

Berichtsmonat November

# Der Schock lässt nach

## Die langsame Rückkehr zum Alltag macht sich auch im Branchenindex bemerkbar

Die aktuelle BIX-Befragung belegt es: Nach den Terroranschlägen vom 11. September kehrt das allgemeine Wirtschaftsleben zu einer „leicht angeschlagenen Normalität“ zurück. Im Oktober sackte der Index der Autohäuser auf Grund der pessimistischen Wirtschaftsprognosen für die Automobilindustrie deutlich nach unten (1). Mit einem Wert von 85 Punkten nähert er sich nun wieder dem Vorjahreswert (89 Punkte) an.

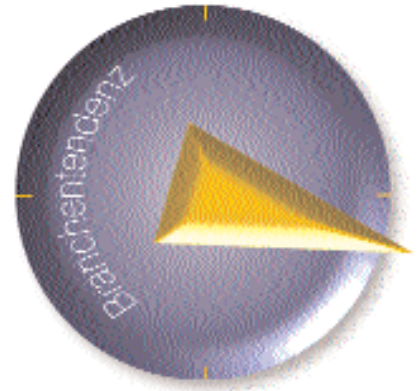
Die Werkstattbetriebe bleiben im Vormonat von einem derart heftigen Einbruch verschont. Dennoch sinkt der Index-Wert der Werkstattbetriebe seit Mai dieses Jahres mehr oder weniger kontinuierlich. Er erreichte im November erstmalig seit zwei Jahren die 100er Marke. Diese kritische Marke wurde von den Servicebetrieben bisher erst einmal, ganz zu Anfang der BIX-Geschichte (im Oktober 97), unterschritten.

Bei der Einschätzung der Umsätze der letzten drei Monate im Vergleich zum Vorjahr, zeigt sich die schwierige Absatzsituation im Neuwagensegment: 60 Prozent der Autohäuser geben im November an, in den letzten drei Monaten geringere bis deutlich geringere Umsätze gegenüber dem Vorjahresvergleich zu erzielen (2). Es bleibt abzuwarten, ob die seitens der Hersteller und Importeure vorgezogene Garantieverlängerung im Dezember für eine Belebung des Neuwagen geschäfts sorgt. Darüber hinaus

versuchen die Autohäuser mit eigenen Aktionen die Jahreszielvorgaben noch zu schaffen. Hauptsächlich setzen sie hierfür Finanzierungsangebote und Aktionszinsen ein. 27 Prozent der befragten Autohäuser suchen ihr Heil in Preisvorteilen bei den Neuwagen und in Tageszulassungen. 28 Prozent der Autohäuser

wollen jedoch keinerlei Maßnahmen zur Sicherung der Zielerreichung ergreifen, für die meisten dürfte die Bonuswurst ihres Herstellers/Importeurs zu hoch hängen (3).

Etwas besser ist die Situation im Gebrauchtwagen-Geschäft: 39 Prozent der Autohäuser geben an, geringere bis deutlich geringere Umsätze



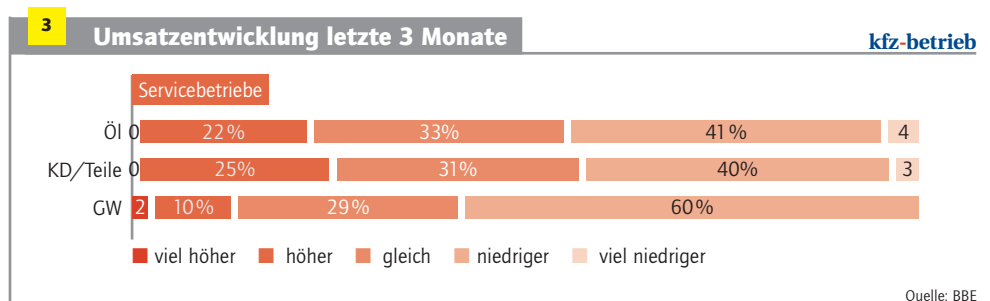
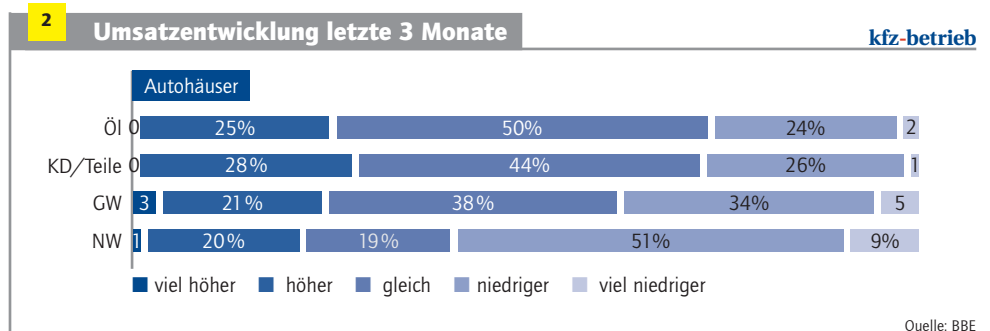
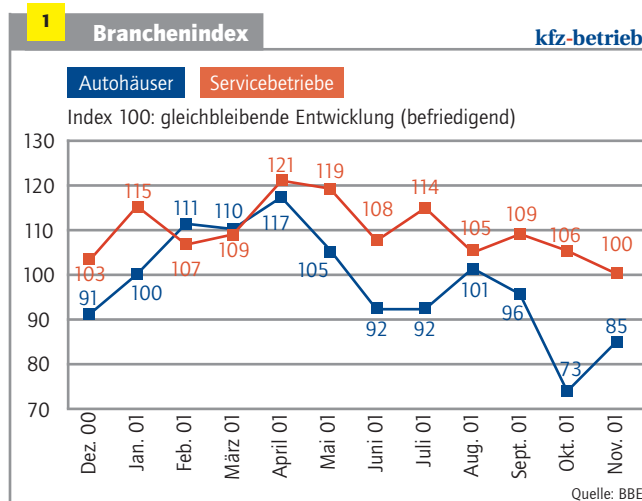
gegenüber dem Vorjahr erzielt zu haben. Erwartungen für eine bessere Umsatz-Zukunft hegen die Autohäuser lediglich in den Bereichen Teile und Zubehör sowie Öl. Die Servicebetriebe erwarten in allen Geschäftsbereichen schwächere Umsätze (4).

Allen Servicestrategien zum Trotz gilt nach wie vor: Die jungen Fahrzeuge werden im Vertragshandel gewartet, die alten Fahrzeuge bei den Servicebetrieben. Dabei versuchen die Hersteller, Importeure sowie die Händler die Halter älterer Fahrzeuge in die Vertragswerkstätten zu locken. Dies geschieht überwiegend mittels Zeitungs- und Anzeigenwerbung, wobei

**1** Die Autohäuser erholen sich von dem Schock, den die Ereignisse im September dieses Jahres ausgelöst haben. Bei den Servicebetrieben besteht die Gefahr, dass der Index-Wert im Dezember unter die kritische 100er-Marke fällt.

**2** Das Werkstattgeschäft der Autohäuser stellt sich relativ stabil dar. Die Geschäfte im Neu- und Gebrauchtwagen-Bereich entwickeln sich jedoch bedrohlich. Die fehlende Umsatzrendite kann durch das Werkstattgeschäft nicht kompensiert werden.

**3** Auch bei den Servicebetrieben sieht der Fahrzeugverkauf nicht besser aus. 60 Prozent der Befragten geben an, in den letzten drei Monaten weniger Gebrauchtwagenumsatz erzielt zu haben als im Vorjahreszeitraum.

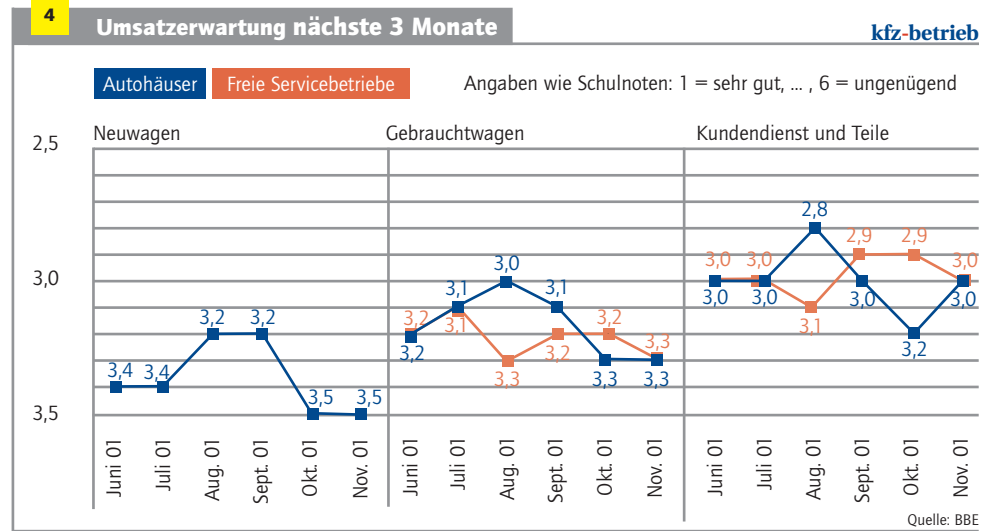


primär Inspektionen angeboten werden. Immerhin 62 Prozent der befragten Autohäuser versuchen so, die Fahrer von älteren Fahrzeugen für sich zu gewinnen (6).

Den Servicebetrieben fällt die Klientel der älteren Fahrzeuge dagegen eher automatisch zu. Nur 33 Prozent der Befragten werben aktiv um diese Kundengruppe.

Nach Auffassung der Autohäuser trägt der Bereich Service überwiegend (knapp 54 Prozent) zum Betriebsergebnis ihres Unternehmens bei. Erwartungsgemäß liegt dieser Beitrag bei den Servicebetrieben deutlich höher (82 Prozent).

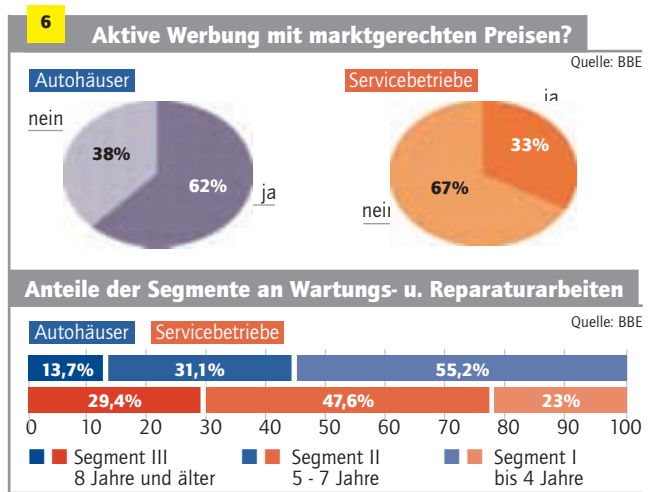
Dies zeigt, wie immens wichtig dieses Standbein für den Automobilhandel ist. Preistransparenz und die aktive Auseinandersetzung mit



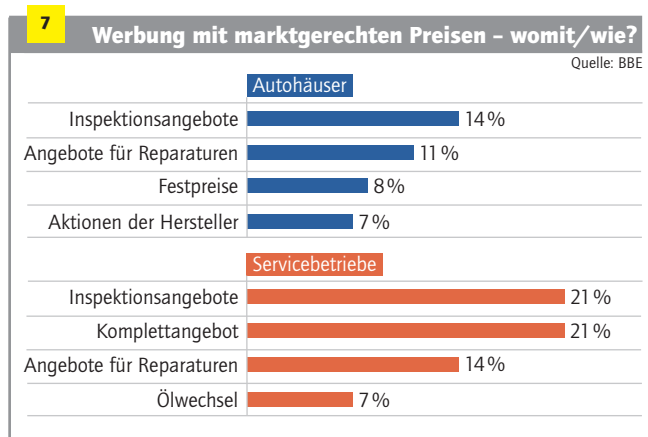
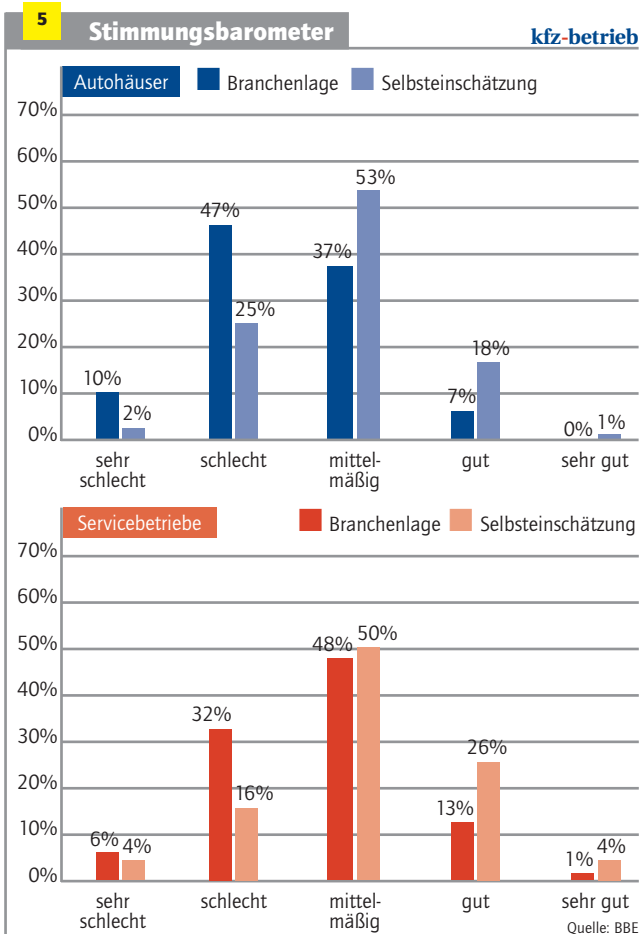
4 Die Umsatzerwartungen beim Fahrzeugverkauf bleiben bei den Autohäusern weiterhin gedämpft. Lediglich im Service werden höhere Umsätze erwartet. Die Servicebetriebe erwarten Umsatzeinbrüche in allen Bereichen.

diesem Thema tut Not, wie wir auch schon im »kfz-betrieb«-Journal, Ausgabe 44/45 berichteten. Darüber hinaus sind die Hersteller und Importeure gefordert, ihre Händler in diesem wichtigen Bereich stärker zu unterstützen.

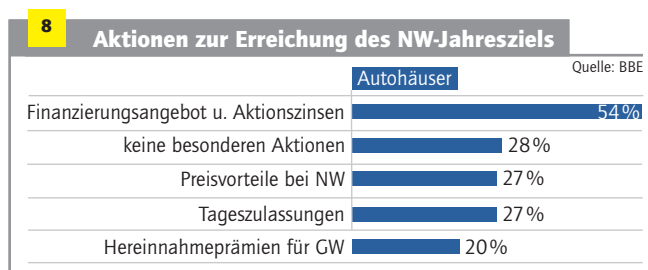
Konrad Wenz



5 Die Rezessionsprognosen beeinflussen die Beurteilung der Branchenkonzunktur. Dies macht sich nun auch bei den Servicebetrieben bemerkbar. Dennoch schätzen diese ihre eigene wirtschaftliche Situation immer noch positiver ein als die Autohäuser.



6 Während sich die Autohäuser Gedanken machen müssen, wie sie die Fahrer älterer Fahrzeuge in ihre Werkstätten locken können, scheint diese Klientel den Servicebetrieben eher automatisch zuzufallen.



7 Nur sieben Prozent der Autohäuser nutzen die Aktionsangebote ihrer Hersteller oder Importeure: Manchmal sind die Autohäuser in diesem Bereich überaus träge, aber manchmal gehen die Aktionsangebote auch am Bedarf vorbei.

8 Zur Jahreszielerreichung der Autohäuser sind Tageszulassungen nach wie vor ein Thema. Dieser Umstand sollte dazu führen, dass die Hersteller und Importeure überprüfen, ob ihre Zielvorgaben realistisch sind.