

Rückblick und Ausblick

Unternehmer sind optimistisch

Inhaber von Fabrikats- und freien Servicebetrieben schauen zuversichtlich ins neue Jahr

Nicht nur umweltbewusste Konsumenten und grüne Politiker diskutieren über alternative Antriebe, Dieselfahrzeuge mit Rußpartikelfilter sowie über die Klimadebatte und den CO₂-Ausstoß. Der ökologische Themenbereich stand 2007 auch im Mittelpunkt der Gespräche in den markengebundenen und freien Unternehmen.

Auf die Frage „Welches Thema hat sie rückblickend am meisten beschäftigt?“ nannten knapp zwei Drittel der Befragten den Umweltschutz. Dabei ging es um die Feinstaubbelastungen in den Innenstädten und die notwendigen Umweltplaketten sowie um die finanzielle Förderung für die Nachrüstung und die mangelhaften Rußfilter.

Für fast ebenso viel Gesprächsstoff bei den Vertragspartnern der Automobilhersteller und Importeure sorgten die Rabattschlachten im Neuwagenvertrieb (60 Prozent), die Mehrwertsteuererhöhung (53 Prozent) und die schlechten Renditen im Fahrzeughandel (48 Prozent). Dagegen interessierte sich nur jeder

Fünfte für die Fortsetzung der Gruppenfreistellungsverordnung (GVO) nach 2010.

Trotz der unbefriedigenden Renditen im Neuwagenverkauf waren rund 50 Prozent der Fabrikathändler mit ihrem Geschäftsverlauf in diesem Jahr zufrieden. Auf der anderen Seite ist allerdings auch jeder Zweite mit seiner wirtschaftlichen Situation „eher nicht“ beziehungsweise „auf keinen Fall“ zufrieden. Den viel zitierten konjunkturellen Aufschwung spüren viele Autohäuser nicht.

Umso erstaunlicher ist es, dass knapp drei Viertel der Markenbetriebe „zuversichtlich in das Jahr 2008 schauen“. Besonders hoch ist die Zahl der Optimisten bei den freien Servicebetrieben (84 Prozent). Sie stellen an ihre Geschäftspartner jedoch ganz konkrete Forderungen: 82 Prozent erwarten von ihren Teilergroßhändlern und Systemzentralen günstige Einkaufskonditionen, 68 Prozent eine partnerschaftliche Zusammenarbeit und 57 Prozent bessere technische Schulungen. Auf der Wunschliste der vertrags-

gebundenen Unternehmen stehen die partnerschaftliche Zusammenarbeit und die Verkaufsförderung (78 Prozent) ganz weit oben, gefolgt von einer professionellen Marken-

politik des Herstellers (72 Prozent) sowie einer konkurrenzfähigen Modellpolitik und einer hohen Fahrzeugqualität (71 Prozent).

Norbert Rubbel

