



ONLINE-NEUWAGENVERKAUF

Im Netz viel Neues

Welche sind die bekanntesten Online-Neuwagenplattformen? Wie unterscheiden sie sich und welche Services bieten sie den Kunden? Eine Aufzählung gibt Aufschluss.

Sie erfreuen sich zunehmender Beliebtheit bei den Kunden, vielen Händlern sind sie allerdings ein Dorn im Auge. Die Rede ist von Neuwagen-Onlineportalen. Der Vorwurf an diese lautet häufig, dass sie mit hohen Nachlässen werben, damit die Rabattschlachten auslösen. Nichtsdestotrotz gibt es offenbar immer mehr Händler, die bereit sind, mit den Neuwagenportalen zu kooperieren.

Die Gründe sind verschieden. Manche sehen darin einen zusätzlichen Vertriebskanal und argumentieren, dass es zeitgemäß sei, auch nicht nur Gebrauchtwagen, sondern auch Neuwagen im Netz anzubieten. Darüber hinaus gibt es auch Stimmen im Handel, die behaupten, dass der Absatzdruck so stark sei, dass sie diesem nur mit einem Verkauf von Neuwagen im Internet gerecht werden können. AUTOHAUS

KURZFASSUNG

Das Interesse der Kunden an Neuwagen-Online-Portalen scheint zu wachsen. Nicht nur verzeichnen fast alle der hier vorgestellten Börsen immer mehr vermittelte Neuwagen, auch gibt es neue Portale, die beim Kunden Interesse wecken. AUTOHAUS stellt die bekanntesten Börsen vor.

stellt die bekanntesten Börsen und auch so manch neuen Akteur in der Online-Neuwagenwelt vor.

Autohaus24 stellt sicherlich eine der bekanntesten Börsen dar. Das Portal, ein Unternehmen von Sixt und dem Axel Springer Autoverlag, wurde im Jahr 2009 gegründet und konnte eigenen Angaben zufolge die Zahl der monatlichen Besuche auf autohaus24.de knapp verdreifachen. Im vergangenen Jahr konnten jeden Monat im Durchschnitt mehr als eine Million Besuche auf der Seite verzeichnet werden. Gleichzeitig sei die Zahl der von den

Usern vorgenommenen Konfigurationen im gleichen Zeitraum um mehr als 80 Prozent gewachsen. In den Jahren 2013 und 2014 wurden laut autohaus24 im Monat durchschnittlich mehr als 350.000 Fahrzeuge auf dem Portal konfiguriert. Überwiegend seien es Bestellfahrzeuge, der Anteil an Bestandsfahrzeugen steige aber kontinuierlich. Das bestätigt Dr. Carolin Gabor, Geschäftsführerin der Plattform. „Der Trend, dass sich immer mehr Neuwagenkäufer online auf unabhängigen Seiten informieren, ist ungebrochen“, sagt Gabor und deutet zugleich an, wohin die Reise von autohaus24 in Zukunft gehen soll. „Ziel ist es, Neuwagen-Kaufinteressent und den lokalen Händler noch besser zusammenzubringen.“

Regionalität statt Rabattschlacht

Relativ neu am Markt, nämlich erst im Sommer 2013 gestartet, ist der Neuwagenbereich der bis dahin nur als Gebrauchtwagenplattform bekannten Börse [mobile.de](#). Das Berliner Unternehmen, eine Tochter der Verkaufsplattform Ebay, zählt laut Vertriebschef Daniel Breves rund vier Millionen Visits pro Monat, beim Start waren es 2,9 Millionen – auch hier scheint das Interesse des Kunden, einen Neuwagen im Internet zu kaufen, größer zu werden. Gut 100 Anfragen erhält ein Händler hier pro Monat. „Wir setzen sehr stark auf Qualität und Regionalität, statt auf Rabatte“, betont Breves und kündigt an, die Neuwagenwelt auf [mobile.de](#) in Zukunft noch weiter auszubauen. Finanzierungs-, Leasing- oder Versicherungsangebote aber werden nicht über die Börse an den Kunden gebracht. „Hier soll der Händler den interessierten Neuwagenkunden online abholen und im Autohaus beraten“, sagt Breves.

Wirtschaftlichkeit verbessert und Wachstum verbucht – auch bei dem Kölner Unternehmen [Meinauto.de](#) läuft das Online-Neuwagengeschäft sehr gut. Genauer Zahlen möchte Geschäftsführer Alexander Bugge nicht nennen, es soll aber eine fünfstellige Anzahl an Fahrzeugen vermittelt worden sein in 2014, davon ca. 90 Prozent Bestellneuwagen und 10 Prozent Lagerwagen. Auch die Anzahl an deutschen Vertragshändlern, an die [Meinauto.de](#) Kunden vermittelt, liege nun bei mehr als 300.

Als besonderen Service bieten die Kölner auf der Plattform den sog. Bedarfskonfigurator an, mit dem sich Modelle leichter vergleichen lassen. Noch besser

soll es bei der B2B-Plattform [Pro Neuwagen](#) aussehen. Über 4.900 Partnerbetriebe nutzen das Angebot des Online-Vermittlers mit den zusätzlichen Services, wie die Erstellung personalisierter Flyer für Kunden etc.

Ausschließlich Bestellneufahrzeuge, keine Lagerwagen bietet der Online-Vermittler [Intercar24](#). Im Jahr 2013 wurden ca. 2.900 Fahrzeuge vermittelt, 2014 waren es 3.500 abgeschlossene Vermittlungen. Das Portal, das es bereits seit 15 Jahren auf dem Markt gibt, wirbt damit, „einen kontinuierlich seriösen und zuverlässigen Service mit echten Top-Rabatten“ zu bieten, den nicht nur Privat- und Gewerbetunden, sondern auch eigenen Angaben zufolge immer mehr Großkunden mit entsprechender Flottenstärke nutzen. Geschäftsführer Lars Kleffmann hebt hervor, dass [Intercar24](#) nicht automatisiert funktioniert, sondern „jede Anfrage und Konfiguration auf Richtigkeit“ überprüft wird und die Angebote noch persönlich erstellt werden. Einen eigenen Konfigurator bietet man hier nicht an, mit der Begründung, dass 98 Prozent aller Fahrzeuginteressenten schon die Herstellerkonfiguratoren nutzen.

Oft auch Finanzierungen im Angebot

Im Unterschied zu den meisten anderen Online-Vermittlern bietet das Portal [Carworld24](#) neben den Fahrzeugen auch die Finanzierung über langjährige Partner. Neben einem Fahrzeugkonfigurator bildet ein weiteres Feature der Online Bonitätscheck. Hier kann der Kunde auf der Webseite von [Carworld24](#) einen kostenlosen Bonitätscheck durchführen. Im vergangenen Jahr wurden über die Plattform 1.254 Neuwagen vermittelt, in 2013 waren es 1.694 – davon so gut wie alle Bestellfahrzeuge. Gegen einen Aufpreis übernimmt [Carworld24](#) den Zulassungsservice und liefert an die Wohnadresse. Darüber hinaus betreibt das Unternehmen mit Sitz in Roßdorf bei Darmstadt über die Seite [CarCity24.de](#) die Business-Online-Portale [Carcitysale.de](#) und [Carcitybusiness.de](#). Beide Portale sind speziell für Autohäuser, Servicebetriebe und Verbände konzipiert.

Zu den größeren Playern im Neuwagen-Onlinehandel gehört [Carneoo](#). Sowohl in 2013 als auch in 2014 vermittelte das Kempener Unternehmen laut Geschäftsführer Hermann Josef Wolters jeweils über 5.000 Einheiten und kooperiert

mit über 200 Händlern, im B2B-Bereich sind es über 1.500 Händler. Auch [Carneoo](#) bietet Leasing- und Finanzierung über die Herstellerbanken an. Im Bereich Kundenzufriedenheit konnte [Carneoo](#) im vergangenen Jahr bei der deutschen Gesellschaft für Verbraucherstudien als Testsieger hervorgehen.

Insgesamt 1.115 Verträge konnte der Anbieter [Netcar.de](#) eigenen Angaben zufolge abschließen. Das Ibbenbürener Unternehmen kooperiert derzeit mit 80 Händlern und bietet zu 97 Prozent Bestellfahrzeuge. Als besonderen Service bietet [netcar.de](#) Kunden die Abholung des Altwagens am Auslieferungsort des Neuwagens an und in diesem Zusammenhang eine Gebrauchtwagen-Ankaufgarantie. Von Finanzierungs- oder Leasingangeboten sieht [netcar.de](#) ab.

Dass immer mehr neue Akteure beim Online-Neuwagenverkauf ins Spiel kommen, zeigt sich bei dem Portal [Neuwagen-Online](#). Das im Jahr 2013 gegründete Unternehmen arbeitet bereits mit 176 Händlern zusammen und vermittelte 2014 insgesamt 980 Fahrzeuge. Angeboten werden auch Leasing und Finanzierung über die Herstellerbanken, um die Aktionen miteinander zu kombinieren.

Karolina Ordyniec ■

KOMMENTAR

Die Neuwagen-Portale sind dem Handel nach wie vor ein Dorn im Auge. Mit ruinösen Preisen würden sie Rabattschlachten bei Händlern auslösen und Marktpreise kaputt machen, lauten die Vorwürfe. Fakt ist aber, dass die Portale Anklang finden bei den Kunden. Wie kann der Handel damit umgehen? Mit dem Internetpräsenzhandelsbonus von Ford und PSA sollen Händler belohnt werden, die ihren Namen bei Angeboten im Internet angeben. Funktioniert das? Das wird sich erst zeigen müssen. Die meisten Online-Plattformen sehen darin keine Bedrohung für ihr Geschäft, da sie sich als Vermittler verstehen und Händler dort direkt keine Angebote einstellen.

Karolina Ordyniec,
Redakteurin
AUTOHAUS

