



BIX Juni

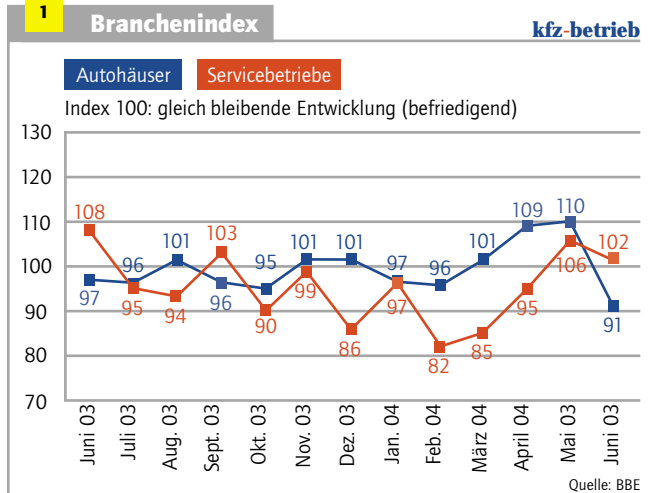
Hoch war nur von kurzer Dauer

In der Kfz-Branche hat wieder Ernüchterung eingesetzt

Nur einen Monat lang währte das Stimmungshoch bei den Autohäusern und Servicebetrieben. Nach den positiven Erwartungen im Mai ist die Stimmung im Juni nun wieder pessimistisch. Bei den Autohäusern sank der Index-Wert von 106 auf 102 Punkte. Bei den Servicebetrieben stürzt er von 110 auf 91 ab. (1) Damit ist in der Branche auch 2004 die gleiche Ernüchterung festzustellen wie im Vorjahr um diese Zeit. Dies ist die Hauptaussage der monatlichen Befragung, die die BBE Unternehmensberatung im Auftrag von CC-Bank und »kfz-betrieb« durchführt.

Vermutlich war der Optimismus im Mai nur ein Wunschtraum. Denn es gab eigentlich keine Gründe dafür: Die Umsätze stagnierten und die Zulassungszahlen des Kraftfahrtbundesamtes für Mai (siehe die Seiten 12 bis 14 in dieser Ausgabe) bestätigen jetzt, dass sich das Wachstum der Vormonate nicht fortgesetzt hat.

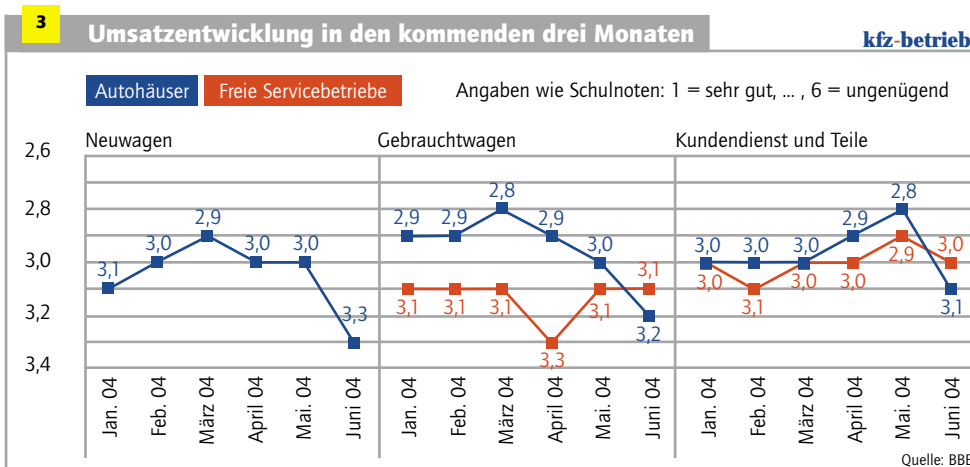
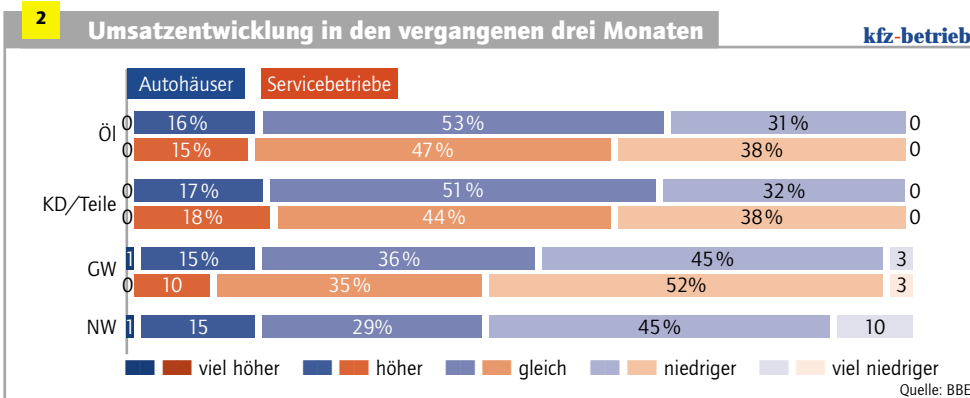
Da ist es nicht verwunderlich, dass die Befragten sowohl die Lage der gesamten Branche als auch ihre eigene fast durchgehend als mittelmäßig bis schlecht ansehen. Nur 16 Prozent der Autohäuser und 21 Prozent der Servi-



cebetriebe beurteilen ihre eigene Lage als gut. Ein „sehr gut“ attestieren gar nur 4 Prozent der Servicebetriebe.

Die Autohäuser mussten in den vergangenen drei Monaten im Kundendienst und Ölgeschäft stagnierende Umsätze hinnehmen. Bei den Neuwagen und im Gebrauchtwagengeschäft sanken die Umsätze sogar. Das Gleiche gilt für das Gebrauchtwagengeschäft der Servicebetriebe. Sogar im Kundendienst und Ölgeschäft stagnierten bzw. gingen die Umsätze zurück. (2)

Die befragten Autohäuser und Servicebetriebe schraubten deutlich ernüchtert ihre Erwartungen für die kommenden drei Monate zurück. Die Autohäuser gehen in allen Bereichen von einem deutlichen Umsatzrückgang aus. Die Umsätze im Neuwagenverkauf werden mit 3,3 am schlechtesten benotet. Ganz so pessimistisch sind die Servicebetriebe nicht. Sie erwarten stagnierende Umsätze im Gebrauchtwagen- und im Ölgeschäft. Im Kundendienst rechnen sie mit einem leichten Rückgang. (3) em



1 Die Freude war von kurzer Dauer: Nach einem Stimmungshoch im Mai geht die Laune vor allem bei den Servicebetrieben wieder in den Keller.

2 Stagnierende und sogar niedrigere Umsätze belasten die Branche.

3 Den Mut verloren haben die Autohäuser. Sie erwarten durchweg niedrigere Umsätze in den kommenden drei Monaten.

Spezial BIX

Da ist noch viel drin

Autohäuser und Servicebetriebe sehen enormes Potenzial für die Neukundengewinnung

Die Mehrheit der Autohäuser (80%) und Servicebetriebe (73%) sieht in ihren Unternehmen ein hohes Potenzial zur Neukundengewinnung. Das ist eine der wesentlichen Aussagen der Befragung zum Thema Neukundengewinnung, die die BBE Unternehmensberatung im Auftrag von CC-Bank und »kfz-betrieb« durchgeführt hat. Die Autohäuser sehen dieses Potenzial in allen Geschäftsbereichen. An erster Stelle liegt der Service mit 71 Prozent, dicht gefolgt vom Neuwagenvertrieb (65%). Aber auch bei Gebrauchtwagen und Ersatzteilen erhofft man sich noch mehr Kunden. (1) Die Servicebetriebe hingegen sehen ihr größtes Potenzial in ihrem Kernbereich. 92 Prozent von ihnen denken hier Kunden gewinnen zu können. Etwa die Hälfte sieht im Teile-Geschäft noch mehr Chancen.

Eher traditionell

Um Kunden zu gewinnen setzen die Befragten eher traditionelle Maßnahmen ein. Bei den nicht adressierten Mailings dominieren die Postwurfsendung und die Rundfunk- beziehungsweise Printwerbung. (2) Und auch bei den adressierten Mailings greift man auf Gewohntes (Briefe und Events) zurück.

Sowohl die Autohäuser als auch die Servicebetriebe verlassen sich bei den Daten auf ihre eigenen Quellen. (3) Vom Datenzukauf halten sie nichts. Die Autohäuser bemängeln die Datenqualität

und halten die Kosten für zu hoch. Darüber hinaus glaubt die Hälfte von ihnen nicht an einen Erfolg mit diesen Daten. Diese Begründung gibt auch die Hälfte der Servicebetriebe an.

Informationssysteme

Großes Vertrauen haben die Befragten in die Marktinformationssysteme ihrer Hersteller/Importeure. 84 Prozent der Autohäuser und 63 Prozent der Servicebetriebe nutzen diese Systeme. (4) Das heißt aber nicht, dass es keine kritischen Stimmen zu diesen Systemen gibt. Die, die sie nicht nutzen, begründen dies mit dem Preis und den geringen Chancen auf Erfolg.

Die Befragung verrät auch, dass die Neukundengewinnung ein mühsames Geschäft ist. Die Mehrzahl der befragten Betriebe hat im Vorjahr bis zu 10 Prozent seiner heutigen Kunden neu gewonnen. Bei etwa einem Fünftel waren es zwischen 10 und 20 Prozent. Ein größerer Zuwachs wurde nur bei ganz wenigen erreicht. em

