



Staatliche Förderung

Thema des Jahres: Umweltprämie

68 Prozent der fabrikatsgebundenen Unternehmen haben neue Kunden hinzugewonnen

Schlagzeilen wie „Hohe Absatzzahlen dank Abwrackprämie“, „30 Prozent weniger Reparaturen“ und „Viele gute Autos werden verschrottet“ liefen monatelang durch die Publikumspreise. Auch für rund 90 Prozent der Inhaber von Kfz-Betrieben war die Umweltprämie die Nummer eins unter den Branchenthemen in diesem Jahr, gefolgt von der Wirtschaftskrise (77 Prozent), dem rückläufigen Gebrauchtwagenabsatz (72 Prozent), dem Wettbewerbsdruck im Service (62 Prozent) und den

schlechten Renditen im Neuwagengeschäft (61 Prozent).

Drei Viertel der Fabrikatshändler gaben an, dass nach dem Auslaufen der staatlichen Förderung ihr Neuwagengeschäft drastisch eingebrochen ist. Umso bedauerlicher ist es, dass 56 Prozent der Befragten für die Zeit nach der Umweltprämie keine Unternehmensstrategien entwickelt haben, um den schrumpfenden Umsätzen entgegenzuwirken.

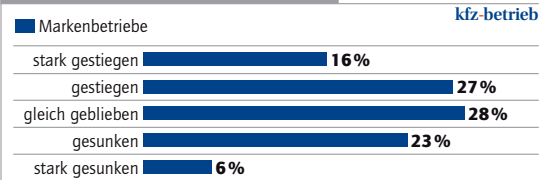
Dank der Prämie registrierten 68 Prozent der Fabrikatshändler Neuwagenkäufer, die

ihren Betrieb bisher noch nie betreten haben. Um sie zu binden, wollen alle Befragten ihre hinzugewonnenen Kunden „regelmäßig kontaktieren“ und 91 Prozent wollen „an die saisonalen Fahrzeugchecks

erinnern“. Aber auch spezielle Servicepakete (85 Prozent) und Finanzdienstleistungen (73 Prozent) sollen die Loyalität der Kunden gegenüber dem Autohaus festigen.

Norbert Rubbel

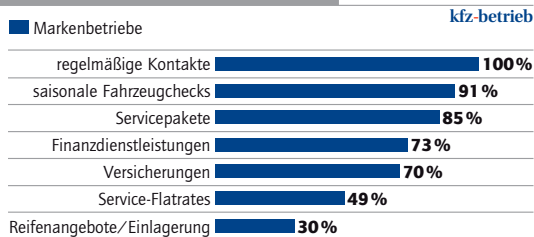
UMSATZRENDITE IM NEUWAGENGESCHÄFT



Quelle: BBE Retail Experts/«kfz-betrieb»

Im Vergleich zum Vorjahr verbuchten 43 Prozent der fabrikatsgebundenen Betriebe steigende Umsatzrenditen im Neuwagengeschäft.

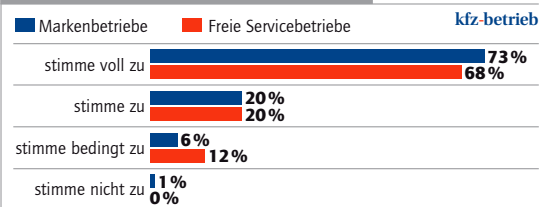
BINDUNGSMASSNAHMEN FÜR NEUKUNDEN



Quelle: BBE Retail Experts/«kfz-betrieb»

Regelmäßige Kundenkontakte, spezielle Serviceangebote und Finanzdienstleistungen sollen neue Kunden ans Autohaus binden.

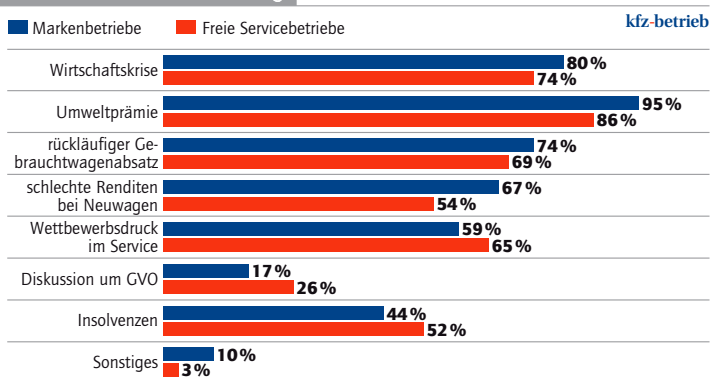
SERVICE IST ERTRAGSBINGER IM Kfz-BETRIEB



Quelle: BBE Retail Experts/«kfz-betrieb»

Eine deutliche Mehrheit stimmt der Aussage zu, dass der Service auch in Zukunft der Ertragsbringer im Unternehmen ist.

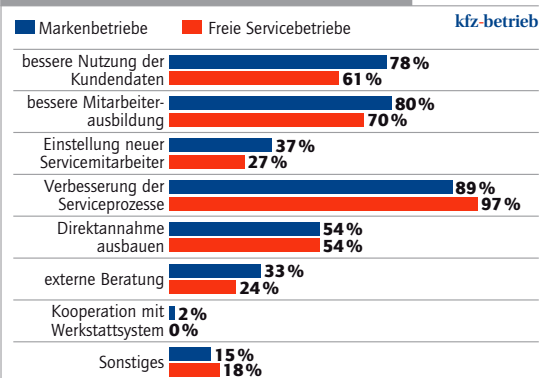
THEMEN IN DER Kfz-BRANCHE 2009



Quelle: BBE Retail Experts/«kfz-betrieb»

Die beiden bedeutendsten Branchenthemen 2009 waren die Auswirkungen der Umweltprämie und die Wirtschafts- und Finanzkrise.

PROFESSIONALISIERUNG DES WERKSTATTGESCHÄFTS



Quelle: BBE Retail Experts/«kfz-betrieb»

Nahezu alle Inhaber von freien und fabrikatsgebundenen Betrieben wollen die Prozesse im Werkstattgeschäft verbessern.