



Auktionsbranche setzt auf digitale Entwicklungen

FLEXIBEL UND SCHNELL

In der Krise setzen Auktionsunternehmen auf ihren Vorteil, digitale Prozesse bereits im Griff zu haben.

Auktionsunternehmen sind ein zuverlässiger Gradmesser dafür, wie es um den Automobilhandel steht. Sie regulieren den Markt, verteilen um, kennen die tatsächlichen Marktpreise für gebrauchte Fahrzeuge. Doch während des Lockdowns in den letzten Wochen war es auch für sie schwierig, ihre Geschäfte kontinuierlich am Laufen zu halten: Die Einlieferer hielten sich zurück, die Abnehmer auch.

Als B2B-Drehscheibe ist die Auktionsbranche auf ein (relatives) Gleichgewicht zwischen Einlieferern und Käufern in unterschiedlichen Märkten Europas angewiesen. Dieses Gefüge geriet erst ins Stocken und kam dann ganz zum Erliegen. Die Autohäuser hatten geschlossen; demzufolge gab es deutlich weniger Inzahlungnahmen und deutlich weniger Bedarf, Gebrauchtwagen zuzukaufen. Zustandsberichte von Fahrzeugen konnten gar nicht oder

mit großer zeitlicher Verzögerung erstellt werden. Die Kontaktperrre bremste alles aus. Wegen geschlossener Grenzen litt auch der Absatz ins benachbarte Ausland, denn keiner konnte vorhersagen, wann die Fahrzeuge ausgeliefert werden konnten. Leasingrückläufer blieben aus, weil viele Gesellschaften die Verträge verlängerten. Kauffuhrparks verschoben ihre Neuanschaffungen auf unbestimmte Zeit.

» Restwerte bleiben nicht stabil

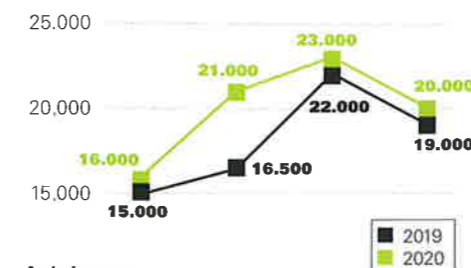
Bei Autobid ging das Fahrzeugvolumen in der Spitze um bis zu 50 Prozent zurück. Mit Blick auf das internationale Geschäft gab es die stärksten Einbußen in Italien und Spanien. Autorola beziffert den Einbruch der Exportquote um etwa die Hälfte des Vorkrisenniveaus. Bei den Fahrzeugpreisen stellt das dänische Unternehmen ein heterogenes Bild fest: Die Restwer-

Bild: © Peter Atkins - adobe.stock.com

Der Druck steigt

» Dechow Auktionen

Registrierte Bieter



Auktionen



Quelle: Dechow Auktionen

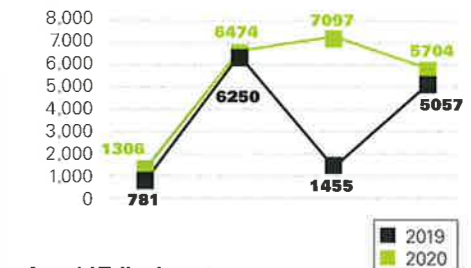
Dechow Auktionen vermarktet Ware für viele Branchen. Auffällig ist der Anstieg von registrierten Bietern von Januar bis April gegenüber dem Vorjahr.

Die Ware ist da und muss dringend weg. Kaum war der Lockdown angekündigt, ist so mancher Händler mit Sorgenfalten auf der Stirn über seinen Hof gelaufen. Wohin mit all den Fahrzeugen? Im Zweifel helfen professionelle B2B-Vermarkter. Autobid, Autorola, Buchbinder und Dechow Auktionen sowie Auto Auktionen Europa meldeten für Januar bis April 2020 steigende Zahlen bei Auktionen und registrierten Teilnehmern. Für Jürgen Heyne von Auto Auktionen Europa hat sich nach eigener Aussage so gut wie nichts verändert, seit die Coronapandemie die Autobranche kurzzeitig lahmgelegt hat. Als Nischenanbieter, der sich mit Insolvenzware beschäftigt, läuft die „Konjunktur“ in seinem Unternehmen in stabilen Bahnen. Er nennt auf Anfrage sogar eine Auflösequote: 100 Prozent. Seine Kollegen in anderen Auktionsunternehmen halten sich

te der Zeit vor Corona können erwarteten Preise erzielen, aber nicht bei allen Segmenten – Sportwagen bleiben zum Beispiel wertstabil, während Fahrzeuge der Mittelklasse und der Oberen Mittelklasse spürbar unter Druck geraten. Dechow Auktionen machte hingegen die Beobachtung, dass Mittelklasse-Pkws und Nutzfahrzeuge die

» Buchbinder

Abgegebene Gebote



Anzahl Teilnehmer



Quelle: Buchbinder

Bei Buchbinder Auktionen ist die Zahl der registrierten Teilnehmer enorm gestiegen. Wahrscheinlich wittern die Käufer Schnäppchen.

bei derlei intimen Zahlen zurück; scheinen aber zufrieden. Autobid.de gibt an, dass es eine Talsohle in der zweiten Aprilhälfte gegeben habe. Die sei aber durchschritten und dank des starken Jahresbeginns sei man nicht weit vom Vorjahresniveau entfernt. Autorola gibt ebenfalls Steigerungen an. In den ersten vier Monaten des Jahres sei im Vergleich zum Vorjahreszeitraum die Zahl der Auktionen um 17 Prozent und die der registrierten Teilnehmer um 12 Prozent gestiegen. Diese Wachstumsraten dürften vor allem einen Grund haben: Es sind deutlich mehr Angebote da; plus 21 Prozent gibt das Hamburger Auktionsunternehmen an. Viel konkretere Angaben machen Buchbinder und Dechow Auktionen. Deren Zahlen sind in den Grafiken oben dargestellt. Sie dürften ein gutes Bild der aktuellen Situation widerspiegeln. Nämlich, dass der Druck steigt.

Buchbinder-Gruppe unter den Hammer – und die gehen nach wie vor eher in den deutschsprachigen Raum, vereinzelt auch nach Italien, Frankreich und in die Niederlande. Über die Plattform Caronsale.de vermarkten sich momentan besonders gut Fahrzeuge im niedrigen Preissegment und gängige Modelle. Allerdings rutschen

die Preise ab. Der Handel ist auf Liquidität angewiesen. Das erzeugt Druck aufseiten der Einlieferer, und die Zukäufer können sich über Schnäppchen freuen.

» Branche mit digitalem Vorsprung

In einem Punkt hat die Auktionsbranche gegenüber anderen Akteuren im Automobilhandel einen Vorsprung – und zwar in Sachen Digitalisierung. Hier werden Fahrzeuge schon lange online vermarktet. Und die Corona-bedingte Krise mit all ihren Auswirkungen bestärkt die Auktionsunternehmen, diesen Weg konsequent weiterzugehen. Alpha Online ist beispielsweise fest davon überzeugt, dass die Auktionsbranche künftig noch digitaler wird. Die Vorteile liegen auf der Hand: Man wird flexibler,



Bild: BCA

Andreas Bank, BCA: „Wir werden unsere Prozesse und Services noch konsequenter an den Bedürfnissen der Kunden ausrichten.“

schneller und günstiger. Autorola bestätigt, dass der digitale Fahrzeugzukauf gefragter sei denn je. Auf der Auktionsplattform registrieren sich deutlich mehr Händler als zuvor; gleichzeitig ist die Käuferaktivierung aufwendiger geworden und findet zunehmend im persönli-

chen Gespräch statt. Kurz- und mittelfristig rechnet man bei Autorola mit einer Verschiebung vom Physischen ins Digitale, da große Fahrzeugauktionen nicht mehr in gewohntem Umfang stattfinden können.

» Vorerst keine Live-Auktionen

Das hat BCA unmittelbar zu spüren bekommen. Das Unternehmen mit britischen Wurzeln hat neben digitalen Auktionen auch Vor-Ort-Versteigerungen durchgeführt, die mit dem Lockdown abrupt gestoppt wurden. Auch Buchbinder verzichtet auf die mehrtägigen Live-Auktionen mit Event-Charakter, die bei den Händlern sehr beliebt waren. Bis die Corona-Beschränkungen gefallen sind, wollte man ausschließlich reine Online-Auktionen anbieten, wenngleich Buchbinder – wie auch alle anderen Anbieter – alle Hygienemaßnahmen an seinen Standorten umgesetzt hat. Im Logistikzentrum in Neunburg vorm Wald werden jetzt nur noch Fahrzeuge ausgeliefert, aber nicht mehr versteigert.

» Nachfrage nach digitalen Produkten gestiegen

Digitales Remarketing spart Zeit und Geld, stellen die Ma-



Bild: Buchbinder

Buchbinder hat bei den dreitägigen Mega-Auktionen alle Show-Register gezogen. Diese Live-Events sind jetzt erst mal auf Eis gelegt.



Bild: Julijana Larsson



Bild: Classicbid

Classicbid, eine Sparte von Autobid, führte noch regelmäßig Live-Auktionen durch. Seit April werden die Old- und Youngtimer per Livestream online versteigert.

cher von Caronsale fest. Die Coronakrise erweist sich als Katalysator für digitale Produkte. Caronsale gibt an, dass nach den ersten Lockerungen doppelt so viele Anfragen von Autohäusern eingingen. Viele haben erkannt, dass die niedrigeren Transaktionskosten einen höheren Profit ermöglichen. Ein gestiegenes Interesse stellt auch Alpha Online fest. Noch während des Lockdowns habe sich ein großer Händlerverband für Alpha Controller und Alpha Auktionen entschieden, um dem Handel so schnell wie möglich die Chance auf ein profitables Remarketing zu geben. Gefragt sei auch die sogenannte Community-Lösung, bei der sich mehrere Händler gezielt

zusammenschließen können, um über die Alpha-Auktionen-Plattform ihre Ware untereinander zu vermarkten. Das Hamburger Unternehmen geht davon aus, dass seine Services noch attraktiver geworden sind, seit mit Bezahl.de ein elektronischer Zahlungsprozess integriert ist. Eine Zahlungsabwicklung hat auch Caronsale in die Plattform integriert: „COSPay“ soll für ein reibungsloses B2B-Remarketing sorgen und „COSCargo“ für einen Transportservice binnen fünf Tagen. Künftig will sich Plattformbetreiber Castle Tech

B2B-Vermarktung sichert Liquidität im Handel.



Bild: Caronsale

Frank Henning, Caronsale: „Erfahrungsgemäß erholt sich der Gebrauchtwagenmarkt nach Krisen deutlich schneller.“



Bild: Auktion & Markt

Günter Kaufmann, Autobid: „Wir sind gestärkt durch die Krise gekommen.“



Bild: Autorola

Henrik Meissner, Autorola: „Digitaler Fahrzeugzukauf ist gefragter denn je.“

mit dem Thema Marktpreiseinschätzung auf Basis der Transaktionsdaten beschäftigen – eine Dienstleistung, die die etablierten Auktionsunternehmen bereits seit Längerem im Repertoire haben.

» Auf Kundenbedürfnisse ausgerichtet

Die Usability der jeweiligen Auktionsplattformen zu erhöhen, steht bei allen Unternehmen im Fokus. Adesa etwa setzt auf das Inspektionstool IVI (Intelligence Vehicle Inspection), das auf künstlicher Intelligenz basiert, sowie auf ein Verkäufer-Partnerportal und will künftig White-Label-Lösungen anbieten. Autobid.de konzentriert sich unter anderem auf das Thema Fahrzeugsuche und will hier auch technisch eine Benchmark setzen. Daneben legt das Wiesbadener Unternehmen einen Schwerpunkt auf die Vermarktung von Elektro- und Hybridfahrzeugen und hat eigens dafür die Kategorie „Green Cars“ ins Portfolio übernommen. BCA will ebenfalls Prozesse und Services noch konsequenter an den Kundenbedürfnissen ausrichten. Dazu zählt auch, die Angebotssegmente gezielter zu differenzieren. Damit will BCA die verschiedenen Kun-

dengruppen individuell bedienen. Das Unternehmen will Services wie BCA Ankauf, BCA Marktpreis und das Transportangebot innerhalb Europas weiterentwickeln und durch weitere Angebote ergänzen. Autorola ist schon während des Lockdowns aktiv geworden und hat ein Tool entwickelt, das die Automobilbranche mit Insights versorgt: Indicata, eine Tochter der Autorola-Gruppe, analysiert den Gebrauchtwagenhandel weltweit und bringt seit März regelmäßig den sogenannten Market Watch heraus, der Input zu globalen Vermarktungschancen gibt.

» **Marktposition gezielt stärken**

Auch Adesa möchte von globalen Vermarktungschancen profitieren. Das belgische Unternehmen gehört seit Anfang letzten Jahres zum US-amerikanischen Konzern KAR Auction Services und rechnet damit, dadurch seine Marktposition stärken zu können.

Darauf bauen alle Auktionsunternehmen. Denn außer Autobid gibt kein Player in der Auktionsbranche an, gestärkt durch die Krise gekommen zu sein. Vielmehr bestimmt die Liquiditätssicherung das Agieren auf dem Markt. Buchbinder geht davon aus, dass sich das Fahrzeugangebot erhöhen wird. Schließlich stehen die Einlieferer (Handel, Leasing-, Flottenunternehmen, Hersteller) unter Absatzdruck, was wiederum große Erwartungen in die Auktionatoren setzt. In ihren Händen liegt es, sowohl Käufern als auch Verkäufern gerecht zu werden. Der Mietwagenvermarkter erwartet, dass insbesondere private Verbraucher in den nächsten Monaten eher zu Gebrauchtwagen tendieren werden. Somit würden sich für Gebrauchtwagen-

händler ausgezeichnete Geschäftschancen mit niedrigen Einkaufspreisen und hoher Nachfrage ergeben.

Mit einer leichten Markterholung rechnet man bei Buchbinder ab der zweiten Jahreshälfte; mit Preisen wie vor der Coronakrise sei allerdings erst mittelfristig zu rechnen. Als großen Pluspunkt für das eigene Geschäft sieht Buchbinder, dass kein Auktionsaufgeld anfällt, da die Fahrzeuge aus der eigenen Flotte stammen. Ebenso gibt es keinen Vorbehalt und kein Nachverhandeln, die Verkaufsentscheidung fällt sofort bei Zuschlag. Trotzdem hat Buchbinder mit dem Wegfall der Live-Auktionen digital aufgerüstet. Zu Beginn der Coronakrise wurde eine neue Bietoberfläche eingeführt, über die die Teilnehmer der Online-Auktionen über alle Endgeräte Gebote abgeben können.



Bild: Adesa

Patrick Schröder, Adesa, hat während der Krise die Kommunikation mit Einlieferern und Käufern intensiviert.

Markus Utke, Buchbinder Auktionen, stellte fest, dass die Nachfrage bei Nutzfahrzeugen gestiegen ist. Wahrscheinlich weil mehr Menschen online bestellt haben.



Bild: Buchbinder



Bild: Dechow Auktionen

Marcus Nissen, Dechow Auktionen: „Die Zukunft der Branche liegt in Online-Auktionen.“

» **Unsicherheit im Markt lässt langsam nach**

Die angespannte Situation zu Beginn der Krise scheint sich langsam zu lockern. Das bestätigt auch Dechow Auktionen, die seit über 100 Jahren in (fast) allen Branchen tätig sind. Zu den Referenzkunden zählen unter anderem AEG, Rosenthal, Schneekoppe, die Rickmers Holding, das Stahlwerk Unna und Air Berlin. Der Automotive-Bereich ist erst in den letzten Jahren gewachsen. Als die Pandemie näher rückte, war die Unsicherheit auf allen Seiten groß. Als Sofortmaßnahme hat Dechow Auktionen bei den wöchentlichen Fahrzeugauktionen flexibel auf die Terminwünsche der Kunden reagiert. Mittlerweile ist man zu dem üblichen Rhythmus zurückgekehrt. Auch wenn das Hamburger Traditionsunternehmen ausgereifte digitale Prozesse hat, hat die aktuelle Situation neue Ideen hervorgebracht: Zum Beispiel, dass eine Fahrzeugbesichtigung per Livestream bei den Kunden gut ankommt. Diese Möglichkeit, ein Fahrzeug zu begutachten, will man künftig als dauerhaften Service anbieten.

SILVIA LULEI