

Schnäppchenjagd im Gebrauchtwagenhandel

Hamburg, 03.08.2023

Kann man mit gebrauchten Fahrzeugen, die in Auktionen ersteigert wurden, noch Geld verdienen? Die Antwort lautet in der Regel ja. Allerdings sind einige Schritte notwendig, um einen langfristigen und nachhaltigen Einkauf zu gewährleisten.

It's a match: Vor dieser Entscheidung steht man zuweilen nicht nur privat; auch im Berufsleben kann die Wahl des Partners den wirtschaftlichen Erfolg oder Misserfolg bestimmen. „Dabei sollte man die Zielgruppe nicht außer Acht lassen: die Endkunden. Denn für sie ist nicht nur der Preis entscheidend, sondern auch das Gefühl von Sicherheit beim Erwerb des Gebrauchtwagens. Warum kauft man das Auto bei mir und nicht bei der Konkurrenz oder einem privaten Anbieter? Diese Frage sollten Einkäufer stets im Hinterkopf behalten“, betont Peter Gawron, Head of Business Development Management bei Autorola Marketplace. Folgende Faktoren können bei der Auswahl helfen:

- Hat der Partner langjährige Erfahrung in der digitalen Vermarktung?
- Wie steht es um die Einheitlichkeit, Schnelligkeit und Transparenz der Prozesse im Hinblick auf eine langfristige und routinierte Zusammenarbeit?
- Arbeitet der Partner mit professionellen Einlieferern zusammen?
- Kann eine zuverlässige Beschreibung der Ausstattung gewährleistet werden, um den ersteigerten Gebrauchtwagen bei Wiederverkauf bewerten zu können?
- Wie steht es um die Reklamationsquote? Arbeitet der Partner mit anerkannten Prüfgesellschaften zusammen?
- Was umfasst das Serviceangebots des Partners? Wird das ersteigerte Fahrzeug direkt zur Niederlassung transportiert? Gibt es eine persönliche Beratung auf Basis zuverlässiger, datengestützter Marktanalysen?

Planung ist der halbe Kauf

Die richtige Vorbereitung ist das A und O zum Erfolg bei der Auktion. Im Hinblick auf den potenziellen Outcome ist es sinnvoll, die kostbare Zeit zu investieren. „Auktionen, ob off- oder online, zählen seit Langem zu den wichtigsten Kanälen für den Autoeinkauf. Die Auktionsformate sind vielfältig. Somit ist ratsam, sich im Vorfeld zu informieren, um die passende Auktion zu finden und damit nicht nur die Bedürfnisse des eigenen Unternehmens, sondern auch die der Käuferschaft zu erfüllen“, sagt Gawron.

Mit der richtigen Fahrzeugwahl Schnäppchen ergattern

Man kennt es aus dem Alltag: Einige Marken werden beim Einkauf präferiert, andere schnell aussortiert. „Diese persönliche Selektion spielt oft auch bei dem Fahrzeugeinkauf eine Rolle. Schließlich funktionierte der Verkauf des Automodells in der Vergangenheit gut. Und der Gedanke an sich ist nicht falsch. Dennoch bleibt dadurch häufig großes Potenzial liegen“, erklärt Gawron. Daher sollte man:

- Die eigenen Gefühle und Vorlieben beim Gebrauchtwageneinkauf hintenanstellen.
- Den Fokus im ersten Schritt auf alle Fahrzeuge in der Auktion legen und Bewertungen vornehmen.
- Ältere Autos oder hohe Kilometerstände aussortieren.
- Gebrauchtwagen mit längeren Standzeiten als mögliche Schnäppchen einbeziehen.
- Fahrzeuge, die mehrmals in Auktionen angeboten werden, nicht ausschließen und wenn diese bereits mehrere Auktionen durchlaufen haben, gegebenenfalls für niedrigere Einkaufspreise ersteigern.

Nun braucht es für den erfolgreichen Autoeinkauf noch die richtige Bietstrategie. Einige haben sich mittlerweile als vielversprechend herausgestellt. Dazu zählen unter anderem das inkrementelle Bieten, wobei man mit niedrigen Geboten startet und diese schrittweise steigert oder das frühzeitige Bieten, bei dem das höchste Gebot direkt zu Anfang abgegeben wird. Am besten probiert man verschiedene Varianten, um die passende Strategie für sich und das Unternehmen zu finden.

Um mit ersteigerten Gebrauchten Erträge zu erzielen, braucht es einen zuverlässigen Partner und eine gute Vorbereitung auf die anstehenden Auktionen. Bei der Fahrzeugwahl lohnt es sich, über den Tellerrand hinauszuschauen, um versteckte Schnäppchen zu ersteigern. Die richtige Bietstrategie hilft dabei, die Auktion erfolgreich abzuschließen. Doch wie bei vielen Entscheidungen handelt es sich nicht um einen Sprint, sondern eher um einen Marathon, um ans Ziel zu gelangen. Daher sind Zeit, Geduld, und Ausdauer entscheidend, um langfristig eine nachhaltige Beschaffung zu erreichen.

Ansprechpartner für die Presse:

Patrick Eckart

E-Mail: presse@autorola.de | Tel.: 040 – 180 370 0 | Fax: 040 – 180 370 99

Über Autorola:

Autorola ist ein weltweit führender Anbieter von Online-Remarketing und Automotive IT-Lösungen für Gebrauchtfahrzeuge und Flottenmanagement. Autorola beschäftigt weltweit über 600 Mitarbeiter und hat 18 Niederlassungen in Europa, Nordamerika, Lateinamerika und Asien. Der Hauptsitz befindet sich in Odense, Dänemark. Autorola wurde 2001 gegründet und befindet sich seither in privater Hand. Im Bereich Online-Remarketing gilt Autorola als Pionier und betreibt mittlerweile Auktionen auf der ganzen Welt. Über ein breites Netzwerk von Firmen, OEMs, Banken, Leasingfirmen und Fuhrparkmanagern bietet Autorola Händlern die Möglichkeit, Fahrzeuge zu fairen Preisen zu erwerben. Neben der reinen Fahrzeugvermarktung hat sich das Unternehmen konstant weiterentwickelt und unterteilt sich inzwischen in drei weltweite Business Units:

Autorola Marketplace – Die internationale Online-Auktionsplattform hat 2022 mehr als 31.000 Onlineauktionen mit über 51.000 professionellen Bietern aus 41 Ländern abgewickelt. Autorola bietet eine breite Palette an Remarketing-Dienstleistungen wie Transport, Lagerung, Einnahme, Aufbereitung, Rechnungsstellung und Export-Handling. Für Einlieferer bietet Autorola ein Höchstmaß an Konfigurierbarkeit und individuellen Vermarktungsmöglichkeiten. Auf diese Weise kann Autorola die Fahrzeugvermarktung im Interesse des Einlieferers schnell und gewinnbringend durchführen.

Autorola Solutions – In-Fleet & De-Fleet Management Lösungen

Software liegt in der DNS von Autorola. Autorolas Fleet Monitor ist eine zentrale End-to-End Flottenmanagement-, Inspection- und Bewertungsplattform, die es Flottenbetreibern ermöglicht ihre Fahrzeuge effizient zu verwalten. Dabei ist die Anbindung an und Integration in bestehende Systemumgebungen eine Kernkompetenz des Autorola Solutions Teams. Die Lösungen können nicht nur bei Kunden, sondern auch bei deren Dienstleistern implementiert und nach Baukastenprinzip frei konfiguriert werden.

INDICATA – Business Intelligence und Analytics

Mit INDICATA Business Intelligence und Analytics verwandeln Fahrzeughersteller, Händler, Leasingunternehmen und Flottenbetreiber datengestützte Markteinblicke in klare Wettbewerbsvorteile und optimieren so Ihren Erfolg am Gebrauchtwagenmarkt. Das System greift auf Echtzeitmarktdaten zurück, die mit Hilfe eines eigenen Data-Warehouse ausgewertet werden und so Entscheidern die Möglichkeit bietet anhand der tatsächlichen Marktsituation zu agieren, anstatt sich auf lineare Abpreisungen verlassen zu müssen.

Mit diesem Portfolio ist Autorola in der Lage, sämtliche Aspekte des In- und De-Fleet Prozesses abzubilden, zu optimieren und für zukünftige Marktentwicklungen agil zu halten.

Mehr Informationen zu Autorola finden Sie auf www.autorola.de, www.autorolasolutions.com/de/ und www.indicata.de