

# Auf Konfrontationskurs

Im Online-Gebrauchtwagenhandel stehen die Zeichen auf Sturm

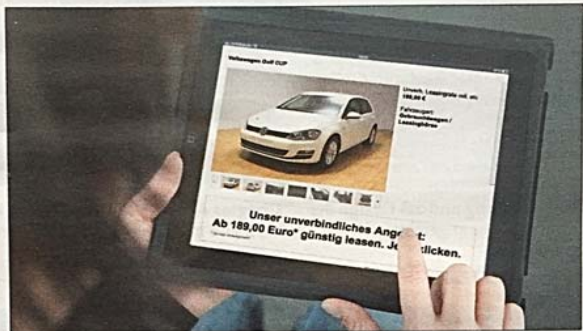
CHRISTOF RÜHRMAIR  
AUTOMOBILWOCHE, 19.10.2015

**MÜNCHEN.** Der Gebrauchtwagenhandel im Internet steuert auf einen Showdown zu. Denn nicht nur der Bundesverband freier Kfz-Händler (BVFk) prüft die Einrichtung einer eigenen Börse (siehe Seite 1). Auch die im Sommer vom Volkswagen- und Audi-Partnerverband (VAPV) angeregte konzerneigene Gebrauchtwagenbörse scheint Gestalt anzunehmen. Dirk Weddigen von Knapp, Vorsitzender des VAPV, zeigt sich überzeugt: „Die Börse kommt.“ Angesichts der derzeitigen Entwicklung drohe der Handel sonst Schaden zu nehmen.

Es sind vor allem drei Punkte, die Weddigen von Knapp kritisiert – explizit ohne dabei eine der großen Börsen beim Namen zu nennen: die Preisentwicklung, die Bewertungen und dass sich die Börsen zwischen Händler und Kunde positionierten. „Ich glaube nicht, dass es die Kernfunktion einer Börse ist, Bewertungen durchzuführen. Und ich glaube nicht, dass es die Kernfunktion einer Börse ist, sich mit einer eigenen Mail-Adresse zwischen Händler und Kunde zu drängen.“ Insbesondere Letzteres bereitet dem Verbandsvorsitzenden Sorgen. „Irgendwann wäre der Autohändler dann kundenlos und nur noch Autologistiker“, warnt er.

## Kritik an „Oligopol“

Grund für die aus seiner Sicht negativen Entwicklungen ist die Marktsituation. „Wenn sich Oligopole bilden, bedeutet das einseitige Vorteile“, beklagt Weddigen von Knapp. Letztlich lasse sich das nur durch „massiven



**VWs bereits existierende Online-Leasingbörse:** Eine Gebrauchtwagenbörse für die Konzernmarken wäre um ein vielfaches größer.

Wettbewerb“ ändern. Eben diesen soll die konzerneigene Gebrauchtwagenbörse bringen.

Das wünscht sich auch Ansgar Klein, der Vorsitzende des BVFk – obwohl zu einer konzerneigenen Gebrauchtwagenbörse aller Voraussicht nach nur Markenhändler

sondere die Händlerbewertungen, die Mobile.de aktuell einführt. AutoScout24 hat sie schon seit Längerem.

Weddigen von Knapp ist vom Erfolg einer Volkswagen-eigenen Börse überzeugt. Beim Marketing könnte der Konzern Synergien mit seiner normalen Werbung nutzen. Für die Händler stelle sich eben die Frage: „Wollen sie in eine Börse gehen, die ihr Geschäftsmodell dauerhaft verändert?“ Eine konzerneigene Börse müsse selbstverständlich kostengünstiger sein.

Zumindest beim Thema Preiserhöhungen ist vom deutschen Marktführer Mobile.de derzeit eher kein Einlenken zu erwarten. Noch am Rande der IAA sagte der Chef der Börse, Malte Krüger: „Der Handel erhält ungefähr 40 Prozent der Gebrauchtwagenanfrage über uns. Für diese Leistung erhalten wir teilweise nicht den fairen Anteil an den Marketingausgaben.“ Und auch was die Bewertungen angeht, betonte er: „Wir bekommen viele gute Rückmeldungen.“

# 34

Prozent aller Fahrzeuge auf Deutschlands Straßen sind von VW, Audi, Škoda oder Seat

Zugang hätten. „Ich fände es gut, wenn VW das machen würde“, sagt er. „Das würde Bewegung in die Sache reinbringen“ und wäre ein guter Schritt gegen die Überheblichkeit der Börsen. Auch beim BVFk seien viele Händler der Meinung, dass es Zeit für eine eigene Börse sei. Klein kritisiert insbe-