

GW-AUKTIONEN

In eigenen Händen

Die eigene GW-Online-Auktion ist ein alternativer Vertriebsweg für Autohäuser. AlphaOnline macht's möglich: mit einer selbstentwickelten Auktionstechnologie.



Am Tag der Automobilwirtschaft 2015 in Nürtingen präsentierten die beiden Geschäftsführer ihr Werk: Roland Michael (l.) und Olaf Bock

AlphaOnline hat sich in der Branche über Jahre mit dem „Alpha-Controller“ einen Namen für einen ganzheitlichen Ansatz über alle Stufen der Wertschöpfung im GW-Handel gemacht. Den „Alpha Controller Compact“ stellten wir 2015 in „GW-trends“ vor. Das reicht dann von der elektronischen Fahrzeugakte bis zur GW-Bewertung per iPad.

Aktuell wurde eine Kombination aus dem AlphaController und der AlphaAuktion geschaffen. AlphaAuktion hat vor Jahren ein Auktionstool für MB (Drehscheibe wie für die MBVD) und Audi (e-auction)

geschaffen, verfügt also über einschlägige Erfahrungen in Sachen Online-Auktionen. Und damit auch über alle vor- und nachgelagerten Prozesse, von Kundenhotline und Logistik, vom Inkasso bis zum Reklamationsmanagement. Es ist ein offenes Geheimnis, dass inzwischen auch bei den großen Auktionshäusern wie BCA oder Autobid gut 60 Prozent der Fahrzeuge online unter den Hammer kommen.

GW-Strategie

Was macht es für ein Autohaus interessant, den Online-Auktionsweg zu beschreiten? Zwei Faktoren entscheiden im

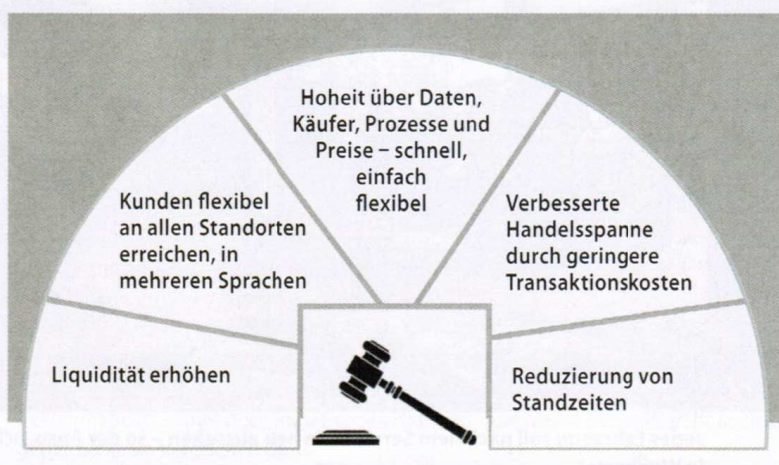
GW-Geschäft über Sein oder Nicht-Sein: der Bruttoertrag (BE) pro Fahrzeug und die jeweiligen Standzeiten. Analysieren wir die Bruttoerträge, so sind diese wesentlich abhängig von der Herkunft der Fahrzeuge. Werksdienstwagen schneiden hier mit 8 Prozent lausig ab. Am meisten schaut bei Inzahlungnahmen heraus. Mietwagen oder Vorführwagen sind mit 6 Prozent BE unterbelichtet. In der Gesamtbetrachtung steht aber: In Summe braucht der autorisierte Markenhandel 10 Prozent BE, sonst stehen die GW-Ertragszeichen auf „rot“. Alle Herkunftsarten haben aber einen gemeinsamen Nenner: Ab 60 Tagen Standzeit fangen die Bruttoerträge an, sehr spürbar zu schmelzen. Wer also schneller zu- und abverkaufen möchte, für den wird die eigene Online-Auktion zu einem veritablen Vertriebsweg.

Auktionstechnologie

AlphaOnline verfügt über die komplette Technologie. Diese lässt verschiedene Auktionsformate zu (B2B/B2C). Als Angebotsmöglichkeit können Einzel- wie Paketauktionen offeriert werden. Der Händler bestimmt den Start- wie den Mindestpreis und kann in Folge flexibel darüber befinden. Der Online-Auftritt kann im firmenindividuellen Design erstellt werden. Die Nutzer können auch über Handy wie über Tablet agieren. Durch die Kombination von AlphaController und AlphaAuktion kann beispielsweise sofort entschieden werden, welches Fahrzeug zur eigenen Auktion beschickt wird, und zwar per automatisierter Datenschnittstelle.

Der Verkauf und die Steuerung der Händlerware über die Auktion bleibt in eigenen Händen. Ein integriertes Newsletter-System ermöglicht, ausgewählte Geschäftskunden aktuell zu informieren. Für die Kunden lassen sich Details zu interessanten Fahrzeugen darstellen. Das reicht bis zur zielgruppenorientierten Seitengestaltung. Die Fahrzeuge werden dann bei der Live-Auktion nacheinander aufgerufen. Die Informationen sind dabei auf das Notwendigste reduziert und die „tickende Uhr“ zeigt an, in wie vielen Sekunden der Hammer fällt. Die Auktion kann auch international angelegt werden. Die Kunden können in der jeweiligen Landessprache angesprochen werden. Es ist ein offenes Geheimnis, dass „Vermittlergebühr“ über das eigene Haus am wirtschaftlichsten ausfällt. Prof. Hannes Brachatz

ONLINEAUKTION – DIE VORTEILE AUF EINEN BLICK



Die Vorzüge einer Online-Auktion im Autohaus