

Bei dem KI-Modul Pricetronic von Car Observer wird der digitale Assistent zu einem integrierten Teil des Pricing-Teams im Autohaus.

PREISMANAGEMENT

Mit KI den richtigen Preis zum richtigen Zeitpunkt

Der Preis ist heilig. Im Gebrauchtwagengeschäft gilt die Preisfindung als unantastbar. Und jetzt per KI? Wer Frevel vermutet, wird eines Besseren belehrt. Erste Ergebnisse im Handel zeigen eine Margensteigerung von mehr als 25 Prozent.

Silvia Lulei

Wer verliert schon gerne die Kontrolle? Vor allem, wenn es um so entscheidende Dinge wie den richtigen Marktpreis für seine Fahrzeuge geht. Das Preismanagement ist der heilige Gral im Gebrauchtwagengeschäft; kostbar und sagenumwoben. Eine Sache für Profis mit jahrzehntelanger Erfahrung und reichlich Intuition für Zielgruppen und Marktgegebenheiten. Und plötzlich steht künstliche Intelligenz vor der Tür und klopft vorsichtig an, um den Job zu übernehmen.



Thomas Stenzel, Car Observer, ist stolz auf die Ergebnisse seiner KI-Software: „Es fühlt sich an, als ob wir die DNA des Gebrauchtwagen-Pricings entschlüsselt hätten.“

Vor dem geistigen Auge von Automobilhändlern tauchen gleich schreckliche Szenarien auf: Wenn KI-Software das Pricing übernimmt, kommt es zu Kontrollverlust und Fremdbestimmung. Das ist eine unbegründete Sorge, denn eine Software ist eine Software – nicht mehr und nicht weniger. Und eine KI-Software ist eine Software, die lernt – idealerweise das, was der Händler gerade braucht.

Die Software Car Observer ist bekannt als Tool zur Markt- und Bestandsanalyse. Mehrere Hundert Händler in Deutschland arbeiten damit. Die Software sorgt dafür, dass Bestandsfahrzeuge von Händlern im Netz optimal auffindbar sind, indem sie auf Datenfehler aufmerksam macht. Händler können mit der Anwendung ihren eigenen Bestand sowie regionale und überregionale Märkte analysieren und Angebote von Wettbewerbern beobachten. Darüber hinaus erhält der Händler Daten zur aktuellen Marktsituation, um die Preise seiner Fahrzeuge richtig einschätzen und ändern zu können. So werden Verkaufschancen generiert, Standtage und Kosten optimiert und höhere Margen erzielt (lt. Anbieter zwischen 400 und mehr als 1.000 Euro pro Fahrzeug). Zudem unterstützt Car Observer bei der Preisfindung im Einkauf und gibt eine Standzeitprognose ab.

Jetzt gibt es für Car Observer auch einen KI-Assistenten, die sogenannte Pricetronic. Das bedeutet, dass die Preisvorschläge auf Basis künstlicher Intelligenz auto-

matisch erfolgen. Gefüttert und trainiert werden die KI-Algorithmen von den Car-Observer-Spezialisten. Die Automobilkaufleute mit markenübergreifendem Know-how sind versiert im Umgang mit der KI und unterstützen Verkaufsleiter und Einkäufer dabei, die Algorithmen an deren Pricing-Strategie anzupassen. „Wir wollen nicht, dass KI die Handlungsfreiheit im Autohaus einschränkt; vielmehr soll unser digitaler KI-Assistent als integrierter Teil des Pricing-Teams im Autohaus gesehen werden“, erläutert Thomas Stenzel, Geschäftsführer der Virtual Office GmbH, die Car Observer entwickelt hat.

Pricetronic befindet sich noch in der Prototyp-Phase und wird Anfang nächsten Jahres auf den Markt kommen. Doch gerade in dieser Phase ist es für Stenzel und sein Team wichtig, Praxiserfahrungen zu sammeln. Darauf eingelassen hat sich Oliver Bohn, Geschäftsführer des Autohauses Kuhn & Witte. Bohn hat schon 2022 eine Stabsstelle in seinem Unternehmen geschaffen, um KI zu implementieren. Seither wird die Systemlandschaft des Autohauses mit Standorten in Jesteburg, Buchholz, Fleestadt und Wedel nach und nach angepasst. In den letzten Jahren ist aus dem VW/Audi-Partner

„KI könnte der Akzelerator für die Transformation der Branche sein.“

Thomas Stenzel, Car Observer

zudem ein Unternehmen mit breit angelegten Mobilitätsangeboten geworden: Zweiradcenter, Vespa Store, Nutzfahrzeugzentrum und die neue Pkw-Marke Xpeng. Seit Sommer 2024 lässt Oliver Bohn einen Teil seiner Fahrzeugbestände durch Pricetronic automatisch einpreisen. Mit dem bemerkenswerten Ergebnis, dass die Margen um mehr als 25 Prozent gestiegen sind; obwohl die Nachfrage in den Sommermonaten nachgelassen hat. Das Resultat hat den Autohauschef verblüfft und darin bestätigt, dass es eine richtige Entscheidung war, Schritt für Schritt KI-Anwendungen im Autohausgeschäft einzusetzen.

Doch solche positiven Erfahrungen kommen nicht von ungefähr. Als Grundvoraussetzung für den wirkungsvollen Einsatz von KI nennt Thomas Stenzel eine hohe Datenqualität. Insbesondere die Bilderquote habe sich beim Autohaus Kuhn & Witte nochmal verbessert und liege jetzt nahe 100 Prozent. „Eine hohe Datenqualität ist das Fundament für Marge“, sagt der Margenprofi.

Auch mit KI-Unterstützung ist die Preisstrategie immer situativ und individuell auf das Autohaus angepasst; mit grundlegenden Überlegungen, die Einfluss darauf haben, wie die KI-Anwendung trainiert wird:

- Eine Pricing-Strategie ist nicht eindimensional. Wer beispielsweise nur darauf aus ist, Standtage zu senken und demzufolge den Bestand schneller drehen möchte, muss geringere Bruttomargen mit einem höheren Umschlag ausgleichen. Oft steigt dabei aber die Standzeit 1, weil der Aufbereitungsprozess im Autohaus überstrapaziert wird. Zudem muss schneller Ware beschafft werden.
- Auf der Angebotsseite wird unterschieden zwischen hochverfügbarer Massenware versus Unikaten; die

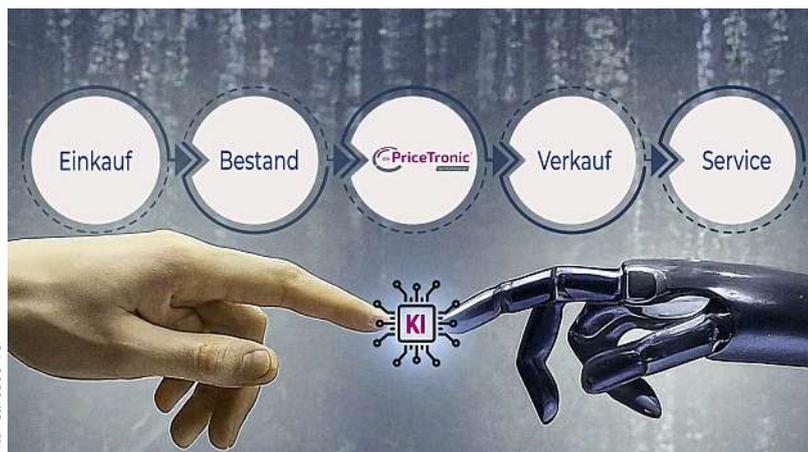


Bild: Carobserver

Die Bestands- und Margensoftware Car Observer hat das KI-Modul Pricetronic entwickelt. Es ermöglicht ein vollautomatisiertes Preismanagement.

Bandbreite reicht von immer gleich ausgestatteten Fahrzeugen bis zu Oldtimern, die als Einzelstück nur einmal verfügbar sind. Solche seltenen Exemplare können bei einem niedrigen Umschlag und hohen Standtagen eine extrem hohe Bruttomarge erzielen.

- Autohäuser, die sich eine KI-Lösung an Bord holen, sollten darauf achten, dass die Verkaufs- und Einkaufsteams gut darauf vorbereitet sind und das digitale Teammitglied so gut wie möglich kennenlernen. Erst wenn diese Hürden abgebaut sind, wird die KI-Software regelmäßig und gerne genutzt. Aus den Erfahrungen beim Autohaus Kuhn & Witte ist es sinnvoll, sich mindestens einmal pro Woche im Team auszutauschen; gegebenenfalls auch mit den Car-Observer-Spezialisten.

Die Automobilbranche stehe, so Stenzel, unter starkem Veränderungsdruck. Seiner Meinung nach benötige die Transformation der Branche einen Akzelerator: „KI könnte in diese Lücke springen und sie ausfüllen.“ Entlang der Prozesskette im Gebrauchtwagengeschäft wird heute schon an einigen Stellen KI eingesetzt. Das Beispiel mit dem Autohaus Kuhn & Witte zeigt, dass auch ein vollautomatisiertes Preismanagement über das KI-Modul des Car-Observer-Systems möglich ist. Es zeigt auch, dass Autohäuser keineswegs Kontrollverlust befürchten müssen, wenn KI-Software nach den Vorgaben des Autohauses trainiert und erprobt wird. ■

INFO

KI live erleben

Beim Deutschen Remarketing Kongress 2025 am 26.2.2025 stehen KI-Anwendungen im Gebrauchtwagengeschäft im Fokus. Über den QR-Code kommen Sie direkt zu weiteren Infos über die Veranstaltung.

