

Französische Evolution

Mit feinfühligem Pragmatismus will Laurent Pernet die Herausforderungen im Peugeot-Netz bewältigen.

Von Philipp Hayder

Ein Importchef, der den Autohausalltag aus eigener Erfahrung kennt: Diesem Wunsch vieler Händler kommt Pernet, seit Juli Generaldirektor von Peugeot Austria, recht nahe. Immerhin war der Vierundvierzigjährige zuletzt Vertriebschef der Konzernniederlassung Saarbrücken, davor führte er die Filialen in Berlin und Frankfurt. Tatsächlich lobte der Händlerverband nach den ersten Gesprächen „sehr praxisbezogene und vertriebsorientierte Entscheidungen“.

Von ungetrübter Harmonie kann dennoch nicht die Rede sein. Das dringendste Anliegen der Vertragsbetriebe ist die Rentabilität: 15 Prozent der Haupt Händler und ein Drittel der angeschlossenen Betriebe dürften heuer Verluste schreiben. Ob im Durchschnitt die ohnehin magere Renditeprognose von 0,3 Prozent erreicht wird, erscheint fraglich.

Kampf um Erträge

„2009 ist für alle ein schwieriges Jahr“, sagt Pernet. Auch die Importeursfilialen in Wien und Linz werden – nach einem Abgang von 3,15 Millionen Euro im Vorjahr – Verluste schreiben. Der Gesamtkonzern wird von der Krise ebenso wenig verschont. Dennoch wehrt sich Pernet gegen eine allzu pessimistische Betrachtung: „Wir hoffen auf bessere Werte im nächsten Jahr. Auf längere Sicht sind 0,8 bis 1 Prozent Umsatzrendite unser Ziel.“ Reichen diese Zahlen für das langfristige Überleben des Netzes? Händlersprecher Bernhard Kalcher ist skeptisch: „Für eine Volumenmarke müsste die durchschnittliche Umsatzrendite bei 2 Prozent liegen.“

Flotten im Fokus

Stückzahlseitig blickt Peugeot unterdessen auf ein gutes Jahr zurück. Der Pkw-Marktanteil dürfte heuer von 4,8 auf bis zu 5,2 Prozent steigen, was Pernet einerseits mit der Ökoprämie begründet. Diese habe der Löwenmarke rund 3.500 Verkäufe gebracht. Andererseits kamen heuer 4 neue Modelle auf den Markt. 2010 werden der in Graz produzierte RCZ und vielleicht auch schon das Elektroauto iOn folgen.

Mittelfristig strebt Pernet einen Marktanteil von 5,5 bis 6 Prozent an. Dazu nimmt er vor allem Flottenkunden ins Visier: „Derzeit halten wir dort einen



Bernhard Kalcher plagen Rendite-sorgen



Peter Kubesch soll das Flottengeschäft ausbauen



Jürgen Anlauf übernimmt die Netzentwicklung

Anteil von ungefähr 4 Prozent, doch es gibt keinen Grund, warum unsere Position schwächer als insgesamt sein sollte.“ Der bisherige Neuwagenverkaufsleiter Peter Kubesch wird ab 1. Jänner die neue Funktion des „Direktors für Businesskunden“ bekleiden. Mit Jürgen Anlauf wird gleichzeitig ein Direktor für Qualität und Händlernetzentwicklung ernannt.

„Keine Revolution im Netz“

Wie diese Netzentwicklung aussehen wird, ist für die Händler ein brennendes Thema. Zwar wurden alle der zum 31. Mai 2010 auslaufenden Verträge um ein Jahr verlängert, konkrete Vereinbarungen für die Zeit danach fehlen jedoch. „Wir warten auf Informationen der EU-Kommission, die eigentlich schon im Oktober konkrete Aussagen zur Zukunft der GVO treffen hätte sollen“, bedauert Pernet. Eines stehe jedenfalls außer Frage: „Wir wollen keine Revolution in unserem Netz, ganz im Gegenteil. Wir wollen unseren Händlern langfristige Sicherheit geben.“ ●