



Automobilhandel 2013: Autohändler setzen auf die Politik

Händler blicken pessimistisch in die Zukunft

(ddp direct) Oberhaching/München, 8. August 2013 ? Die Absatzkrise im Autohandel wird sich auch in den kommenden Jahren fortsetzen. Die Händler hoffen daher auf die Politik, die das Geschäft mit gezielten Maßnahmen beleben könnte. Dies geht aus einer aktuellen CATI-Studie des unabhängigen Leasinganbieters LeaseTrend hervor, bei der bundesweit 100 Autohändler zur Entwicklung ihres Geschäfts befragt wurden. Demnach gehören eine stärkere Regulierung der Benzinpreise und Steuervergünstigungen beim Neuwagenkauf zu den zentralen Forderungen an die Bundesregierung.

Der größte Teil der befragten Händler geht davon aus, dass das Autojahr 2013 kein gutes Jahr wird ? allerdings wird sich nach ihrer Einschätzung der Absatzzrückgang bei Neuwagen gegenüber dem ersten Halbjahr 2013 (8,1 Prozent) leicht abschwächen. Knapp ein Drittel prognostiziert einen Rückgang von weniger als zehn Prozent, rund ein Viertel rechnet dagegen mit höheren Einbußen. Diesen Verlust kann auch das Gebrauchtwagen-Segment nicht kompensieren: Während 21 Prozent der Befragten hier mit einem Umsatzplus rechnen, geht über ein Viertel der Befragten von einem Umsatzrückgang in Höhe von fünf bis zehn Prozent aus.

Politik als Rettungsanker

Da der Markt vor tiefgreifenden strukturellen Veränderungen steht, erwarten die befragten Händler in den kommenden fünf Jahren weder vom Elektroantrieb noch von den anderen alternativen Antriebsarten eine Belebung ihres Geschäfts. Vielmehr gehen sie davon aus, dass die 5-Jahres-Aussicht eine weitere Händlerkonzentration mit sich bringt, der markengebundene Handel weiter Federn lässt und der Marktanteil der Mehr-Markenhändler über die 50 Prozent-Hürde klettern wird. Darüber hinaus werden Minis, Kleinwagen und Billigmarken ihre Marktanteile weiter ausbauen und Carsharing an Bedeutung gewinnen.

Als Retter in der Not sehen die Händler die Bundesregierung, die die Verkäufe bereits im Jahr 2009 mit der Abwrackprämie angekurbelt hatte. Dabei tendiert die Mehrheit zur CDU, der mit einem Mittelwert von 75 die höchste Kompetenz bei der Unterstützung des Handels zugeschrieben wird. ?Die Autohändler haben klare Forderungen an die künftige Regierung?, betont Gerhard Fischer, Vorstand der LeaseTrend AG. Neben gedeckelten Benzinpreisen und Steuervergünstigungen zählen vor allem die Kfz-Steuer nach CO2-Ausstoß und Subventionen für E-Mobile zu den Maßnahmen, die dem deutschen Automarkt zu mehr Wachstum verhelfen könnten. Darüber hinaus werden auch die Hersteller in der Pflicht gesehen, den Markt mit verhaltenen Anschaffungspreisen und einer kontinuierlichen Neumodellpolitik zu stabilisieren.

Obwohl das Verhältnis zwischen Autohändlern und Herstellern gerade in der Absatzkrise wichtig ist, stufen die Händler die Zusammenarbeit im Durchschnitt als befriedigend ein. Am zufriedensten zeigen sich die Befragten mit der Aktualisierung der Modellpalette und den Lieferzeiten. Auch mit der Markenkommunikation, der generellen Betreuung durch den Hersteller und den verkaufsfördernden Maßnahmen können sich die befragten Händler arrangieren. Ein klarer Bruch zeigt sich dagegen bei den Vergütungssystemen. ?Die Händler erwarten von den Herstellern eine bessere Unterstützung im Gebrauchtwagengeschäft und mehr Investitionszuschüsse?, so Gerhard Fischer. Auch mit den Margen, der Umsatzrendite und den Bedingungen für Bonuszahlungen sind die Händler unzufrieden.

Verbraucher sind verunsichert

?Die deutschen Verbraucher sind durch die anhaltende Schuldenkrise verunsichert?, sagt Gerhard Fischer. ?Größere Investitionen wie der Kauf eines Autos werden deutlich zurückhaltender getätigt.? Dies bestätigen die Ergebnisse der Umfrage, wonach drei Viertel der Händler generell weniger Fahrzeuge verkaufen und der Trend eindeutig zu günstigeren Fahrzeugen geht. Darüber hinaus fragen die Kunden verstärkt nach Tageszulassungen und sind nur bei hohen Rabatten zum Kauf bereit. Um dieser Entwicklung entgegen zu wirken und die Verkaufszahlen zu steigern, setzen die Händler primär auf eine Intensivierung des Kundendialogs. Auch die eigene Internetseite sowie externe Online-Portale gewinnen als Verkaufskanal an Bedeutung. Zwei Drittel der Händler weiten zudem ihr Jungwagenangebot aus, um ein gutes Preis-Leistungsverhältnis bieten zu können. Von einer Erweiterung des Serviceangebots, beispielsweise mit Kfz-Versicherungen, oder der Implementierung eines Qualitätsmanagementsystems versprechen sich ebenfalls zwei Drittel der Händler mehr Verkäufe ? sie wollen eher mit verbesserter Produkt- und Servicequalität punkten, als den Kunden über Rabattaktionen zu gewinnen.

Da die Preise steigen und die Kaufkraft sinkt, können immer weniger Kunden ihr neues Auto bar bezahlen. Entsprechend prognostizieren die meisten Händler der Kredit- und 3-Wege-Finanzierung ein starkes Wachstum. Auch das Leasing wird in Zukunft weiterhin eine wichtige Rolle spielen ? wenn auch überwiegend im Geschäftswagen-Segment. Dabei vertrauen 85 Prozent der Händler auf die Autobanken, die dank ihrer Spezialisierung wettbewerbsfähige Mobilitäts- und Versicherungsangebote unterbreiten. Auch bankengebundene und freie Leasinganbieter sind bei den Händlern beliebt, für die eine schnelle und unkomplizierte Zusammenarbeit zu den wichtigsten Kriterien der Zusammenarbeit gehört. Dies umfasst schnelle Bearbeitungszeiten, eine funktionierende Online-Plattform und eine gute Beratung bei individuellen Fragestellungen.

Shortlink zu dieser Pressemitteilung:

<http://shortpr.com/qge18d>

Permanenter Link zu dieser Pressemitteilung:

<http://www.themenportal.de/unternehmen/automobilhandel-2013-autohaendler-setzen-auf-die-politik-53753>

Pressekontakt

AD HOC Gesellschaft für Public Relations mbH

Herr Thorben Grünewälder
Berliner Straße 107
33330 Gütersloh

gruenewaelder@adhocpr.de

Firmenkontakt

AD HOC Gesellschaft für Public Relations mbH

Herr Thorben Grünewälder
Berliner Straße 107
33330 Gütersloh

adhocpr.de
gruenewaelder@adhocpr.de

-