

BIX Februar

# Die Schere öffnet sich

Autohäuser zeigen sich optimistisch, Servicebetriebe pessimistisch



Seit Oktober 2002 liefen die Branchenindex-Werte der Autohäuser und Servicebetriebe nahezu parallel. Zum Jahresende befanden sich beide Werte auf dem Weg nach unten und im Januar 2003 machten beide einen Sprung in Richtung größere Zufriedenheit. Damit ist es nun vorbei: Die Indexwerte der beiden Branchengruppen entwickelten sich im Februar gegenläufig. Während die Autohäuser positiv gestimmt sind, sinkt der Indexwert der Servicebetriebe um sechs Punkte (1).

Diese BIX-Schere ist der Entwicklung im Vorjahr ähnlich. Allerdings bewegten sich 2002 die Indexwerte sowohl der Autohäuser als auch der Servicebetriebe noch auf einem höheren Niveau. Beide Gruppen sind also unzufriedener als noch im Vorjahr. Dies sind die Ergebnisse der Branchenindex-Befragung, die die BBE Unternehmensberatung im Auftrag von »kfz-betrieb« und der CC Bank AG monatlich durchführt.

Betrachtet man die Umsatzentwicklung im Vergleich zum Vorjahr, so ist klar, woher Optimismus beziehungsweise Pessimismus stammen: Lediglich 10 Prozent der Autohäuser (Vorjahr 16 Prozent) geben an, dass die Umsatzentwicklung bei den Neuwagen viel niedriger ist als im Vergleichszeitraum des Vorjahres (2). In den anderen Geschäftsbereichen gab es eine ähnlich erfreuliche Entwicklung. Ganz anders liegt der

Fall bei den Servicebetrieben: Im Februar gaben 71 Prozent (Vorjahr 47 Prozent) der Befragten an, weniger Umsatz mit Gebrauchtwagen erzielt zu haben (3). In den anderen Geschäftsfeldern war der Einbruch nicht so drastisch, aber immer noch deutlich.

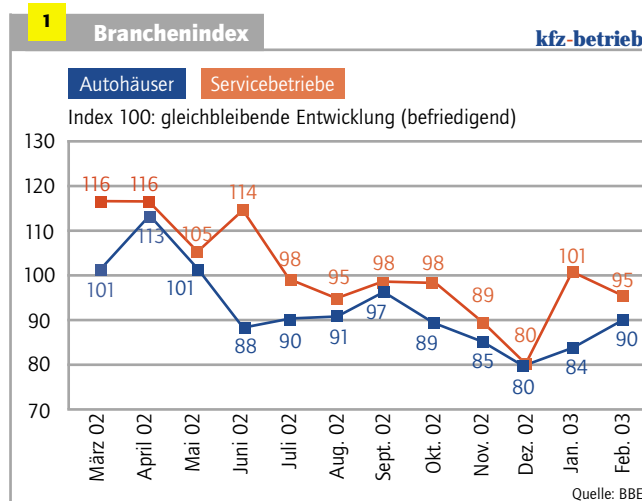
Schlechter kann es gar nicht mehr werden, scheinen

sich die Servicebetriebe zu denken. Wohl gerade deshalb erwarten sie für die kommenden Monate steigende Umsätze bei den Gebrauchtwagen (4). Die Autohäuser bleiben bei ihrer positiven Einschätzung: Sie erwarten in den nächsten drei Monaten weitere Verbesserungen bei Neu- und Gebrauchtwagen.

Sowohl Autohäuser als auch Servicebetriebe erwarten bei Teilen und Zubehör stagnierende Umsätze. Dies mag daran liegen, dass sie sich nicht genug mit den Möglichkeiten dieses Geschäfts auseinandersetzen.

Beispielsweise die Reifen: Befragt nach dem Stellenwert des Reifengeschäfts in ihrem Betrieb gaben lediglich 52 Prozent der Autohäuser und 33 Prozent der Servicebetriebe „hoch“ oder „sehr hoch“ an. 27 Prozent der Servicebetriebe schreiben dem Reifengeschäft überhaupt keinen Stellenwert zu (siehe hierzu auch Thema der Woche auf den Seiten 14 ff.).

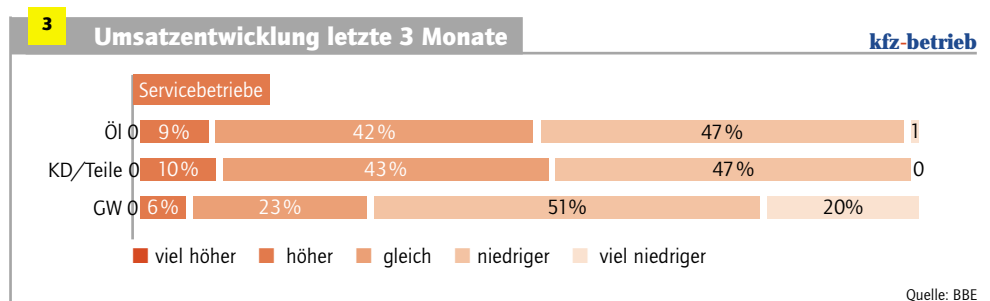
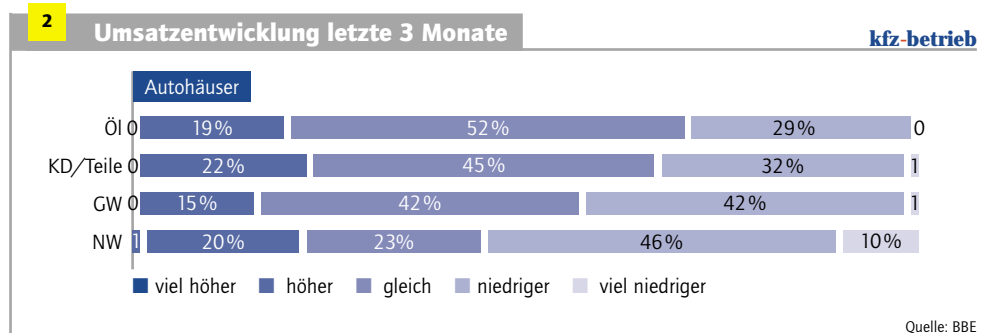
Kein Wunder, dass der Anteil des Reifengeschäfts am



**1** Gegenläufige Entwicklung: Während die positive Stimmung der Autohäuser weiter ansteigt, brechen die Servicebetriebe ein. Das war im Vorjahr genau so, spielte sich aber insgesamt auf einem höheren Niveau ab.

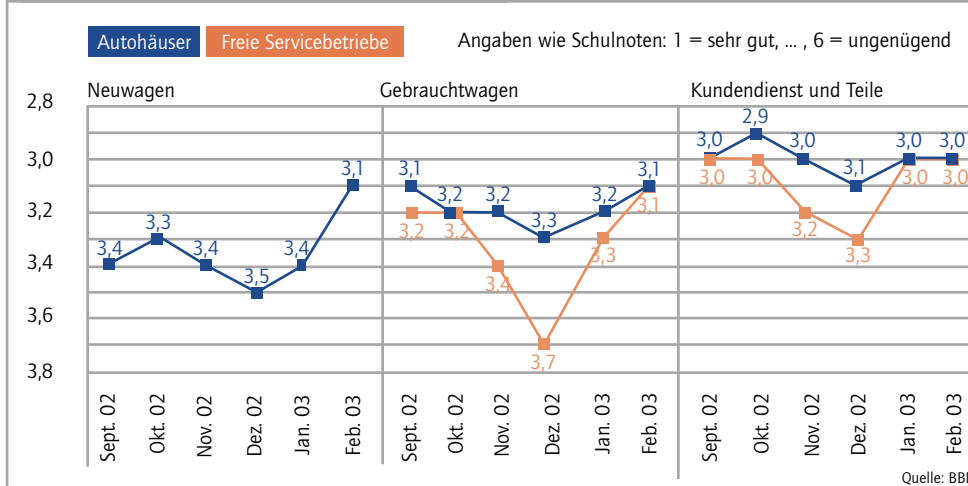
**2** Die Umsatzentwicklung gegenüber dem Vorjahreszeitraum war für die Autohäuser erfreulich. Besonders der Geschäftsbereich Neuwagen holte auf.

**3** Bei den Gebrauchtwagenumsätzen gab es für die Servicebetriebe einen drastischen Einbruch gegenüber dem Vorjahr. Über 70 Prozent geben den Umsatz niedriger an.



**4 Umsatzerwartung nächste 3 Monate**

kfz-betrieb



Gesamtumsatz mit Teilen und Zubehör bei den Autohäusern im Durchschnitt auch nur 12,8 Prozent ausmacht. Bei den Servicebetrieben sind es gar nur 8,8 Prozent. Konkret heißt das: Durchschnittlich verkauft jedes Autohaus 277 Sätze Sommerreifen und 207 Sätze Winterreifen (5). Deutliche Unterschiede gibt es zwischen den einheimischen

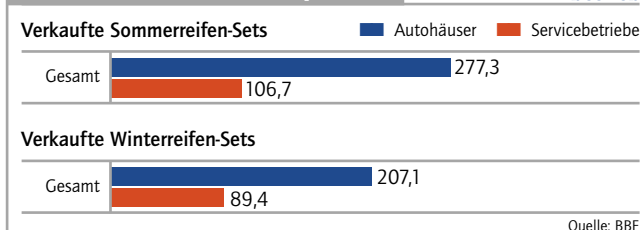
und den Importmarken: Die Vertreter der Importmarken erreichen nur knapp ein Drittel dieser Anzahl Reifensätze. Interessanterweise überwiegen auch im Aftersales-Geschäft die führenden Erstausrüster Continental und Michelin (6). Auch dies kann ein Hinweis darauf sein, dass die Branche das Reifengeschäft nicht aktiv betreibt.

Eher ist es wohl so, dass der Kunde eine bestimmte Reifensorte nachfragt. Auch ein anderes Indiz spricht dafür, dass die Freien genau so wie die markengebundenen Händler das Reifengeschäft eher stiefmütter-

lich betreiben. Nur 46 der Autohäuser und 21 Prozent der Servicebetriebe geben an, einen Mitarbeiter zu haben, der sich um das Reifengeschäft kümmert (7). Betrachtet man darüber hinaus die Zeit, die die einzelnen Mitarbeiter für das Reifengeschäft aufwenden, wird der Eindruck noch mal verstärkt. Erfreulich ist, dass 96 Prozent der Autohäuser und 81 Prozent der Servicebetriebe ihren Kunden die Einlagerung von Kundenrädern anbieten. Die Preistaffel für diesen Service reicht von Null Euro bis über 50 Euro pro Saison. Damit haben Autohäuser und Servicebetriebe eine kleine Hürde im Reifengeschäft überwunden. Nun gilt es darauf aufzubauen und mehr daraus zu machen. Konrad Wenz

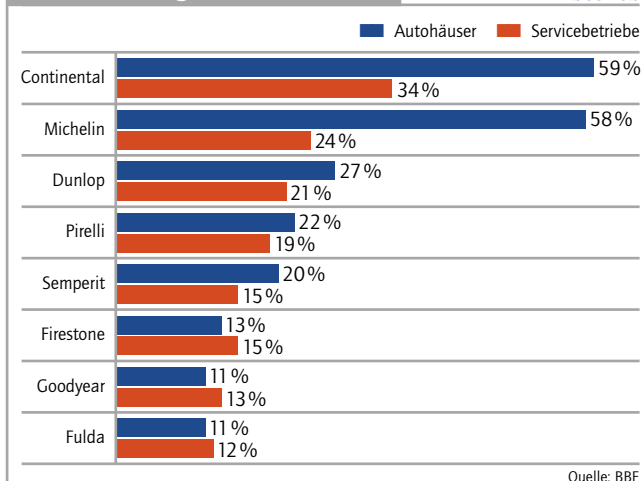
**5 Verkaufte Reifensets pro Jahr**

kfz-betrieb



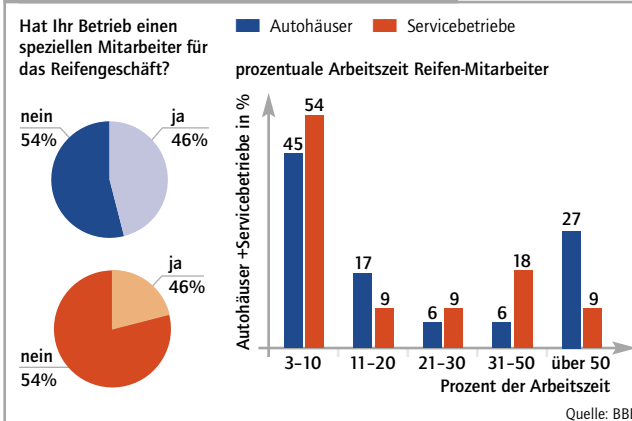
**6 Die häufigsten Reifenmarken**

kfz-betrieb



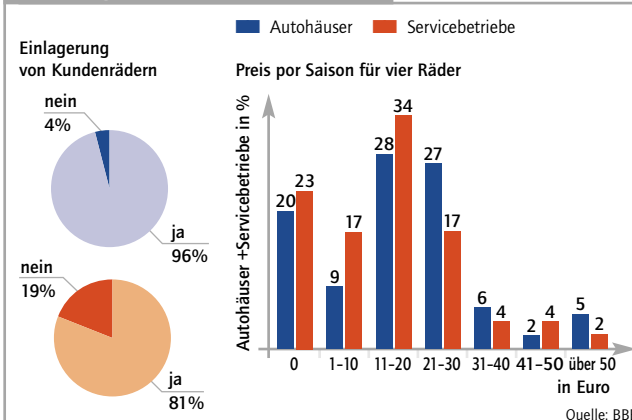
**7 Mitarbeiter für das Reifengeschäft**

kfz-betrieb



**8 Lagern Sie Kundenräder ein?**

kfz-betrieb



4 Eine positive Entwicklung der Geschäftsfelder Neu- und Gebrauchtwagen erwarten sowohl die Autohäuser als auch die Servicebetriebe.

5 Der geringe Stellenwert des Reifengeschäfts wird an den wenig verkauften Reifensätzen deutlich.

6 Erstausrüstung macht sich also doch bezahlt: Zumindest wenn man betrachtet, welche Marken im Aftersales-Geschäft am häufigsten verkauft werden.

7 Stiefmütterlich auf der ganzen Linie: Nicht nur die Anzahl der Mitarbeiter, die sich mit dem Reifengeschäft beschäftigen, auch die Stundenzahl, die aufgewendet wird, sprechen dafür.

8 Obwohl das Reifengeschäft eine eher untergeordnete Rolle spielt: Ein Einlagerungs-Service ist fast Standard. Bei rund einem Fünftel der befragten Betriebe ist es sogar umsonst.