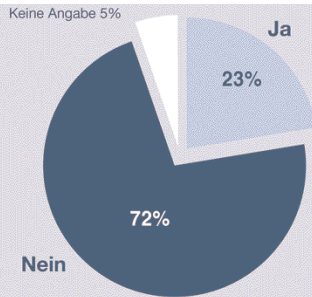
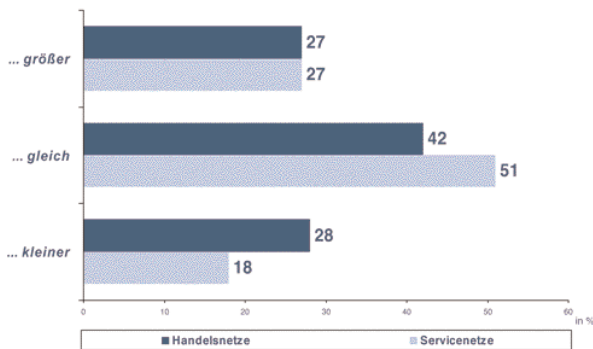


Viel Unmut,

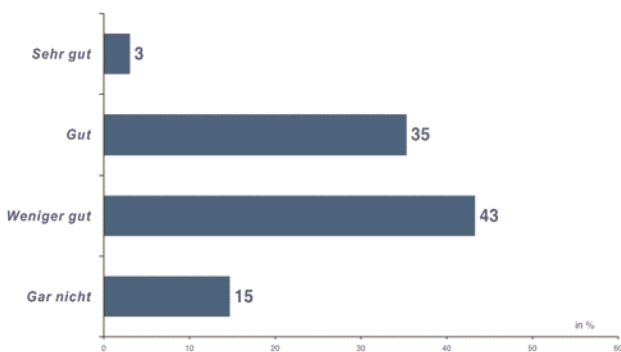
Erwarten Sie
Vertragskündigungen
durch die Autoimporteure?



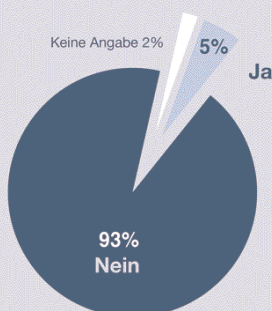
Entwicklung der Händler- und Servicenetze



Aktueller Informationsstand zur GVO



Wurden Sie von Ihren
Kunden auf die
Änderung der Kfz-GVO
angesprochen?



Wiesenthal-Vorstandschef und Obmann des europäischen Mercedes-Händlerverbands Dr. Alexander Martinowsky nimmt sich kein Blatt vor den Mund: Für die Kfz-Betriebe seien die neuen Wettbewerbsregeln „die größte Niederlage“, die Europäische Kommission sei „den Autoherstellern auf den Leim gegangen“. Ganz ähnlich sieht das der Großteil der heimischen Autohändler. Das geht aus dem ersten „pulsSchlag in rot-weiß-rot“ hervor, für den das renommierte deutsche Marktforschungsinstitut puls Entscheidungsträger in 100 markengebundenen und 50 freien Betrieben befragt hat.

In den kommenden Monaten werden diese Daten mit stets aktuellen Fragestellungen laufend erhoben: eine Dienstleistung, mit „der puls“, das Partnerunternehmen AutoScout24 sowie AUTO & Wirtschaft das Stimmungsbild in der österreichischen Autobranche kompetent und authentisch wiedergeben. Für Importeure, Interessenvertreter und Politiker kann dies eine wichtige Entscheidungshilfe sein: Voraussetzung ist freilich die Bereitschaft, vorgefasste Meinungen aufzugeben und sich an den tatsächlichen Bedürfnissen der Unternehmer zu orientieren.

Politiker im Meinungstief

Dass Einsatz auch dann honoriert wird, wenn er erfolglos bleibt, zeigen die Umfragewerte zu den Interessenvertretungen: Dass mit ihnen nur 2 Prozent der Befragten „sehr zufrieden“ sind, ist keine Überraschung. Doch immerhin ein Drittel zeigt sich „zufrieden“, nur ein Zehntel der Unternehmer ist völlig enttäuscht. Die Politiker, die sich in Sachen GVO kaum aus der Deckung gewagt haben, kommen viel schlechter weg: Kein einziger Befragter ist mit ihnen zufrieden, ganze 76 Prozent bezeichnen ihr Engagement als „weniger gut“ oder gar nicht vorhanden.

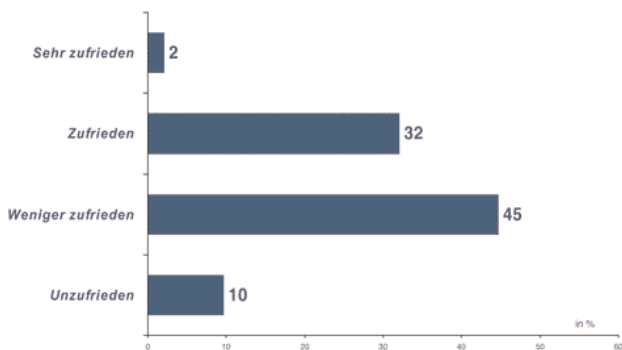
Kaum Angst vor Kündigungen

Doch was bedeuten die neue Service-GVO, die mit 1. Juni in Kraft getreten ist, und der für 31. Mai 2013 geplante Wegfall der GVO für den Autohandel in der Praxis? Mit Vertragskündigungen durch die Importeure rechnen derzeit nur 23 Prozent der Betriebe. In Bezug auf die Handelsnetze gehen 42 Prozent, in Bezug auf die Servicenetze gar 5 Prozent von unveränderten Größenordnungen aus.

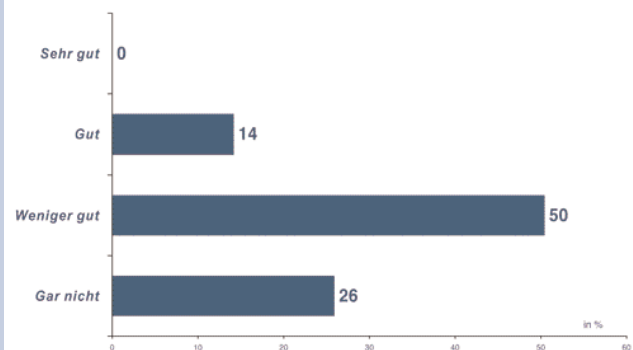
So mancher rechnet sogar mit größeren Netzen, was de facto aber nicht eintreten wird: Hersteller und Importeure lassen längst durch-

wenig Informationen

Zufriedenheit mit den Interessenvertretern



Qualität des Politikerengagements für das Gewerbe



blicken, dass sie in Zukunft eher mit weniger Partnern auskommen wollen. Offensichtlich haben sie diese Informationen aber noch nicht in ihrer ganzen Tragweite an ihre Netze weitergegeben.

Desinteressierte Autofahrer

Generell fühlen sich sechs von zehn heimischen Unternehmen unzureichend über die GVO informiert. Das haben sie mit den

Endverbrauchern gemeinsam, doch dort scheint das Interesse gering zu sein: Erst einer von zwanzig Betriebsinhabern wurde von seinen Kunden bislang aktiv auf das Thema angesprochen: ein außerordentlich niedriger Wert, wenn man bedenkt, dass die EU-Kommission das vermeintliche oder tatsächliche Konsumenteninteresse immer wieder als Rechtfertigung für ihre Entscheidungen bemüht. (HAY)



Niklas Haupt,
Partner von
puls Markt-
forschung

Ab sofort befragen wir den markengebundenen und freien Handel in Österreich. Praxisorientiert und branchennah bearbeiten wir zukünftig aktuelle und allgemeine Themen. Dabei sind wir natürlich auf Ihre Mithilfe als Händler angewiesen. Das Motto: Meinung äußern, Einfluss nehmen! Tragen Sie mit Ihrem Wissen und Ihrer praktischen Erfahrung dazu bei, wichtige Informationen und Erkenntnisse für die Automobilbranche zu

gewinnen. Im Gegenzug erhalten Sie neutral erhobene und objektiv aufbereitete Marktdaten in Form von Trends, Stimmungen und Fakten. Die Ergebnisse werden von Experten praxisnah – am „puls“ der Branche – kommentiert. Übrigens: Ein Blick über die Grenze ist dabei jederzeit möglich. Für Deutschland erheben wir gemeinsam mit „Autohaus“ bestens vergleichbare Marktinformationen.



Michael Freund,
Österreich-
Manager von
AutoScout24

Im Hinblick auf den geplanten Wegfall der GVO sollte sich der Autohandel an den neuen Chancen orientieren, die zum Beispiel der Onlinevertrieb bietet. Das Internet ist mittlerweile die wichtigste Informationsquelle beim Autokauf und nimmt eine bedeutende Rolle als Vertriebs- und Marketingkanal ein. Schnelligkeit, hohe Reichweite, Angebotsvielfalt und einfache Handhabung sind Stärken, von denen Händler und Käufer profitieren. Für den erfolgreichen

Autoverkauf im Internet raten wir dem Handel, alle Möglichkeiten der professionellen Onlinevermarktung auszuschöpfen. Neben der eigenen Homepage spielen Portale wie AutoScout24 eine wichtige Rolle. Händler profitieren vom raschen Abverkauf ihrer Fahrzeuge durch die hohe Reichweite ihrer Inserate. Dabei ist eine aussagekräftige Präsentation ein wichtiger Baustein, um aus der Angebotsvielfalt hervorstechen.

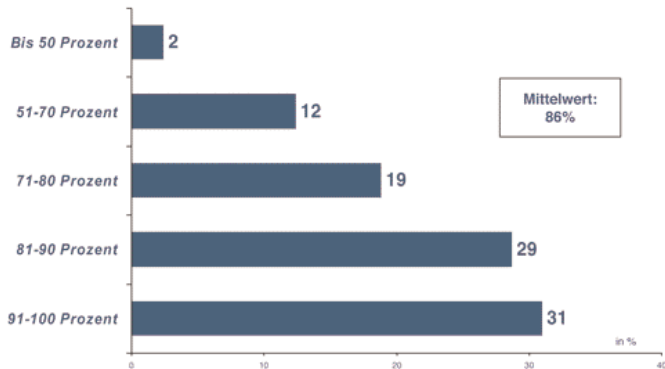


Die Ruhe nach dem Sturm?

Die wirtschaftlichen Turbulenzen, die sich zuerst in einem dramatischen Marktminis und dann im Strohfeuer der Ökopremie niederschlugen, sind offensichtlich ausgestanden. Knapp ein Viertel der befragten Unternehmer ist derzeit mit dem Neuwagenverkauf „sehr zufrieden“.

Überraschend niedrig fallen die Angaben zum Rabattniveau aus: 70 Prozent der Nachlässe liegen demnach zwischen 6 und 10 Prozent, der Mittelwert beträgt 8,5 Prozent. Wenn man aber bedenkt, dass in vielen Fällen Beteiligungen an Importeursaktionen hinzukommen und die Margen generell niedrig sind, relativiert sich das Bild: Für die allermeisten Betriebe bleibt der klassische Neuwagenhandel ein höchstens marginal profitables, oft sogar verlustbringendes Geschäft.

Werkstattauslastung



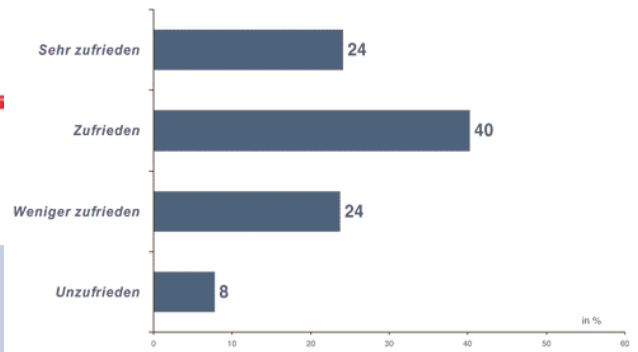
Gebrauchte als Ertragsbringer

Viel profitabler ist der Gebrauchtwagenverkauf, mit dem knapp ein Fünftel der Befragten „sehr zufrieden“ und weitere 52 Prozent „zufrieden“ sind: Über die Hälfte der Markenbetriebe und gut ein Drittel der freien Händler gibt Nachlässe von weniger als 5 Prozent. Zweistellige Rabatte sind im freien Handel offensichtlich völlig unüblich, bei gebundenen Betrieben sind sie außerordentlich selten.

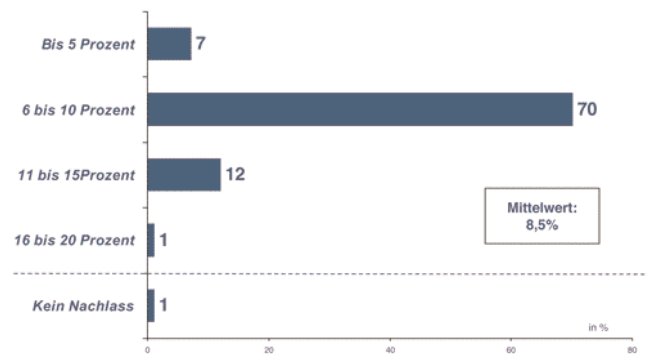
Dies zeigt, wie stark die Nachfrage nach gebrauchten Autos derzeit ist. Allerdings wird sich so mancher Autohändler im Kundengespräch auch anders zu helfen wissen, als „nackte“ Rabatte zu gewähren: Daher sollten diese Daten mit einer gewissen Vorsicht aufgenommen werden.

Überwiegend positiv ist die Stimmung in den Werkstätten: Lediglich jene 2 Prozent der Befragten, deren Betriebe nicht einmal zur Hälfte ausgelastet sind, müssen sich wohl ernsthafte Fragen über ihre unternehmerische Zukunft stellen. (HAY)

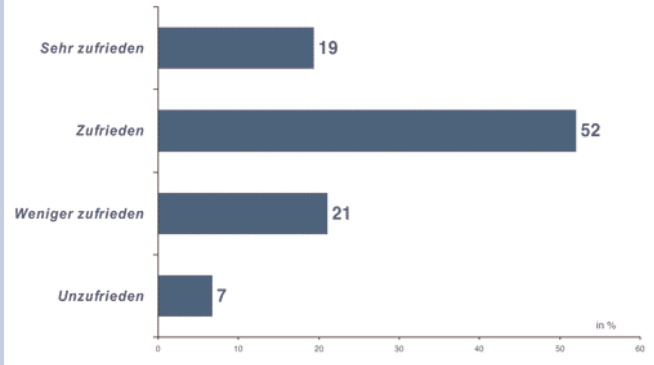
Zufriedenheit mit dem Neuwagenverkauf



Rabattverhalten Neuwagenverkauf (Markenbetriebe)



Zufriedenheit mit dem Gebrauchtwagenverkauf



Rabattverhalten Gebrauchtwagenverkauf

