

## **Erfolgsfaktor Pricing**

### **Mit der richtigen Strategie den Hof in Bewegung halten**

**Hamburg, 26.07.22**

**Auch wenn die Verkaufszahlen auf dem europäischen Fahrzeugmarkt weiterhin sinken, setzt sich der Höhenflug der Preise fort. Händler stehen vor der Herausforderung, auf solche Entwicklungen schnell zu reagieren. Eine detaillierte und zuverlässige Strategie, die auf aktuellen und relevanten Daten basiert, ist damit unerlässlich für die Veräußerung.**

Die Verhältnisse auf dem Automobilmarkt bleiben weiterhin angespannt. Neuwagen sind rar und lassen die Preise für Gebrauchte ansteigen. Das stellt Händler nicht nur vor die schwierige Aufgabe, mit entsprechenden Anpassungen zu reagieren, sondern diese auch fundiert zu rechtfertigen. Ohne eine grundlegende Taktik, die sich an der aktuellen Marktsituation orientiert, ist das nicht möglich. Doch wie lassen sich sinnvolle Fahrzeugpreise ableiten? „Es können Orientierungswerte aus der technischen Abschreibung einbezogen werden oder aber man bezieht sich auf vergangene Transaktionsdaten, was durch die sich stetig wandelnde wirtschaftliche und politische Situation erschwert wird“, so Guido Rickert, Sales Director bei INDICATA Deutschland. Beide Varianten haben gemein, dass sie sich nicht auf tagesaktuelle Werte beziehen und damit nicht repräsentativ sind. Nicht umsonst bildet der Marktpreis die reale Tagessituation ab und liegt bereits seit eineinhalb Jahren 20 Prozent über den ermittelten Werten der anderen Optionen. „Dieser passt sich den Veränderungen des Marktes, der Wirtschaft und Politik immer wieder an“, fasst Rickert zusammen. Mit der Software-Lösung von INDICATA kann er analysiert und in die Preisfindung einbezogen werden.

In der Anwendung sieht das so aus: Täglich erhebt INDICATA mittels künstlicher Intelligenz und Data Analytics angepasste und korrigierte Daten von neun Millionen Fahrzeugen aus unterschiedlichen Portalen. So werden Ungenauigkeiten vermieden, die im Ernstfall zu hohen Unterschieden in der Verkaufssumme führen könnten. Eine anschließende Einspeisung in eine Datenbank mit Abgleich von Transaktionswerten ermöglicht das Bilden von Vergleichsgruppen. Gebrauchtwagen, die übereinstimmende oder ähnliche Werte aufweisen, können dann zur optimalen Preisfindung herangezogen werden.

Doch ist der Preis von heute auch der von morgen? Um sicherzustellen, dass die Fahrzeuge zum richtigen Zeitpunkt auch zum richtigen Betrag angeboten werden, wird bei INDICATA der Market Day Supply (MDS) in die Analyse integriert. Es handelt sich hierbei um eine wissenschaftliche Methode, welche die Marktgängigkeit bzw. die Attraktivität des Autos analysiert und damit den Lagerumschlag erhöht. „Das Tool untersucht im ersten Schritt, wie viele Autos beispielsweise von einem speziellen Modell mit besonderer Ausstattung auf dem Markt zu finden sind. Anschließend werden die Verkaufszahlen der vergangenen 45 Tage angezeigt. Je weniger Autos in dem Zeitraum veräußert werden, desto höher ist der MDS und desto schneller sollten Händler mit einem angepassten Preis reagieren“, erklärt Rickert.

In Zeiten, in denen es an Ware mangelt und die Kosten für Fahrzeuge immer weiter ansteigen, gilt es, regelmäßige Präzisionsanalysen durchzuführen, um nicht nur effektiv reagieren zu können, sondern auch, um stets einen Überblick über die Markt- und Preisentwicklung zu behalten. Die Software-Lösung von INDICATA ermöglicht es, Autos anhand hochaktueller Daten zu bepreisen, dank des Market Supply Days Ausreißer im Bestand hervorzuheben und mittels regelmäßigen Reports das große Ganze nicht aus den Augen zu verlieren.

### **Ansprechpartner für die Presse:**

Patrick Eckart

E-Mail: [presse@autorola.de](mailto: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 500 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:

**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.

**Autorola Marketplace** – Die internationale Online-Auktionsplattform hat 2021 mehr als 28.000 Onlineauktionen mit über 56.000 professionellen Bieter 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.

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](http://www.autorola.de), [www.autorolagroup.com](http://www.autorolagroup.com) und [www.indicata.de](http://www.indicata.de)