statements der Geschäftsführer deutlich wird.

Die Fahrzeuge, die ALD nicht über die Auktion im B2B-Geschäft vermarktet, werden in den drei Car-Outlets Endkunden angeboten. Auto-Auktionen-Europa hat sich auf Fahrzeuge aus Insolvenzen und Liquidationen spezialisiert, die allesamt einen Käufer finden.

Carsontheweb gibt keine Verkaufsquote an, gesteht aber ein, dass der Verkaufserfolg vom Angebot abhängig ist und von Land zu Land variiert. Damit offenbart die internationale Plattform mit Hauptsitz in Belgien die größte Herausforderung aller Auktionsunternehmen: am Drehkreuz zwischen Einlieferer und Bieter dafür zu sorgen, dass beide Seiten zufrieden sind.

SILVIA LULEI



Foto: ALD Automotive

Michael Leder, Direktor Remarketing, ALD Automotive:

„Wir wickeln unsere Auktionen seit 2012 rein online über unsere internationale Plattform ALD Carmarket ab – und das mit großem Absatzerfolg. Die Händler schätzen die Vorteile, wie zum Beispiel den Fahrzeugkauf von zu Hause aus, die transparente Angebotsstruktur sowie die Fahrzeugexperten mit den Zustandsbeschreibungen. Eine Umfrage aus dem Jahr 2012 hat ergeben, dass 95 Prozent unserer Kunden erneut kaufen oder die Auktionsplattform weiterempfehlen würden. Wir sind also den richtigen Schritt gegangen!“



Foto: Alpha Online

Olaf Bock, Geschäftsführer, Alpha Online:

„Wir hatten 2012 eine sehr erfreuliche Nachfrage nach unseren Auktionen, gerade von neuen Kunden. Bei dem Gesamtvolumen der versteigerten Fahrzeuge zeichnete sich eine leichte Tendenz nach oben ab. Da wir im hochpreisigen Segment tätig sind, war auf der Nachfrageseite keine wesentliche Veränderung zu spüren, aber der Wunsch unserer Kunden nach individuellen Lösungen war deutlich – interessanterweise auch bei kleineren Unternehmen.“



Foto: SLX

Jürgen Heyne, Geschäftsführer von Auto-Auktionen-Europa:

„Der Fahrzeugmarkt in Deutschland – und Europa – geht weiter nach unten. Händler berichten uns immer wieder, dass sie selbst bei günstigen Einkaufspreisen vorsichtig agieren und sich nichts mehr so gerne auf ‚Halde‘ stellen wollen. Umso mehr sind wir erfreut, dass sich das Bieterniveau auf unserer Plattform trotz zurückgegangenem Geschäft für die Einlieferer weiter gehalten hat.“



Foto: Autobid.de

Marc Berger, Vorstand Autobid.de:

„Autobid.de konnte 2012 rund 5.000 Fahrzeuge mehr vermarkten als im Jahr zuvor. Im letzten Jahr stand der Ausbau unserer europaweiten Aktivitäten im Fokus. Bereits im ersten Jahr unserer Kooperation mit einem griechischen Lizenzpartner wurden 1.300 Fahrzeuge aus dem Großraum Athen erfolgreich versteigert. In Kroatien konnten wir unsere erste Vertretung zur Kundenbetreuung aller südosteuropäischen Märkte etablieren. Hier führen wir überwiegend geschlossene Hersteller-Auktionen durch, zu denen ausgewählte Teilnehmerländer zugelassen sind. Auch in Italien und den Niederlanden konnten wir unser Volumen steigern und bieten heute wöchentliche Auktionen an.“



Foto: Autorola

Thomas Andresen, Geschäftsführer, Autorola Deutschland:

„Unseren deutschen Käufern wollen wir ab der zweiten Jahreshälfte auch eine Finanzierung und eine professionelle Logistik inklusive Dokumentenmanagement anbieten. Zudem soll der Bieter künftig bei jedem Gebot live mitverfolgen können, wie hoch die Kosten für Kauf- und Transportgebühren sind. Somit hat er jederzeit den Gesamtpreis im Blick. Und für den Einlieferer möchten wir der Partner sein, der einen schnellen, sicheren und transparenten Ablauf garantieren kann und die höchsten Preise erzielt.“



Foto: BCA

Sebastian Lins, Director Sales & Marketing, BCA Autoauktionen:

„2012 sind wir im Vergleich zum Vorjahr gewachsen, obwohl die Restwerte einiger Volumenmodelle unter Druck waren. 2013 werden wir uns vor allem auf den Ausbau unserer Dienstleistungen wie zum Beispiel BCA Markt-Preis und die Stärkung unseres Online-Bereichs konzentrieren.“



Foto: Carsontheweb

Thomas Bala, Geschäftsführer Deutschland, Carsontheweb:

„Aufgrund unserer Ausrichtung bei Carsontheweb bieten wir Leasinggesellschaften, Mietwagenfirmen, Carsharing-Unternehmen, Fuhrparkbesitzern und Markenhändlern die Möglichkeit, ihre Fahrzeuge (Leasingrückläufer, Inzahlungnahmen etc.) risikolos erfolgreich an eine gesamteuropäische Käuferbasis zu vermarkten. Dabei stellt Carsontheweb nicht nur die IT-Plattform und die Käuferbasis von mehr als 18.000 Händlern in West- und Osteuropa, sondern kümmert sich auch um den gesamten Aftersalesprozess inkl. Inkasso und Exportdokumentation.“

	ALD Autoleasing D		Alpha Online	Auto-Auktionen-Europa	Autobid.de
Einlieferer	nur B2B		nur B2B	B2B + Privatkunden	
Niederlassungen national	Dorfmark		Hamburg	Seligenstadt	8 Auktionszentren
Niederlassungen international					Auktionszentren 8 Auslandszentren
Anteil der Angebote aus dem Ausland 2012	0		10%	0	
Anteil der Angebote aus dem Ausland 2011	0		5%	0	
Anteil der Käufer aus dem Ausland 2012	0		20%	28%	
Anteil der Käufer aus dem Ausland 2011	20%		20%	25%	
Auktionsform	online	physisch (ab 2012 nicht mehr)	online	online	online
Auktionsrhythmus	4 Auktionen/Woche		regelmäßig	3-4 Auktionen/Woche	täglich Mo bis Sa
Auktionen 2011					
Durchgeführte Auktionen	14	53	352	206	1.238
Angebote Fahrzeuge	815	7.057	36.000	1.066, davon 805 Pkw	77.500
Verkaufte Fahrzeuge	326	4.145	30.200	1.013	57.350
Auflösungsquote	40%	59%	84%	97 %	74%
Anzahl der Bieter	400 - 600	650	6.200	3.803	3.700 Besucher vor der Auktion, ca. 1.100 Bieter während der Auktion, Teilnehmer aus 35 Ländern
Auktionen 2012					
Durchgeführte Auktionen	161		378	188	1.512
Angebote Fahrzeuge	18.500		38.000	515	114.000
Verkaufte Fahrzeuge	8.430		32.000	509	70.000 an Online-Käufen 12.000 an Vor-Ort-Käufen
Auflösungsquote	45 %/Rest über die 3 Car-Outlets an Endkunden		85%	99%	72%
Anzahl der Bieter	k.A.		6.500	4.150	
Ziel 2013					
Durchgeführte Auktionen	190		400	vor Relaunch der Website im Februar: 17, danach bis Mai: 41 Auktionen	k.A.
Angebote Fahrzeuge	18.000		40.000	173 aus Insolvenz/Liquidationen; 16 Händlerangebote	120.000 inkl. Netlive
Verkaufte Fahrzeuge	9.000		35.500	173 aus Insolvenz/Liquidationen; 0 aus Händlerangeboten	90.000
Auflösungsquote	50 %/Rest über die 3 Car-Outlets an Endkunden		89%	100 % aus Insolvenz/Liquidationen; 0 % aus Händlerangeboten	75%
Anzahl der Bieter	k.A.		6.500	4.726 (Stand 29.4.2013)	k.A.
Kontakt	ALD Autoleasing D GmbH , Michel Leder, Becklinger Straße 23, 29683 Dorfmark, Tel. 05163/9896-10, michael.leder@aldautomotive.com, www.ald.de, www.ald-caroutlet.de		Alpha Online GmbH , Roland Michael, Glockengießervall 26, 20095 Hamburg, Tel. 040/669066916, rmichael@alphaonline.de, www.alphaonline.de	Heyne GmbH , Ferdinand-Porsche-Str. 21-23, 63500 Seligenstadt, Geschäftsleitung: Jürgen Heyne; Assistent der Geschäftsleitung: Hermann Schleip; jh@heyne-gmbh.de, hs@heyne-gmbh.de, Tel.: 06182/85-425	Autobid.de , Sandbornstraße Berger, Tel. 0611/20516-0

