

## PRESSEMITTEILUNG

Datum 8. Juni 2015

Seitenzahl 3  
gesamt

Ort Freienbach/Pfäffikon

### **Erster Angebotspreis bestimmt den Profit beim Gebrauchtwagenverkauf Fast die Hälfte aller Occasionen ist nicht optimal eingepreist**

**Optimale Einstiegspreise spielen eine wichtige Rolle für die Standzeiten und Profite im Gebrauchtwagenhandel. Dies ist die zentrale Erkenntnis einer aktuellen Analyse, mit der Eurotax alle in der Schweiz auf Online-Automärkten von Händlern angebotenen Occasionen ausgewertet hat. Dabei wurden die tatsächlichen Angebotspreise mit den von Eurotax täglich neu errechneten, „idealen“ Angebotspreisen verglichen und die Auswirkungen auf Angebotsdauer und Rabatte untersucht. Optimierungspotenzial ist nachweisbar reichlich vorhanden.**

Für die Analyse wurde die Angebotspreisentwicklung vom ersten Erscheinen der Online-Verkaufsanzeigen bis zum jeweils letzten Publikationstag beobachtet. Das Ergebnis zeigt klar, dass ein hoher Einstiegspreis zwei Auswirkungen hat: Zum einen ist die Angebotsdauer von zu hoch eingepreisten Occasionen deutlich länger als die von günstigen Angeboten. Dies wirkt sich auf die Standkosten aus, da Fahrzeuge auf dem Gebrauchtwagenplatz Kapital binden und vom Händler „betreut“ werden müssen, was die erzielbare Rendite mindert. Zum andern werden für hochpreisig angebotene Fahrzeuge im Durchschnitt deutlich höhere Rabatte geboten. Wird ein Fahrzeug beispielsweise Fr. 2000.– über dem idealen Angebotspreis erstmals ausgeschrieben, so werden bis zum Verkauf rund 50% dieser Differenz, also circa Fr. 1000.–, als Preisnachlass gewährt.

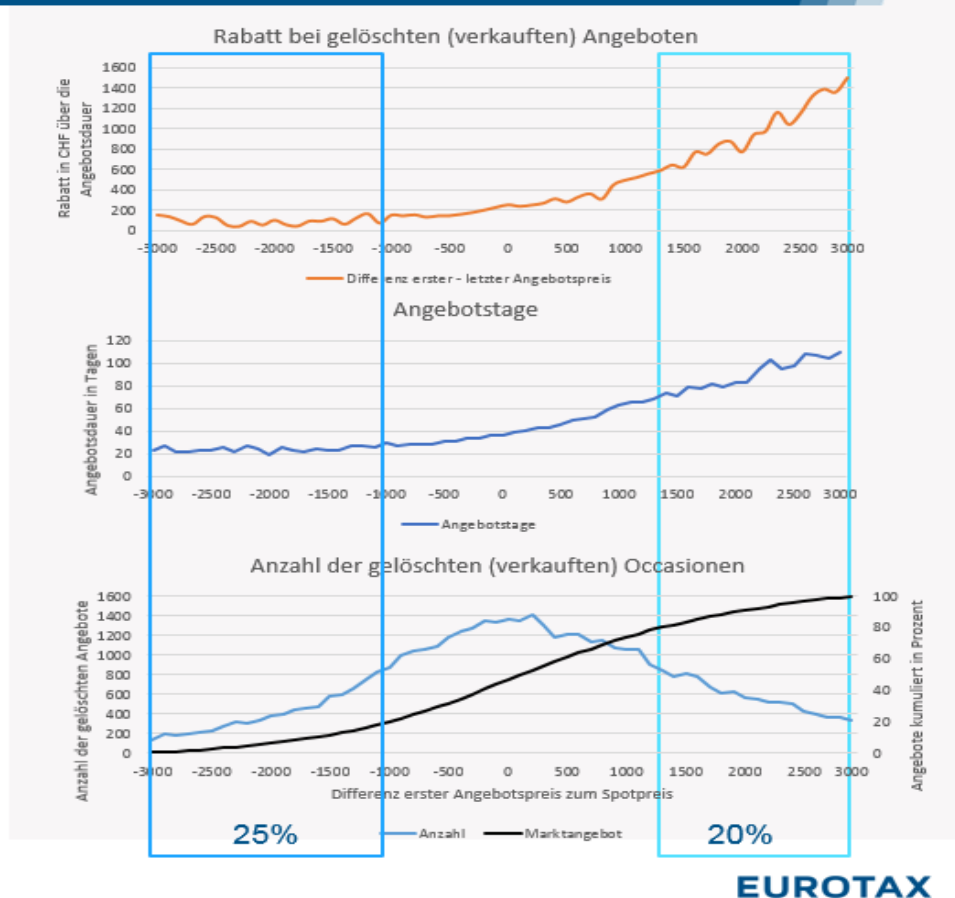
„Es ist nicht nur so, dass die Kosten für zu hoch eingepreiste Occasionen aufgrund längerer Standzeiten ansteigen – zusätzlich wird der erhoffte höhere Profit durch Rabatte deutlich verringert,“ fasst Roland Strilka, Direktor Insight & Market Analysis bei Eurotax Schweiz, das Dilemma zusammen. Kurzum: Eine doppelte Profitbremse, die auch zu Verlusten führen kann.

#### **Bewusstes Einpreisen von Occasionen ist kommerziell sinnvoll**

Aber auch bei zu niedrig gewählten Einstiegspreisen gibt es Optimierungsbedarf für die Händler. Zwar entstehen bei tiefen Einstiegspreisen keine Zusatzkosten aufgrund überlanger Angebots- und Standzeiten. Allerdings ist zu beobachten, dass die Angebotsdauer von Occasionen im Durchschnitt fast unverändert bleibt – gleichgültig, ob das Einstiegsangebot um Fr. 500.– oder Fr. 2000.– unter dem idealen Preis liegt. Bei einem (viel) zu tief angesetzten Angebotspreis wird einzig (viel) Profit verschenkt.

Zusammenfassend zeigt die Analyse von Eurotax auf, dass fast die Hälfte der zum Verkauf stehenden Occasionen zu Beginn nicht optimal eingepreist wird. 20% der Fahrzeuge erzielen deshalb weniger Gewinn, als möglich wäre, weil sie von den Händlern zu günstig angeboten werden, und 25% der Occasionen sind so teuer, dass der Profit durch Rabatte und Standkosten gegen null tendiert oder sogar ins Negative dreht.

### Ambitionierte Einstiegspreise führen zu langen Standzeiten und hohen Rabatten



Grafik: Zusammenhang von Angebotspreisen, Rabatten und Standtagen

Die Analyse zeigt, dass ein bewusstes Einpreisen von Occasionen mit dem jeweils tagesaktuellen Eurotax SpotPrice kommerziell sinnvoll ist. Ebenso ist es von Vorteil, einmal gewählte Preise der Marktentwicklung anzupassen. „Ein aktives Preismanagement und eine klare Preisstrategie können den Verkaufsprozess zielgerichtet unterstützen. Eurotax bietet mit Tools wie Radar und PriceAnalyser die Werkzeuge, mit denen Angebotspreise anhand der Preisdynamik optimal errechnet werden können“, meint dazu Heiko Haasler, Geschäftsführer der Eurotax Schweiz.

Diese Erkenntnis sowie weitere Informationen zur aktuellen Marktsituation seit der Aufhebung des Euro-Franken-Mindestkurses durch die Schweizerische Nationalbank wurden kürzlich an der ersten Tagung der Eurotax-Expertengruppe für Occasionen in Egerkingen präsentiert. Das neue Forum dient dem Meinungsaustausch unter Fachexperten zu aktuellen Erfolgsfaktoren im Occasionshandel und als Wegweiser für die weitere Produktentwicklung von Eurotax.

Weitere Informationen zur Eurotax-Expertengruppe und zu den diskutierten Themen finden Interessierte online unter: [www.eurotaxpro.ch/expertengruppe](http://www.eurotaxpro.ch/expertengruppe).

*(3'902 Zeichen)*

## Über Eurotax

Eurotax Schweiz ist Teil der EurotaxGlass's Gruppe, Europas führendem Anbieter von Informationen, Daten, Publikationen und Dienstleistungen rund um Fahrzeuge aller Art. Eurotax schafft mit aktuellen, unabhängigen Daten Markttransparenz für die gesamte Automobilbranche.

## Für ergänzende Informationen wenden Sie sich bitte an:

Kontakt	Eurotax Schweiz <b>Mark Ruhsam</b> Head of Marketing Schweiz/Österreich Wolleraustrasse 11a 8807 Freienbach
Telefon	055 415 81 00
Direktwahl	055 415 82 54
Telefax	055 415 82 00
E-Mail	<a href="mailto:mark.ruhsam@eurotax.ch">mark.ruhsam@eurotax.ch</a>
Internet	<a href="http://www.eurotaxpro.ch">www.eurotaxpro.ch</a>