

„Die freien Werkstätten werden leiden“

Der Einbruch auf dem deutschen Automarkt in diesem Jahr ist programmiert. Einer aktuellen Studie zufolge wird auch das Servicegeschäft leiden, wo Autohändler und Werkstätten ihre Gewinne größtenteils erwirtschaften. Allerdings seien davon nicht alle Werkstätten gleich betroffen. Auch die Hersteller wird das zum Handeln zwingen - und für die Mitarbeiter sieht es schlecht aus.

von Tino Andresen



Die Abwrackprämie hat vor allem für die freien Werkstätten verheerende Folgen.
Quelle: ap

DÜSSELDORF. Ähnlich wie der Branchenverband ZDK rechnet auch die mittelstandsorientierte Beratungsgesellschaft Concentro Management mit einem deutlich schrumpfenden Markt. Nach ihren Prognosen wird die Zahl der Neuzulassungen von rund 3,8 Mio. im Vorjahr auf jetzt 2,72 Mio. sinken.

Doch nicht nur der Neu- und auch der Gebrauchtwagenhandel machen der Branche Sorgen, sondern zunehmend auch die schwindende Rendite im Servicegeschäft. Aufgrund der Abwrackprämie sind etliche alte Autos verschrottet worden - die nun auch nicht mehr repariert werden müssen. "Darunter werden die freien Werkstätten leiden. Sie werden ziemlich unter Druck geraten", sagt Concentro-Autoexperte Michael Saatmann.

Besser sieht es ihm zufolge für die Markenwerkstätten aus. Denn diese könnten das weg gebrochene Geschäft vielleicht mehr als ausgleichen. "Durch die Abwrackprämie gab es eine neue Klientel für Neuwagen. Das lässt Effekte in der zweiten Jahreshälfte für Inspektionen und Wartungsarbeiten erwarten." Servicepakete und Flatrates, die der ZDK als Gefahr für die Marge betrachtet, bewertet Saatmann auch "als Instrument, um Kunden möglichst lang an Markenwerkstätten zu binden".

Insgesamt rechnet er vor allem bei Volumenmarken mit einem "harten Verdrängungswettbewerb: In einem stark schrumpfenden Markt müssen sich die Händler attraktiv verkaufen, das geht oft nur mit Rabatten". Eine nochmals verschärfte Rabattschlacht erwartet er zwar nicht, "es wird aber schwierig auf ein vernünftiges Niveau zurückzukommen". Concentro-Vorstand und-Partner Alexander Sasse weist in diesem Zusammenhang auf die weltweiten Überkapazitäten hin sowie auf die über die letzten Monate aufgebaute Erwartungshaltung der Kunden.

Folgen wird das laut Sasse auch für die Autobauer haben. Auf dem deutschen Markt "müssen die Hersteller die Händler in diesem Jahr stärker unterstützen", weil auf die Autohäuser Finanzierungsprobleme zukämen, prognostiziert er. Eine gewisse Ausdünnung am Markt sei zwar unausweichlich. "Die Autobauer haben aber ein begründetes Interesse, ihr Händlernetz zu halten, zumindest in konsolidierter Form." Die Geschäftsbanken sind ihm zufolge vorsichtiger geworden. "Die Autobanken allein können das nicht auffangen, sondern müssen sich auf die strategisch wichtigen Autohäuser konzentrieren."

Aufgrund begrenzter Ressourcen müssten die Autobauer ihre Unterstützung ebenfalls nach der strategischen Bedeutung der jeweiligen Händler richten. Deshalb werden voraussichtlich insbesondere kleine Autohäuser auf der Strecke bleiben. "Sie haben keine Reserven um eine Durststrecke von einem halben oder dreiviertel Jahr zu überstehen, insofern wird sich ein Konsolidierungsprozess einstellen." Schon

in diesem Jahr wird nach dem Concentro-Szenario deshalb jeder sechste Arbeitsplatz bei Autohändlern und in Werkstätten wegfallen.

Sasse hält es zudem durchaus für möglich, dass die deutschen Hersteller aus strategischen Gründen verstärkt auf unternehmenseigene Niederlassungen setzen und die Entwicklung in diese Richtung steuern. Das bietet auch Möglichkeiten, selbst von den Margen im Servicegeschäft zu profitieren.

Zweifel hat der Berater, ob die in Deutschland weit verbreitete Praxis weiter bestehen kann, dass die Autohäuser Neuwagen direkt bei der Lieferung bezahlen, oder ob die Hersteller ihnen da entgegenkommen müssen. "Die Händler können sich die Standzeiten aus Liquiditätsgründen nicht leisten."

© 2009 ECONOMY.ONE GmbH - ein Unternehmen der **Verlagsgruppe Handelsblatt GmbH**

Verlags-Services für Werbung: www.iqm.de (Mediadaten) | Verlags-Services für Content: [Content Sales Center](#) | [Sitemap](#) | [Archiv](#) | [Schlagzeilen](#)

Powered by [Interactive Data Managed Solutions](#)

Keine Gewähr für die Richtigkeit der Angaben. Bitte beachten Sie auch folgende [Nutzungshinweise](#), die [Datenschutzerklärung](#) und das [Impressum](#).