

Neuer Marktführer bei Internet-Gebrauchtwagenbörsen

Ferdinand Dudenhöffer und Marcus Krüger*

Seit gut zehn Jahren gibt es Internet-Gebrauchtwagenbörsen in Deutschland. Neben den Erfolgen von Google, Ebay oder Youtube hat sich die Abbildung des realen Gebrauchtwagenmarkts im Internet als stabiles und wichtiges Internet-Geschäftsmodell entwickelt. Bereits im Jahre 2005 hatte das Center Automotive Research (CAR) an der FH Gelsenkirchen auf den großen Internet-Gebrauchtwagenbörsen Autoscout und Mobile über eine Million Fahrzeug-Angebote gezählt (Vgl. Abb. 1). Aufgrund unterschiedlicher Abgrenzungen der Börsenangebote war die Angebotsstatistik nach 2007 nicht mehr aussagekräftig und wurde vom CAR daher nicht fortgeführt. So waren neben Pkw auch Nutzfahrzeuge, Motorräder, Campingwagen und Anhänger unter den Angeboten. Dabei konzentrieren sich die Internet-Gebrauchtwagenangebote nicht nur auf Deutschland, sondern Anbieter von angrenzenden Ländern, wie Benelux-Staaten nutzen die Internet-Börsen.

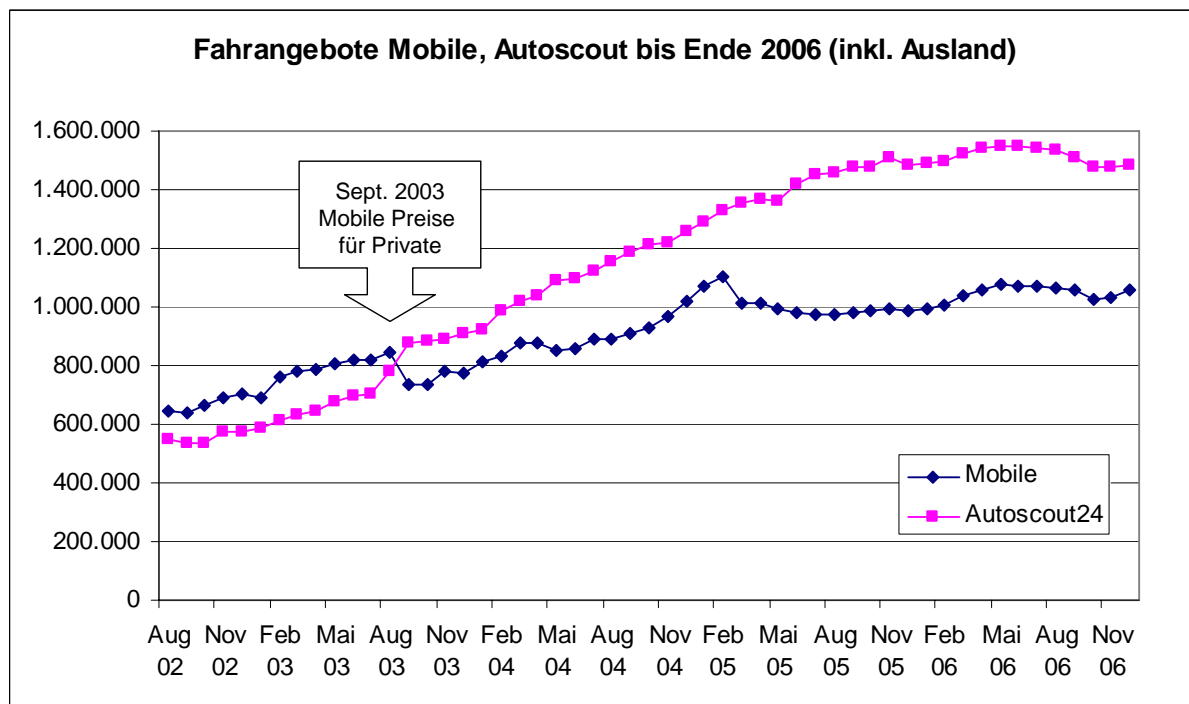


Abb.1: Entwicklung Fahrzeugangebote Autobörsen bis Ende 2006

Hinweis: Die Zahlen enthalten Angebote von Anbietern aus Deutschland und dem Ausland

Bei den Internet-Marktplätzen hat sich schnell eine Konzentration auf zwei Hauptanbieter, Mobile und Autoscout, gebildet. Wesentlich treibendes Element der Konzentration sind die Fahrzeugangebote auf der Plattform. Je mehr Angebote, umso größer die Marktstärke der Plattform. Dabei lassen sich zwei Arten von Angeboten unter-

* Prof. Dr. Ferdinand Dudenhöffer ist Direktor des Center Automotive Research (CAR) an der FH-Gelsenkirchen. Marcus Krüger ist Leiter Studien am CAR.

scheiden: Einmal die Angebote des klassischen Automobilhandels, die kostenpflichtig sind. Zum anderen die Gebrauchtwagenangebote der Privatkunden. Das Duopol „Autoscout-Mobile“ hatte bis September 2003 verhindert, daß Privatangebote kostenpflichtig werden.

Duopol-Struktur verhindert kostenpflichtige Privatanzeigen

Ein wichtiges Datum im Internet-Gebrauchtwagengeschäft war der September 2003. Im September 2003 hatte mobile im Zuge des Verkaufsprozesses der Kapitalanteile der früheren Eigentümer entschieden, Privatanzeigen kostenpflichtig zu machen. Das Ergebnis wird in Abb. 1 deutlich und war zu erwarten. Der langjährige, an der Anzahl der Anzeigenangeboten gemessene, Marktführer mobile hat mit der Einführung des kostenpflichtigen Angebots für Privatverkäufer seine Marktführerschaft hinsichtlich der wichtigen Kenngröße Fahrzeugangebote verloren. Bis Februar 2005 bleibt der Abstand zwischen Autoscout und mobile bei den Fahrzeugangeboten in etwa konstant (vgl. Abb. 1). Ab März 2005 hat sich die Schere zwischen Autoscout und mobile bei den Fahrzeugangeboten immer weiter geöffnet. Es bestand die Gefahr, daß das Duopol „Autoscout-Mobile“ sich Stück für Stück in ein Monopol von Autoscout verwandelt.

Ermittelte PKW-Angebote (Anbieter aus Deutschland)		
Erstzulassung	mobile	autoscout
2007	178.860	157.815
2006	106.474	95.806
2005	64.874	55.702
2004	94.434	81.282
2003	51.076	41.148
2002	33.345	25.503
2001	27.604	20.285
2000	23.057	16.308
1999	23.044	16.144
1998	18.723	13.064
1997 u. älter	60.576	45.155
Total	682.067	568.212
Hochrechnung	985.000	820.000

Tab. 1: Fahrzeugangebote Ende März 2008

Das zweite wichtige Datum in der kurzen Geschichte der europäischen Gebrauchtwagen Internet-Plattformen war der 9. Mai 2007. Seit 9. Mai 2007 macht Mobile Inserate für Private wieder kostenfrei. Das Duopol schwingt damit wieder in sein altes Verhaltensmuster ein. Das ursprüngliche Geschäftsmodell mit Anzeigenverkauf für den Automobilhandel sowie Online-Werbung findet damit wieder Anwendung. Welche Konsequenz hat die Wiedereinführung kostenfreier Privatanzeigen für die Börsen?

Mobile im deutschen Online-Anzeigenmarkt für PKW Marktführer

Im März 2008 wurde am Center Automotive Research (CAR) eine Querschnittsanalyse durchgeführt, deren Ziel es war, die PKW-Bestände von Anbietern aus Deutschland auf den Gebrauchtwagenbörsen auszuwerten. Dazu wurden sämtliche Anzeigen der 100 meistverkauften Pkw-Modelle bei Autoscout und Mobile, die von Verkäufern in Deutschland angeboten wurden, ausgewertet. In der Summe waren dies 1,25 Mio. Anzeigen. Diese 100 meistverkauften Modelle machen 75% aller in Deutschland auf den Straßen befindlichen Pkw aus. Damit prägen die 100 meistverkauften Pkw-Modelle in Deutschland ganz klar den deutschen Gebrauchtwagenmarkt und damit die Gebrauchtwagenbörsen. In einer Hochrechnung wurden daher die ausgezählten

Anzeigen der Gebrauchtwagenbörsen auf das Gesamtangebot der PKW von Anbietern aus Deutschland hochgerechnet (vgl. Tab.1).

Ergebnis 1: Mobile mit 985.000 Pkw, ein Plus von 20% zu Autoscout

Unter den 100 in Deutschland meistverkauften PKW-Modellen hatte mobile Ende Februar 2008 exakt 682.087 Angebote auf seiner Börsenplattform. Bei Autoscout24 waren zum selben Zeitpunkt lediglich 582.212 Pkw von deutschen Anbietern auf der Börse (vgl. Tab. 1). Mit anderen Worten, mobile hat bei der strategisch entscheidenden Kenngröße Pkw-Angebot exakt 113.855 Fahrzeuge oder 20% Angebote von deutschen Anbietern mehr auf seiner Plattform wie sein Wettbewerber. Rechnet man die Fahrzeuge insgesamt hoch ergibt sich ein Anzeigenangebot von 985.000 Pkw für mobile und 820.000 Pkw für Autoscout.

Das Ergebnis zeigt auch, dass die frühere Statistik (vgl. Abb.1), die auf Basis der Angebotsangaben der Börsenbetreiber erstellt wurde, angepasst werden muß. In unserer Auswertung konzentrieren wir uns ausschließlich auf die Pkw-Angebote aus Deutschland, die ja den deutschen Pkw-Gebrauchtwagenmarkt abbilden. Campingwagen, Motorräder, Nutzfahrzeuge, die etwa in den Zahlen der Abb. 1 enthalten sind, sind in unserer Analyse ausgeschlossen.

Ergebnis 2: Mobile mit stärkeren Privatanteilen

Tabelle 1 zeigt auch, daß mobile bei allen Altersklassen (Erstzulassungsjahr) der Gebrauchtwagen über ein größeres Angebot als Autoscout verfügt. Allerdings wird an Abb. 2 erkennbar, daß der Vorsprung von mobile in den Fahrzeugangeboten mit steigendem Alter der Fahrzeuge steigt. So hat mobile 43% mehr Angebote als Autoscout bei

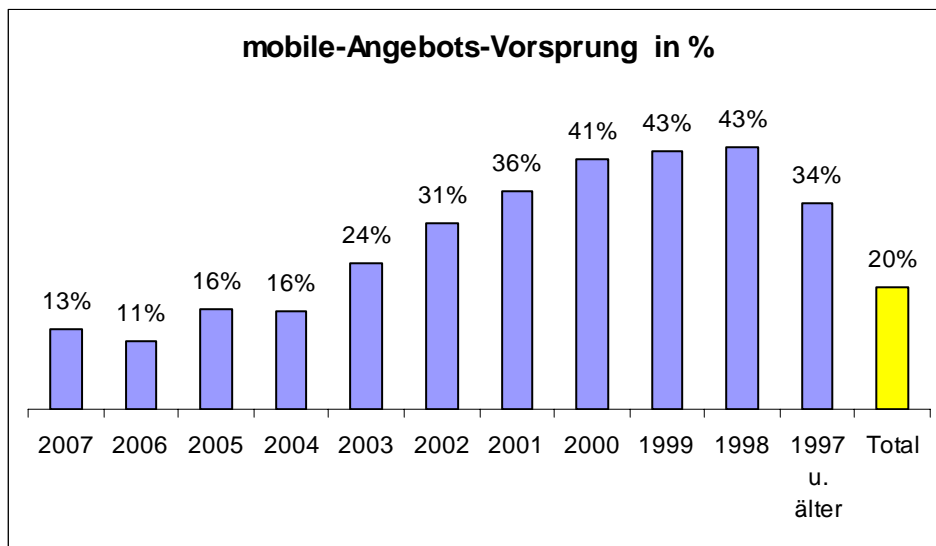


Abb.2: Angebotsvorsprung nach Altersklassen

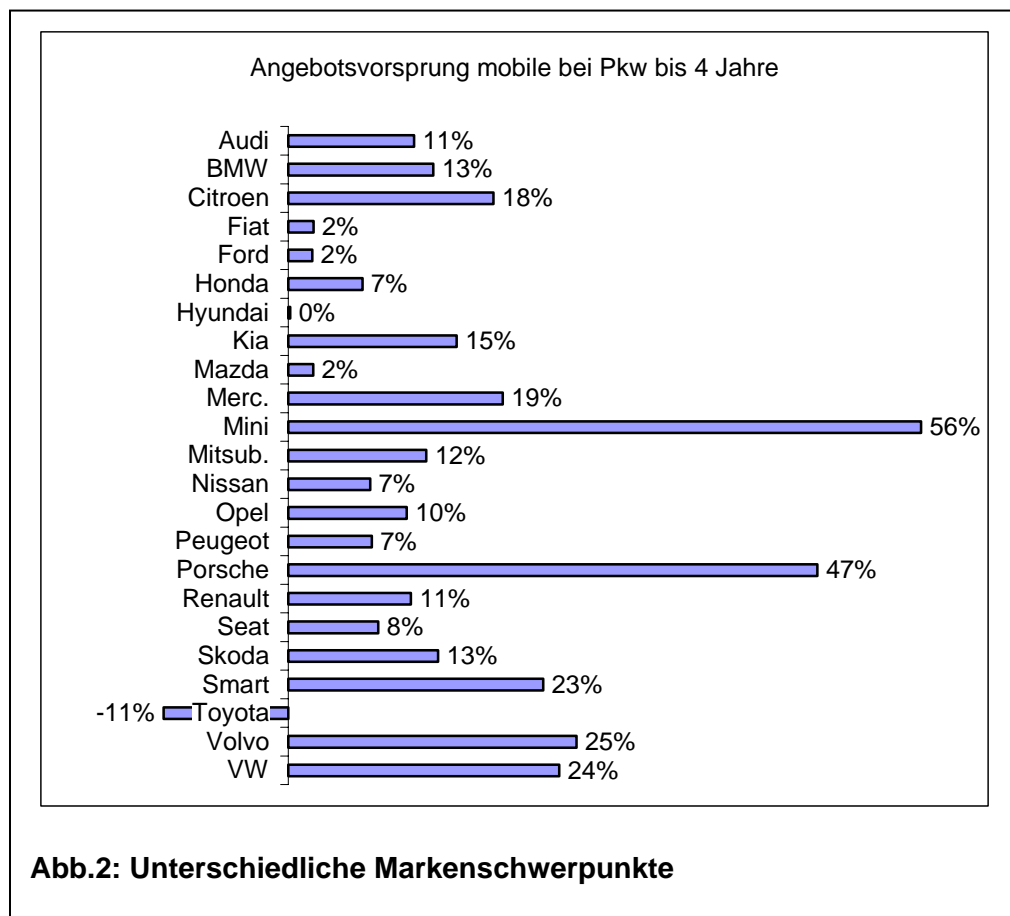
steigt, kann gefolgert werden, daß mobile wieder seine Position vor September 2003 einnehmen konnte und seinen Angebotsvorsprung bei den Privatanzeigen besonders stark ausgebaut hat.

Autoscout bei den neun und zehnjährigen Fahrzeugen, während bei einjährigen Gebrauchtwagen der mobile Vorsprung nur 10% beträgt. Da der Privatanteil bei älteren Fahrzeugen im Gebrauchtwagenmarkt

Ergebnis 3: Unterschiedliche Stärken bei Markenhändlern

Analysiert man die Angebote bei neuen Fahrzeugen (Pkw bis 4 Jahre) fällt eine starke Streuung bei verschiedenen Marken auf. Die beste Position besitzt Autoscout bei Toyota (vgl. Abb. 3). Den größten Angebotsvorsprung bei jungen Gebrauchtwagen besitzt Mobile bei Porsche und Mini. Eine klare Struktur ist bei den Daten nicht zu erkennen. Die unterschiedlichen Stärken der Börsen sind durch die Vertriebssysteme der Börsenbetreiber bedingt.

Fasst man die Ergebnisse zusammen, ergibt sich eine deutliche Stärkung von mobile durch die Wiedereinführung der kostenfreien Privatkundenanzeigen.



Marktausschöpfung der Internet-Marktplätze weitgehend ausgeschöpft

Die Daten zeigen auch, daß die beiden Online-Börsen mittlerweile mindestens eine 85%-ige Marktausschöpfung haben und daher unwesentlich neues Wachstumspotential bei den Online-Anzeigen im deutschen Markt erwartet werden kann. So wurden im Februar zwar 505.238 Besitzumschreibungen bei PKW in Deutschland vorgenommen, ein Teil des Privat-Angebots (geschätzte 25%) bleibt aber im Familien- und Bekanntenkreise und tritt damit nicht im Markt auf. Tatsächlich gehandelt wurden damit knapp 450.000 Pkw. Bei einem Handelslager von 4 Monaten (Händlerreichweite) und einer Verweildauer von 2 Monaten bei Privatangeboten wären im Februar

knapp 1,4 Millionen Fahrzeuge im Angebot gewesen. Sind dann 70% der Autoscout Anzeigen auch in Mobile vorhanden, wären im Februar 2008 knapp 1,2 Millionen Pkw in den beiden Börsen gestanden. Nach dieser Schätzung wären fast 90% der angebotenen Fahrzeuge auch in den Börsen gelistet gewesen.

Die Wachstumspotentiale bei den Gebrauchtwagenbörsen liegen damit in neuen Märkten und Teilssegmenten.

	Feb 08
Besitzumschreibungen	505.238
Handel	252.619
Privat	189.464
Gehandelte GW	442.083
Mobile Angebot	985.000

Tab. 2: Marktausschöpfung