

Berichtsmonat Januar

Optimistische Erwartungen zum Jahresanfang

Vertragshändler und Inhaber von freien Werkstätten prognostizieren bessere Geschäfte im Neuwagen-Verkauf und Kundendienst



Die Vertragshändler und Inhaber von freien Servicebetrieben gehen im Jahr 2001 mit positiven Erwartungen an den Start. Im Vergleich zum Vormonat steigen beide Indexkurven deutlich an. Bezogen auf die Januar-Werte aus den Jahren 1999 und 2000 liegen die Vertragshändler jedoch leicht darunter. Dagegen konnten die freien Kfz-Betriebe das Niveau der Vorjahre wieder erreichen. Die optimistische Erwartungshaltung der Befragten und der positive Kurvenverlauf sind wohl überwiegend auf Glauben und Hoffnung begründet.

40 Prozent der unabhängigen Werkstätten rechnen für die nächsten drei Monate mit höheren Erlösen im Werkstattgeschäft (4). Nicht ganz so optimistisch sind die Fabrikathändler. Hier sind es 20 Prozent, die steigende Umsätze aus dem Service- und Teilegeschäft prognostizieren. Allerdings gaben immerhin 71 Prozent der Markenhändler an, dass sie im Vergleich zum Vorjahr mit einer gleichbleibenden Umsatzentwicklung im Werkstattgeschäft rechnen. Dies sind die Ergebnisse der Branchenindex-Befragung, die die Kölner BBE-Unternehmensberatung im Auftrag von »kFz-Betrieb« und der AKB-Privat- und Handelsbank AG monatlich durchführt.

Obwohl alle Befragten im Winter- beziehungsweise Reifengeschäft die Sparmaßnahmen der Autofahrer zu spüren bekamen, bleibt das Servicegeschäft relativ stabil. Mit drastischen Preissenkungen

bei den Verschleißteilen und ausgeklügelten Servicekonzepten ihrer Hersteller gewinnen die Vertragshändler wieder Marktanteile im Werkstattgeschäft zurück. Auffällig ist, dass viele Vertragwerkstätten immer stärker in das Segment älterer Fahrzeuge eindringen, während sich die freien Servicebetriebe den Werkstattssystemen der Teilleieferanten anschließen, um jüngere Fahrzeuge reparieren zu können. Die Folge ist ein Verdrängungswettbewerb im ohnehin schon rückläufigen Wartungs- und Reparaturmarkt.

Dennoch beurteilen die freien Werkstätten ihre eigene wirtschaftliche Situation und die der gesamten Bran-

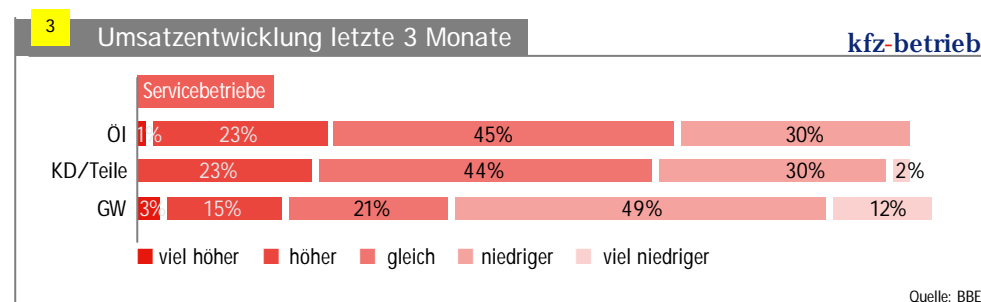
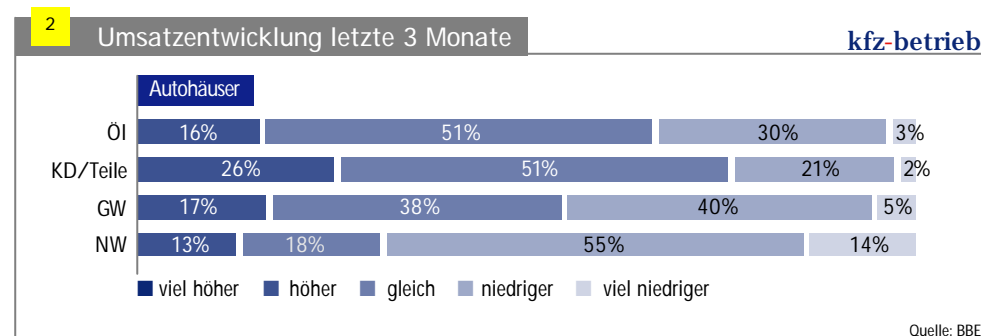
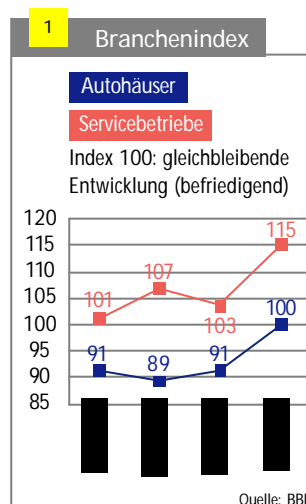
che besser als ihre fabrikatsgebundenen Kollegen (6). Rund ein Drittel der befragten Inhaber von freien Kfz-Betrieben gaben ihrer derzeitigen Unternehmenskonjunktur die Note „gut“. Bei den Fabrikathändlern sind dies nur rund 20 Prozent, die ihre wirtschaftliche Lage mit gut einschätzen (5).

Gründe für die weniger optimistische Einschätzung der Konjunktur liefern vor allem die Umsatzzahlen aus dem Neuwagen- und Gebrauchtwagen-Verkauf der letzten drei Monate (2, 3). Die Auftragseingänge und Neuzulassungen gingen drastisch zurück. Vor allem die hohen

1 Im Kurvenverlauf des Branchenindex spiegelt sich der Optimismus der Befragten wider. So hoffen die Fabrikatsbetriebe auf bessere Umsätze im Neuwagen-geschäft.

2 Die Umsatzrückgänge im Fahrzeugverkauf der letzten drei Monate sind dramatisch. Einziger Lichtblick bei den Vertragshändlern war das Service-geschäft.

3 Bei den freien Servicebetrieben ist das Gebrauchtwagen-geschäft seit einigen Monaten rückläufig. Sie klagen wieder über längere Standzeiten.



Benzinpreise und die generell steigenden Kosten für das Auto bremsen die Kaufentscheidungen bei den potenziellen Kunden. Außerdem beeinflusst der hohe Bestand an jungen Gebrauchten den

Neuwagenabsatz. Das Ergebnis ist ein zweistelliger Rückgang bei den Neuzulassungen (siehe Seite 10 und 11).

Die Situation im Gebrauchtwagengeschäft hat sich bei der Mehrheit der

Befragten nicht wesentlich verändert. Der Handel konnte zwar den Fahrzeugbestand ein wenig abbauen, die Standzeiten nahmen jedoch wieder zu. Dennoch zeigt sich Optimismus: Dass die Umsät-

ze im Gebrauchtwagenverkauf in den nächsten drei Monate steigen werden, meinen 35 Prozent der freien Servicebetriebe. Bei den Fabrikathändlern sind es 20 Prozent, die mit höheren Umsätzen im Gebrauchtwagengeschäft rechnen (4). Eine gleichbleibende Umsatzentwicklung erwarten hier sogar 57 Prozent der Vertragsbetriebe.

Welchen Stellenwert das Internet gegenüber der klassischen Werbung für die freien und gebundenen Unternehmen besitzt, zeigt Grafik 8. Auffällig ist allerdings, dass trotz Internet-Nutzung zwei Drittel der Unternehmen ihre Werbeaktivitäten im World Wide Web noch nicht ausgedehnt haben.

Norbert Rubbel

4 Die Einschätzung der Umsatzentwicklung für die nächsten drei Monate ist optimistisch. Alle Befragten erwarten in allen Segmenten steigende Umsätze.

5 Die negative Einschätzung der Branche ist geprägt von der Diskussion über den selektiven Vertrieb und die Ökosteuern.

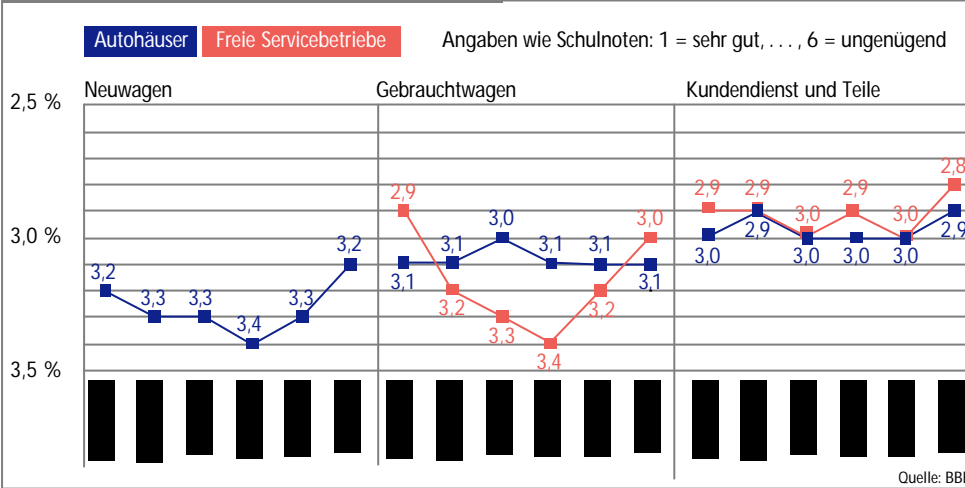
6 Anders als ihre markengebundenen Kollegen beurteilen die freien Werkstätten ihre eigene Situation schlechter als die Branchenkonzunktur.

7 Die schlechte Umsatzrendite bei den Vertragshändlern ist auf die konjunkturelle Talfahrt im Neuwagen-geschäft zurückzuführen.

8 Obwohl das Internet als Werbemedium für die Befragten eine relativ hohe Bedeutung hat, wird es für die eigenen Offerten noch viel zu selten genutzt.

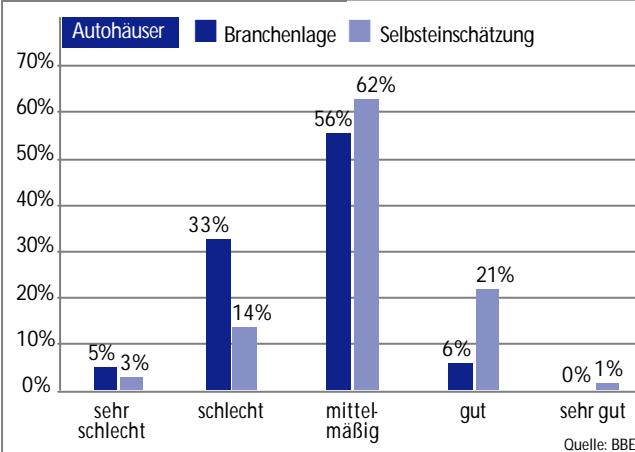
4 Umsatzerwartung nächste 3 Monate

kfz-betrieb



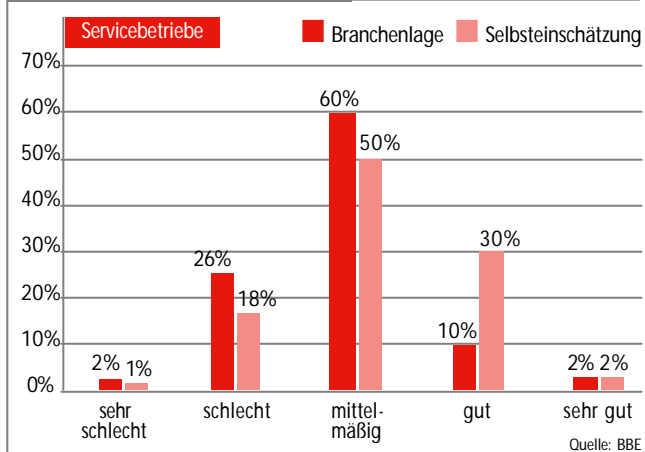
5 Stimmungsbarometer

kfz-betrieb



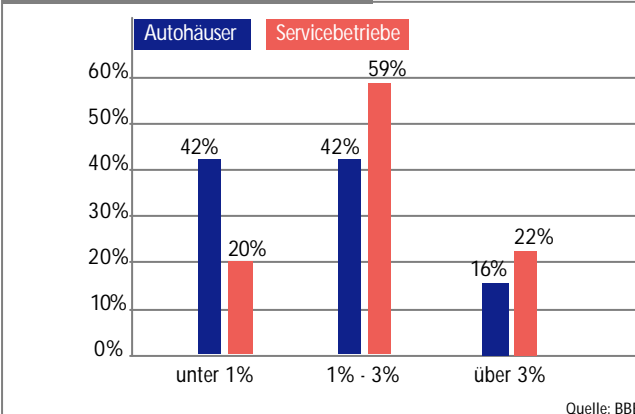
6 Stimmungsbarometer

kfz-betrieb



7 Aktuelle Umsatzrendite

kfz-betrieb



8 Internet im Vergleich zu klassischer Werbung

