



Onlineplayer von A-Z

Der Autopilot fürs Internet-Business

Die bedeutendsten Internet-Marktplätze 2009 – eine Übersicht

Zahlen, Daten, Fakten – die 20 Merkmale der Internetplayer	
1.	Name der Onlinebörse
2.	Konzept/Positionierung der Börse
3.	Besondere Angebote/Leistungen für Automobilhändler
4.	Schnittstellen für DV-Programm (Import)
5.	Schnittstelle zur Übergabe auf Händlerseite
6.	Aktualisierungszeiträume (einzeln oder im Paket)
7.	Schnelligkeit der Ausfilterung von Angeboten aus Betrugsversuchen
8.	Datentransfer zu anderen Onlinemärkten (Export)
9.	Leistungen für Gebrauchtwagenhandel auf internationaler Ebene
10.	Suchauftrag für Händler/Kosten
11.	Service-Hotline
12.	Monatliche Kosten für Händler/Fahrzeuge/Anzahl der Fahrzeuge/Bilder
13.	Testphase für Händler/Konditionen
14.	Zahl der angeschlossenen Händler
15.	Angebote für Privatanbieter
16.	Ergänzende Leistungen (z. B. Versicherung, Finanzierung, GW-Schutz, Content etc.)
17.	Traffic: Visits/Page Impressions pro Monat/Unique Visitors
18.	Kontaktdaten
19.	Angebotsseite/Produktmerkmale: I. Art/Qualität der Fahrzeugbeschreibung Anzahl Attribute/Merkmale Wie wird der Fahrzeugzustand erfasst? (Freitext/Attribute für den Zustand z. B. Gebrauchsspuren, Beschädigungen...) Können Fahrzeuggutachten erstellt werden? Anzahl möglicher Fotos II. Qualitätsprüfung der Fahrzeugangebote Automatische (elektronische) Überprüfung der neuen Fahrzeugangebote Beanstandung von Fehlern durch Nutzer Vollständige Überprüfung aller Anzeigen z. B. durch eigenes Serviceteam III. Anbindung an soziale Netzwerke wie Facebook, Twitter, etc. Bereitstellung einer Applikation für Smartphones
20.	Nachfrageseite (Welche Reaktionen gibt es auf ein Fahrzeugangebot?) Fahrzeuganzeigen: Anzahl E-Mail-Anfragen pro Fahrzeug (Privatangebote/Händlerangebote) Fahrzeugverkäufe: Anzahl Gebote pro Fahrzeug (Privatgebote/Händlergebote) Fahrzeugverkäufe: Anzahl Bieter pro Fahrzeug (Privatangebote/Händlerangebote)



1.	EGA-NET
2.	Verkaufersarbeitsplatz und Onlinebörse mit über 15.000 Autos, nur für angeschlossene Händler und Werkstätten. Rund 200 Anbieter vermarkten ihren eigenen Bestand an die EGA-Händlerkollegen und beschaffen gezielt Fahrzeuge für ihre eigenen Endkunden.
3.	Alle Angebote lassen sich mit verschiedenen Preisgruppen ausprägen. Die Aufschläge für Börsen, Ladenpreis, EGA-Kollegenpreis lassen sich frei wählen oder fest einstellen, mit frei einstellbaren
4.	74 % der EGA-Partner legen ihre Fahrzeuge direkt im EGA-NET an. Zusätzlich bestehen Schnittstellen zu allen größeren Dealermanagement-Systemen und Fahrzeugbörsen.
5.	Jeder dritte aktive EGA-Partner arbeitet mit dem Webseitensystem der EGA oder lässt EGA-Fahrzeuge in seine eigene Seite verlinken. Hierzu kann die Gestaltung der Fahrzeugliste angepasst werden. Alternativ erfolgt der Export über Börsen- und DMS-Schnittstellen. Extra: EGA-Partner können den eigenen Fahrzeugbestand auf ihrer Webseite um Autos aus dem EGA-Fahrzeugpool ergänzen und so ihr Angebot erheblich erweitern.
6.	Die Angebote werden täglich automatisch aktualisiert. Eine Echtzeit-Aktualisierung kann zusätzlich auf Knopfdruck erfolgen.
7.	Durch die Auswahl der EGA-Partner ist die Gefahr unseriöser Angebote praktisch ausgeschlossen.
8.	Jeder EGA-Partner benennt die Börsen, in die seine Fahrzeuge exportiert werden sollen. Der Export erfolgt dann täglich automatisch.
9.	EGA-Partner in den Nachbarländern greifen in ihrer Landessprache auf die EGA-NET-Fahrzeuge zu.
10.	Führt die Suche im EGA-Bestand nicht zu den gewünschten Ergebnissen, bestehen diese Möglichkeiten: Suchanfrage über das Verkaufs-Forum im EGA-NET, Recherche über weitere Börsen – mit Übernahmemöglichkeit der Treffer in den eigenen Bestand und z. B. Angebotsdruck.
11.	Fragen werden durch die Systemzentrale und die Händlerbetreuer der EGA direkt beantwortet. Rückfragen sind jedoch relativ selten, da alle neuen EGA-Partner eine Grundlagenerschulung im eigenen Betrieb erhalten. Zusätzlich führt die EGA regelmäßig Car-Broking-Schulungen durch.
12.	Je nach genutztem Leistungsumfang 99 bis 299 Euro monatlich (stückzahlunabhängig)
13.	Eine 6-monatige Testphase ist möglich und gewünscht.
14.	200
15.	Nein, da geschlossene Händlerbörse.
16.	EGA-Partner erwirtschaften mit EGA-Zusatzdiensten Mehrerlöse: 1. Finanzierungs-Schnellrechner als unverbindliche Sofortauskunft bzw. integrierte Finanzierungs- oder Leasing-Anfrage, 2. Garantie- und Wartungspaket „Garantie plus“, 3. Kfz-Versicherungen. Zudem nutzen EGA-Partner die Fahrzeugbewertung, die Marketingunterstützung der EGA mit Prospektwerbung und Internetseite, Schulungen und den Großeinkauf von Teilen, Rädern und Fahrzeugpaketen.
17.	Nicht vergleichbar, da das EGA-NET von den Partnerbetrieben als Verkaufersarbeitsplatz eingesetzt wird.
18.	Anbieter des EGA-NET ist die EGA – Einkaufsgenossenschaft Automobile e.G., stellv. Vorstand Wolfram Lambeck, Braumberger Straße 2, 42929 Wermelskirchen, Telefon 0800/382 088, E-Mail vorstand@ega.eu; Internet www.ega.eu
19.	I. Art/Qualität der Fahrzeugbeschreibung - Pflichtfeld „Unfall“ - Pflichtfelder für Kennattribute (Typ, Marke, EZ, km etc.) - Preise für Laden, Börsen, EGA-Partner werden mit individuell hinterlegten Aufschlägen ausgewiesen, können jedoch geändert werden. - Die Anlage der Sonderausstattung kann über eine Schnellanlage oder über Schlüsselnummern erfolgen, ohne Begrenzung. - Exportkriterien für mobile de. etc. können bei der Anlage angeklippt werden. - Nach dem Verkauf wird das Auto mit Zulassungsdatum etc. archiviert. Es kann nach Leasingende o.ä. sofort wieder aktiviert werden. Für den Fahrzeugzustand gibt es Auswahlfelder, zusätzlich kann beliebig langer Freitext erfasst werden. Reparatur-Memos werden in separaten Freitextfeldern erfasst. Gutachten können erstellt und dem Fahrzeug in einer virtuellen Fahrzeugakte zugeordnet werden. Maximal 15 Fotos sind möglich. Bildschirmanzeige bzw. Ausdruck können bis maximal DIN A4-Größe erfolgen. II. Qualitätsprüfung der Fahrzeugangebote Das EGA-NET zeigt fehlende Einträge in Pflichtfeldern an. Außerdem werden unlogische Einträge (Zulassungsdatum bei Neuwagen etc.) angezeigt. Fehlermeldungen sind sehr selten. Sie werden möglichst umgehend korrigiert und die Verursacher informiert. Bislang nicht erforderlich, da geschlossene Händlerbörse. III. Anbindung an soziale Netzwerke wie Facebook, Twitter, etc. Der Austausch zwischen EGA-Partnern erfolgt über das EGA-Forum, zusätzlich extern über Xing.com. Zahlreiche EGA-Partner nutzen ihr Smartphone z. B. für die Direkterfassung eines neu angelieferten Fahrzeugs, da Detailinformationen und Fotos zusammen erfasst werden können.
20.	Die Klicks für jedes Fahrzeug werden dem Partner in Form eines Ampelsystems angezeigt und statistisch ausgewertet. Dadurch können zu hoch eingepreiste Fahrzeuge schnell ausgemacht und korrigiert werden. Fahrzeuganfragen erfolgen direkt zwischen den Händlern und werden nicht ausgewertet. Fahrzeuggebote erfolgen ebenfalls direkt. Fahrzeugbieter melden sich direkt beim Anbieter und werden nicht ausgewertet. Bei Verkäufen wird die Nutzung des EGA-Treuhandkontos ausgewertet, das bei etwa 25 % aller Käufe von EGA-Partnern zur Absicherung des Verkaufspreises dient. Die EGA und das EGA-NET haben sich in den vergangenen gut neun Jahren als Mehrmarkenpartner für freie Betriebe und Markenhändler etabliert. Die EGA ermöglicht durch den gemeinsamen Fahrzeugbestand von 15.000 Autos, sich mit sehr geringen Kosten als Mehrmarkenanbieter in Verkauf und Service zu positionieren. Endkunden bringen dem glaubwürdig präsentierten EGA-Fahrzeugbestand hohes Vertrauen entgegen. Dieses Vertrauen ermöglicht jedem EGA-Partner erfolgreiches Car-Broking – die Vermarktung von Fahrzeugen, die nicht auf seinem Gelände stehen. Die flankierenden Leistungen der EGA unterstützen den Partner in Einkauf, Marketing und Verkauf. Dafür greifen Verkäuferarbeitsplatz, Händler-Internetaufritt, Börsenexport sowie Prospekt- und Anzeigenwerbung auf einmalig zentral erfasste Daten zu. Die Ausgabe erfolgt auf das jeweilige Medium zugeschnitten, bei Bedarf um EGA-Poolfahrzeuge ergänzt. Die EGA ist damit deutlich mehr als eine Fahrzeugbörse. Mit durchdachten Lösungen „von Händlern – für Händler“ fällt es EGA-Partnern leicht, sich als Akteur mit großem Angebot aufzustellen. Gute Preise, Garantie- und Versicherungsangebote der EGA schaffen ebenso wie günstige Finanzierungsangebote gute Voraussetzungen für den erfolgreichen Verkauf. Durch die Leistungen der Systemzentrale können sich die EGA-Partner auf ihr Kerngeschäft konzentrieren. Damit ist die EGA wichtige Ergänzung für viele Betriebe – nicht allein im Handel, sondern auch für Werkstatt und Teilehandel.



Onlineplayer von A bis Z

Der autodigitale Globus

Die wichtigsten Internetmarktplätze 2010 – eine Übersicht

»kfz-betrieb«-Fragenkatalog Onlineplayer von A bis Z 2010

1.	Name der Onlinebörse
2.	Konzept/Positionierung der Börse
3.	Besondere Angebote/Leistungen für Automobilhändler
4.	Schnittstellen für DV-Programm (Import)
5.	Schnittstelle zur Übergabe auf Händlerseite
6.	Aktualisierungszeiträume (einzeln oder im Paket)
7.	Schnelligkeit der Ausfilterung von Angeboten aus Betrugsversuchen
8.	Datentransfer zu anderen Onlinemärkten (Export)
9.	Leistungen für Gebrauchtwagenhandel auf internationaler Ebene
10.	Suchauftrag für Händler/Kosten
11.	Service-Hotline
12.	Monatliche Kosten für Händler/Fahrzeuge/Anzahl der Fahrzeuge/Bilder
13.	Testphase für Händler/Konditionen
14.	Zahl der angeschlossenen Händler
15.	Angebote für Privatanbieter
16.	Ergänzende Leistungen (z. B. Versicherung, Finanzierung, GW-Schutz, Content etc.)
17.	Traffic: Visits/Page Impressions pro Monat/Unique Visitors
18.	Kontaktdaten
19.	Angebotsseite/Produktmerkmale: I. Art/Qualität der Fahrzeugbeschreibung Anzahl Attribute/Merkmale Wie wird der Fahrzeugzustand erfasst? (Freitext/Attribute für den Zustand z. B. Gebrauchsspuren, Beschädigungen etc.) Können Fahrzeuggutachten erstellt werden? Anzahl möglicher Fotos II. Qualitätsprüfung der Fahrzeugangebote Automatische (elektronische) Überprüfung der neuen Fahrzeugangebote Beanstandung von Fehlern durch Nutzer Vollständige Überprüfung aller Anzeigen z. B. durch eigenes Serviceteam III. Anbindung an soziale Netzwerke wie Facebook, Twitter, etc. Bereitstellung einer Applikation für Smartphones
20.	Nachfrageseite (Welche Reaktionen gibt es auf ein Fahrzeugangebot?) Fahrzeuganzeigen: Anzahl E-Mail-Anfragen pro Fahrzeug (Privatangebote/Händlerangebote) Fahrzeugverkäufe: Anzahl Gebote pro Fahrzeug (Privatgebote/Händlergebote) Fahrzeugverkäufe: Anzahl Bieter pro Fahrzeug (Privatangebote/Händlerangebote)

Der Vermarktungskanal Internet gehört mittlerweile zu den gängigen Erfolgsfaktoren eines modernen Autohauses. Das Angebot der automobilen Internetplayer wird indes immer vielfältiger. Die Verbreitung internetfähiger Smartphones nimmt rasant zu. Kaufempfehlungen via Facebook oder Twitter sind schon an der Tagesordnung. Videos ergänzen die Bildergalerien, opulente Instrumente und Werkzeuge optimieren die Fahrzeuginserate. Das ist wichtig, um das zuletzt eher maue Gebrauchtfahrzeuggeschäft wieder zu beleben.

Auch 2010 liefert »kfz-betrieb« eine Übersicht über die wichtigsten Fahrzeug-Internetmarktplätze. Sie finden Sie auf www.kfz-betrieb.de: geballte Information über Serviceangebote und Strategien. Vergleichen Sie!

Stephan Maderner



Thorsten Cordes, Vorstand EGA Einkaufsgenossenschaft Automobil AG: Die EGA und das EGA-NET haben sich als Mehrmarkenpartner für freie Betriebe und Markenhändler etabliert. Die EGA ermöglicht durch den gemeinsamen Fahrzeugbestand von 15.000 Autos, sich mit sehr geringen Kosten als Mehrmarkenanbieter in Verkauf und Service zu positionieren. Endkunden bringen dem glaubwürdig präsentierten EGA-Fahrzeugbestand hohes Vertrauen entgegen. Dieses Vertrauen ermöglicht jedem EGA-Partner erfolgreiches Car-Broking, also die Vermarktung von Fahrzeugen, die nicht auf seinem Gelände stehen. Die flankierenden Leistungen der EGA unterstützen den Partner in Einkauf, Marketing und Verkauf. Dafür greifen Verkäuferarbeitsplatz, Händler-Internetaufritt, Börsenexport sowie Prospekt- und Anzeigenwerbung auf einmalig zentral erfasste Daten zu. Die Ausgabe erfolgt auf das jeweilige Medium zugeschnitten, bei Bedarf um EGA-Poolfahrzeuge ergänzt. Die EGA ist damit deutlich mehr als eine Fahrzeugbörse. Mit durchdachten Lösungen „von Händlern – für Händler“ wird es EGA-Partnern leicht, sich als Akteur mit großem Angebot aufzustellen. Gute Preise, Garantie- und Versicherungsangebote der EGA schaffen ebenso wie günstige Finanzierungsangebote gute Voraussetzungen für erfolgreichen Verkauf. Durch die Leistungen der Systemzentrale können sich die EGA-Partner auf ihr Kerngeschäft konzentrieren. Damit ist die EGA wichtige Ergänzung für viele Betriebe – nicht allein im Handel, sondern auch für Werkstatt und Teilehandel.“

