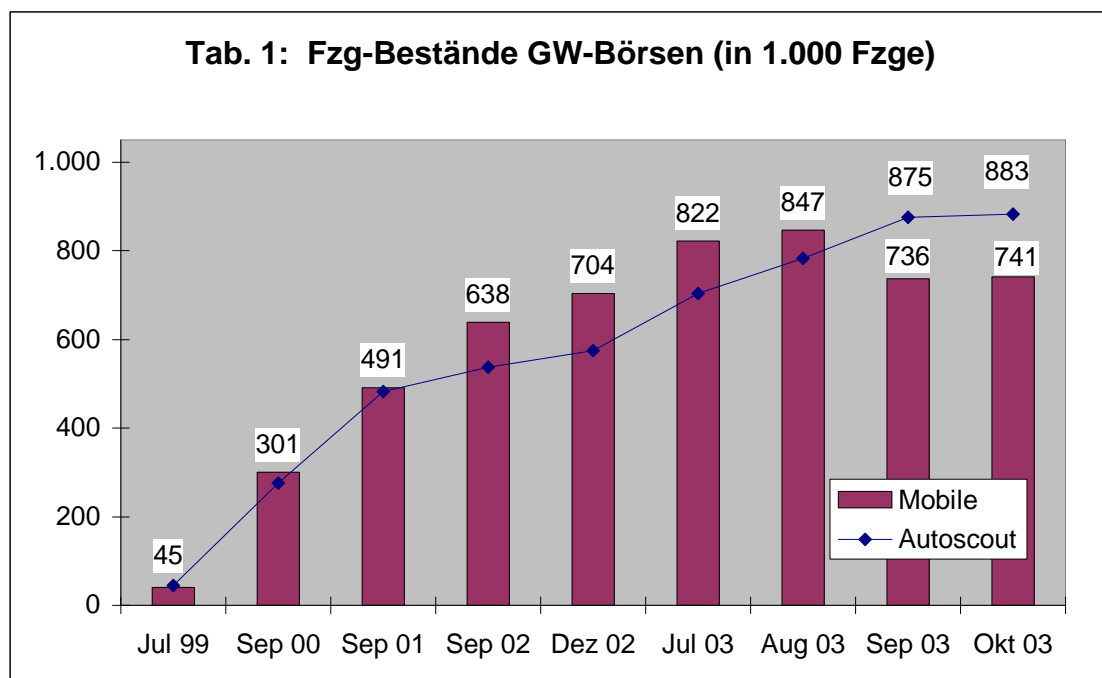


## Gebrauchtwagen-Börsen – Neuer Marktführer bei Beständen

Ferdinand Dudenhöffer und Marcus Krüger\*

Der 8. September 2003 hat gute Chancen, historisches Datum im deutschen Gebrauchtwagen-Markt zu werden. Am 8. September hat sich Mobile, der langjährige Marktführer bei den Internet-Gebrauchtwagenbörsen entschieden, Privatanzeigen von Gebrauchtwagen kostenpflichtig zu machen. Ein Privat-Inserat, das zwei Wochen lang mit bis zu fünf Bildern bei Mobile auf der Online-Börse steht, kostet jetzt 8 Euro und 10 Euro ab Januar 2004.



Hinweis: Jeweils Gesamt-Bestand Börse (in Europa)<sup>1</sup>  
Quelle: Dudenhöffer, B&D-Forecast

Die Marktreaktion kam schnell: Mobile büßte im September und Oktober 2003 bei der strategischen Variable Fahrzeug-Bestand seine langjährige Marktführerschaft ein. Autoscout, der als langjähriger Zweiter bei den Online-Fahrzeugbeständen im August 2003 noch mit 64.000 Fahrzeugen unter Mobile lag, konnte Ende September mit 139.000 Fahrzeugen Vorsprung – also mit 19% Vorsprung – an Mobile vorbeiziehen. Dieser Abstand hat sich im Oktober auf 142.000 Fahrzeuge weiter erhöht und

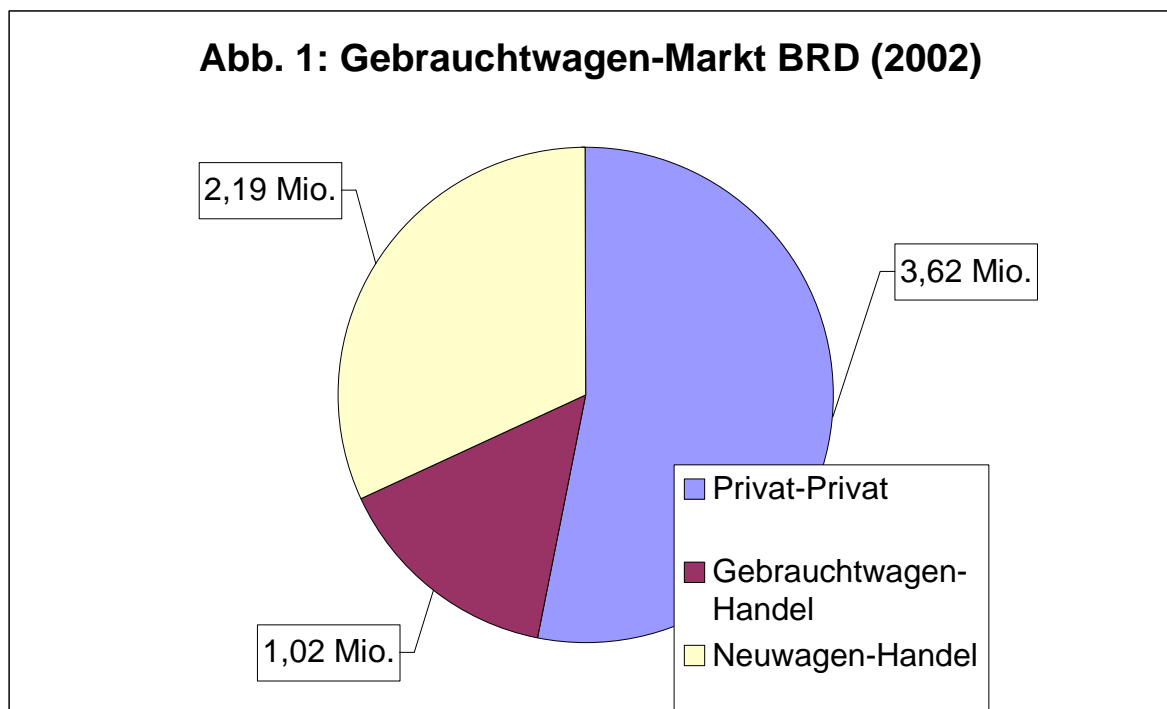
\* Prof. Ferdinand Dudenhöffer ist Direktor des Center Automotive Research (CAR) an der FH-Gelsenkirchen und Geschäftsführer der B&D-Forecast GmbH, Dipl. Wirt.-Ing. Marcus Krüger ist Projektleiter ADAC-AutoMarxX am CAR der FH-Gelsenkirchen.

<sup>1</sup> Während der Mobile-Fahrzeug-Bestand sich zu 99% (4.200 Fahrzeuge) aus Angeboten von in Deutschland ansässigen Anbietern zusammensetzt ist Autoscout europäischer ausgerichtet.

wird nach unserer Einschätzung auch im wichtigen Frühjahrsgeschäft weiter ansteigen.

### Strategische Variable Fahrzeug-Bestand

Der Fahrzeug-Bestand hat strategische Bedeutung für die GW-Börsen. Je größer der Fahrzeug-Bestand ist, umso größer ist die Attraktivität der GW-Börsen für den Gebrauchtwagen-Käufer. Je größer die Attraktivität der Börse für Gebrauchtwagen-Suchende, umso größer ist für den Handel die Wahrscheinlichkeit, dass sein Angebot in der GW-Börse auf Kunden-Interesse stößt und einen Käufer findet. Der Handel spielt dabei im Geschäftsmodell der Gebrauchtwagen-Börsen die entscheidende Rolle. Durch die Anzeigen des Handels werden bei den unabhängigen Online-Börsen über drei Viertel des Umsatzes erzielt. Die Attraktivität für den Handel steuert damit den Erfolg der Gebrauchtwagen-Börsen – ein Zusammenhang, den die Automobilhersteller mit ihren Börsen sehr lange verkannt haben.



Quelle: Dudenhöffer, B&D-Forecast

Die Struktur des Gebrauchtwagen-Marktes illustriert die Bedeutung der Privatanzeigen für die Online-Börsen. In Deutschland wechselten 2002 über 6,83 Gebrauchtwagen ihre Besitzer. Die klare Mehrheit, nämlich 53% oder 3,62 Mio. aller Besitzumschreibungen erfolgen im Teilmarkt „Privat-Privat“. Eine Online-Börse, die dieses wichtige Marktsegment nicht integriert, bildet das Angebotsspektrum nur unvollständig ab und ist damit der Gefahr ausgesetzt, dass Gebrauchtwagen-Suchende sich anderen Marktplätzen zuwenden.

Der neue Marktführer Autoscout nutzt derzeit diesen Zusammenhang konsequent. Autoscout fährt eine breite Werbekampagne, in der explizit darauf aufmerksam ge-

macht wird, dass Privatanzeigen mit Fahrzeug-Fotos kostenlos sind. Denn Autoscout kann durch den früheren Versuch, Preise für Privatanzeigen zu berechnen sehr gut Kundenreaktionen einschätzen. Mitte 2001 war Autoscout vorgeprescht und hatte Fahrzeug-Fotos bei Privat-Anzeigen mit 5 Euro kostenpflichtig gemacht. Die Anzeige war zwar immer noch kostenlos, das Einstellen eines Fahrzeug Fotos wurde allerdings kostenpflichtig.

Dabei wissen wir aus mehrjährigen Studien am CAR, dass Anzeigen ohne Fotos um deutlich über 50% geringere Kundenkontakte generieren. Die Anzeige bleibt damit reaktions- und erfolglos, das Interesse der Anzeigen-Platzierung lässt nach, das Wachstum der Börse wird langsamer. Tabelle 1 zeigt, dass der Wettbewerber Mobile nach der Einführung von Kosten für Fahrzeug-Fotos durch Autoscout deutlich schneller in den Fahrzeugbeständen wachsen konnte und seine Marktführerschaft ausbaute. Das Preis-Modell von Mobile scheint daher die Rollen bei den Online-Börsen neu zu verteilen

**Tabelle 2: Überblick GW-Online-Börsen (Okt. 2003)**

	<b>Fzg-Bestand</b>	<b>Händler</b>	<b>Privat-Kosten €</b>
<b>Mobile</b>	741.000	16.000	8 € ab Sept. 2003 10 € ab Jan. 2004
<b>Autoscout</b>	883.000	15.000 (davon 8.500 BRD)	kostenlos/ bis Sept. 2003 Foto 5 €
<b>Allianz-Autowelt</b>	883.000	15.000 (davon 8.500 BRD)	keine
<b>Autobild</b>	435.000	nicht fixiert	keine
<b>autoboerse</b>	298.000	5.500	keine
<b>Webauto</b>	180.000	1.800	keine
<b>Motorversum</b>	180.000	1.650	keine
<b>Ebay Motors</b>	9.500	k.a.	10 € + 50 €
<b>Bestände große Hersteller-Börsen</b>			
<b>Audi</b>	<b>BMW</b>	<b>Mercedes</b>	<b>VW</b>
61.300	50.000	50.000	61.300

Quelle: Dudenhöffer, B&D-Forecast

Die Gefahr besteht damit für Mobile, daß mittelfristig die ertragreiche Kundenklientel der Händler verstärkt auf den größeren Marktplatz wechselt. Damit könnte Autoscout in der Zahl der Händler mittelfristig Mobile überholen.

### **Einseitige Preis-Aktionen im Oligopol bringen Probleme**

Die Konzentration der Gebrauchtwagen-Börsen ist noch voll im Gange. Von den unabhängigen Börsen werden in 5 Jahren kaum mehr als 3-4 große Marktplätze übrigbleiben. Das Wachstum der Börsen bleibt damit mittelfristig wesentlicher Erfolgsfaktor. Das neue Preis-Modell von Mobile fördert das Wachstum des Wettbewerbers Autoscout. Dabei wird das Preis-Modell von Mobile nur unwesentlich zur Ertragsstei-

gerung beitragen, da Privatkunden nach den Daten der Tabelle 1 Stück für Stück zur kostenlosen Anzeige bei Autoscout überlaufen. Die Kosten für eingesparte Rechner- und Serverzeiten durch weniger Privatkunden schlagen nach unserer Einschätzung ebenfalls kaum ertragssteigernd zu Buche. Damit besteht das große Risiko, dass mittelfristig durch die Preis-Aktion des früheren Marktführers Mobile auch der Ertrag tangiert wird.

Die Position von Autoscout wird zusätzlich durch wichtige strategische Allianzen gestärkt. Anfang September 2003 das mit über 12,6 Millionen Kunden reichweitenstarke Internet-Portal T-Online eine strategische Kooperation mit Autoscout eingegangen. Autoscout ist damit präferierter Automarktplatz bei T-Online. Bereits 2002 hat Autoscout der Allianz-Versicherung seinen Marktplatz geöffnet und agiert als Back-Office-Anbieter der Allianz-Autowelt. Hinzu kommen wichtige Vereinbarungen mit dem ADAC und Automobil-Herstellern, wie etwa Toyota. Das Preis-Modell von Mobile wurde damit in einem sehr ungünstigen Zeitpunkt lanciert.

Der deutschsprachige Online-Börsen-Markt besitzt eine Oligopol-Struktur, die im Prinzip auf das Duopol „Autoscout-Mobile“ hinausläuft. Aus der Mikro-Ökonomie wissen wir, dass Duopol-Märkte nur dann Gleichgewichte ermöglichen, wenn sich beide Wettbewerber an die Regel halten, nichts am Kräfte- und Preisverhältnis zu ändern. Wird diese Regel nicht eingehalten, provozieren die Wettbewerber heftige Marktkämpfe und besteht die Gefahr, dass es im Verlauf der Anpassungskämpfe einen deutlichen Verlierer gibt. Mit anderen Worten, ein Duopol-Gleichgewicht ist wenig stabil und kehrt bei einer Verletzung seines Gleichgewichts in aller Regeln nicht in seine alte Ausgangslage zurück. Entweder es entsteht ein Monopol oder beide Zerfleischen sich auf Kosten der kleinen Wettbewerber. Das einseitige Rütteln an der Preis-Struktur von Mobile hat das Duopol-Gleichgewicht der beiden Wettbewerber gestört. Das Preis-Modell von Mobile hat die Duopol-Struktur des Marktes nicht berücksichtigt und kam deshalb zu früh. Dieser Befund lässt sich aus der Entwicklung der Fahrzeug-Bestände in den beiden letzten Monaten ableiten (Tabelle 1).

### **Ebay – bisher kein Durchbruch im deutschsprachigen Gebrauchtwagen-Markt**

Die Frage der Preis- und Geschäftsmodelle im World-Wide-Web war während der Hochphase der „New Economy“ eines der meist diskutierten Themen. Börsenkurse wurden durch die Phantasie getrieben, mittelfristig ertragsreiche Preis- und Geschäftsmodelle im Internet durchzusetzen – Content zu verkaufen. Relativ wenig ist bis heute davon realisiert – obgleich wie bei den Gebrauchtwagen-Börsen, Suchmaschinen oder Online-Banking wichtige Erfolgsgeschichten im Internet geschrieben wurden. Eine dieser Erfolgsgeschichten ist Ebay: Klarer Marktführer in USA und hohe Bekanntheit und Popularität in gebrauchten und zum Teil neuen Alltags-Produkten in Deutschland.

Seit 2002 ist Ebay mit seinem Auktions-Modell auch im deutschsprachigen Gebrauchtwagenmarkt vertreten. Der Ebay-Ansatz hat Eigenständigkeit, aber bis zum heutigen Datum gibt es keinen wirklichen Durchbruch von Ebay im deutschsprachigen Fahrzeug-Markt. Bei Ebay stehen heute im Schnitt 9.500 Angebote im Netz. Diese Zahl zeigt kein Wachstum und ist gegenüber Mai 2003 um 40% gesunken

Auf der einen Seite gewinnt Ebay durch seine riesige Bekanntheit als Tauschbörse, andererseits stehen im Vergleich zu den Gebrauchtwagen-Börsen bei Ebay höhere

Teilnehmergebühren ins Haus, die beim Verkauf 50 € betragen (vgl. Tabelle 2). Während der Marktführer bei den Online-Börsen seit Oktober 2002 seine Fahrzeug-Bestand von 665.000 Fahrzeuge auf 882.915, also um über 217.000 Angebote oder 33% ausgebaut hat, blieb Ebay-Motors bisher im Angebot.

### **Fazit: Online-Börsen haben den Gebrauchtwagen-Markt neu ausgerichtet**

Im September 2003 hat das KBA 575.545 Pkw-Besitzumschreibungen registriert. Unterstellen wir mal, dass jedes Fahrzeug mit Besitzumschreibung etwa 2,5 Monate im Angebot war<sup>2</sup>. Dann hätten wir ein theoretisches Angebot von 1,4 Mio. Fahrzeugen im September gehabt. Unterstellen wir mal weiter, sehr vorsichtig, dass ein Drittel der Fahrzeuge von Autoscout nicht bei Mobile im Angebot waren. Dann hätten wir Anfang Oktober knapp 1,2 Mio. Fahrzeuge in den Börsen gezählt. Damit wären mindestens 80% aller im Markt angebotenen Gebrauchtwagen auch in Online Beständen vertreten gewesen. Anders ausgerückt – ohne Online Börsen ist der Gebrauchtwagen-Markt nicht mehr vorstellbar. In nur 3 Jahren ist das Gebrauchtwagen-Geschäft durch das Internet völlig neu ausgerichtet worden. Das ist mehr als ein Quantensprung. Bei der Kaufanbahnung gehen wir davon aus, daß mittlerweile über 50 % aller Gebrauchtwagen-Käufe durch Internet angebahnt wurden. Wer heute einen Gebrauchtwagen ohne Internet-Recherche kauft oder verkauft verschenkt damit ganz klar Chancen.

Dabei sind die unabhängigen Börsen in den letzten 12 Monaten in den wichtigen Fahrzeugbeständen weiter gewachsen, während die größten Herstellerbörsen mit 60.000 Fahrzeugangeboten seit 3 Jahren kein Wachstum zeigen. Die lange Marktführerschaft von Mobile im deutschsprachigen Online-Gebrauchtwagenmarkt wurde mit der Einführung von Preisen für Privatanzeigen an Autoscout abgegeben. Aufgrund der Möglichkeit, die Marktführerschaft auszubauen und zu stabilisieren erwarten wir in den nächsten 18-24 Monaten nicht, daß Autoscout Privatanzeigen mit Preisen belegt. Die weitere Entwicklung verspricht Spannung.

---

<sup>2</sup> Diese Annahme ist konservativ, denn aus langjährigen Beobachtungen des Gebrauchtwagen-Marktes wissen wir, daß ein Privat-Fahrzeug im Schnitt 4-6 Wochen im Angebot ist bevor es verkauft wird. Bei Händler-Fahrzeugen beträgt die Durchschnitts-Standzeit um die 3 Monate.