

Signale 2011 – 2012

WEIHNACHTSANSPRACHE – Weihnachtsfeiern oder Jahresauftaktveranstaltungen haben in Autohäusern eine lange Tradition. Nachstehend ein Vorschlag für eine Ansprache zu diesen Anlässen. VON PROF. HANNES BRACHAT

September 2008: Lehman Brothers & Co lösen ein gigantisches Finanzdebakel aus. Juni 2009: GM, der seit 1929 größte Automobilkonzern der Welt, meldet Konkurs an. 2011: Daimler feiert das 125-jährige Jubiläum. 1886 fuhr Bertha Benz mit dem ersten Motorwagen von Mannheim nach Pforzheim.

Und noch etwas: Noch nie wurden in der Automobilgeschichte weltweit so viele Fahrzeuge verkauft wie 2011: 65 Millionen Einheiten. Wer hätte diese gigantische Aufwärtsentwicklung von 2008 bis heute für möglich gehalten? Es sollen 2016 pro Jahr schon 80 Millionen Einheiten, 2020 dann 90 Millionen und 2030 sage und schreibe 150 Millionen Fahrzeuge sein! Derartige Mengen verheißen automobilistisch wahre Zuversicht! Und Zuversicht ist derzeit die knappste Ressource. Wer aber Aufschwung will, muss politisch Zuversicht produzieren. Und Zuversicht setzt wiederum Zufriedenheit der Bürger voraus. Die Autoindustrie bleibt also Wachstumsbranche, weltweit. Das ist die positive Sicht der Dinge.

Halten wir uns aber einen Moment den Super-GAU Fukushima in Japan am 11. März dieses Jahres vor Augen, die arabischen Umbrüche, die Rettung des Euro, vor allem Griechenland, dann überkommt jeden Unsicherheit. Alle Macht geht auch bei uns in Deutschland nicht mehr vom Volke, sondern von Krediten aus. Refinanzierungsschnäpse sind seit 1969 gängige Droge. Seit 1969 haben wir in Deutschland keinen ausgeglichenen Haushalt mehr. Das heißt, wir alle leben Jahr für Jahr über unsere Verhältnisse. Die Kur müsste heißen: Schuldenrauschentzug! Der Euro mag jetzt vorerst gerettet sein, die EU aber ist zerstritten. Es holen auch uns jetzt die 2 Billionen Euro Staatsverschuldung ein. Sie zu begrenzen bleibt erste politische Herausforderung.



Entwicklungen 2011

Automobilistisch dürfen wir auch für den deutschen Markt dank der gewerblichen Zulassungen auf ein überdurchschnittliches Jahr 2011 zurückblicken. Es sind 3,1 bis 3,2 Millionen Neuzulassungen durchaus realistisch. 2011 spiegelt – wie schon 2010 – gerade bei den deutschen Automobilherstellern ein Jahr von besonderer Renditeklasse wider. Der aufstrebende Markt in China macht es möglich. Dies und Fukushima führten 2011 zu mancherlei Lieferverzögerungen. Um eine Dimension zu nennen: Allein Volkswagen hat 2011 in China eine Million Fahrzeuge mehr als in 2010 verkauft. Volkswagen wird 2011 eine Umsatzrendite von 12 Prozent, MB von 10,7 Prozent, BMW von 14,4 und Porsche von 20,5 (!) Prozent erreichen. Gleich sind die Hersteller dabei und geben 21 Prozent Kapitalrendite und 15 Prozent Umsatzrendite als Unternehmensziele für die Zukunft aus. Und für den Handel?

Da lobt man artig die positive Renditeentwicklung von 1,5 Prozent auf 1,8 Prozent für 2011 im Handel aus. Und da sind wir an einem weiteren Beispiel, das das Ende der Normalität aufzeigt. Die Hersteller ziehen sich selbst bei ihren gigantischen Renditen auf den Standpunkt zurück, dass die unbefriedigenden Renditen im Neufahrzeuggeschäft im Handel über den Service zu subventionieren seien. Als seien die Renditen im Service für die Zukunft gesichert!

In Wahrheit gilt es, die Margensysteme anzupassen. Noch immer führen die überhöhten Rabatte im Automobilhandel zur Markenschädigung, zur Modell-Image-schädigung, ja zu einer Wertevernichtung zu Lasten des Ganzen! Die Renditen im Neufahrzeugsektor sind auch im abgelauenen Jahr bar jeglicher kaufmännischer Freude. Dennoch, dem Rabattwettbewerb und der wachsenden Preissensibilität antworten wir den Kunden gegenüber mit Vertrauen, Freundlichkeit und Beratungs-

kompetenz. Die klaren Verbesserungspotenziale für uns alle liegen also in der Steigerung der Bruttogewinne. Das gilt für das Neu- wie für das Gebrauchtwagengeschäft.

Autohauspolitik

Die 64. IAA im September in Frankfurt, hinter der als Veranstalter der Verband der Deutschen Automobilindustrie (VDA) steht, war ein großartiges automobilistisches Zeugnis, das von Deutschland aus über 13.000 Journalisten in die gesamte Welt getragen wurde. 89 Weltneuheiten! Wir haben derzeit 276 verschiedene Modelle mit 1.700 Karosserievarianten auf Deutschlands Straßen laufen. Auch hier wird das Ende der Normalität sichtbar, zumal weitere Modelloffensiven folgen werden. Und das will alles bewerkstelligt sein. Wir sollten einmal feststellen, dass die Komplexität der heutigen Welt Menschenwerk ist. Um Komplexität zu managen, brauchen wir gute Informationen und die richtigen Mitarbeiter. Und gerade bei uns im Autohaus bilden im Wettbewerbsgeschehen die Mitarbeiter den größten Differenzierungsfaktor.

Eine hohe Kundenzufriedenheit bzw. absolute Kundenorientierung steht bei uns im Zentrum unserer Leistung. Und daran arbeiten Sie alle mit. Auch hier dürfen wir auf ein weiteres erfolgreiches gemeinsames Jahr in unserem Autohaus zurückblicken. (Einflechten, was als Verbesserungsvorschläge umgesetzt wurde, Innovationen, Fortbildungsveranstaltungen, neue Mitarbeiter, Mitarbeiterjubiläen, Prämienleistungen etc.). Die primären Handlungsfelder sind und bleiben für uns die Qualifizierung der Mitarbeiter, die Steigerung der Kundenzufriedenheit und aktives Marketing, vor allem im Service. Wir setzen ferner ganz gezielt auf Transparenz. Warum? Sie schafft Vertrauen und Glaubwürdigkeit. Lassen Sie mich das noch klarer sagen: Der Kunde ist wichtiger als das Auto! Und was wünscht der Kunde?

1. (Telefonische) Erreichbarkeit
 2. Schnelle Bearbeitung ohne Wartezeiten
 3. Freundlichkeit und Konzentration auf die Problemlösung
 4. Beratungskompetenz für die Lösungsfindung
 5. Nachhaltigkeit in der Problemlösung, sprich Qualität.
- Und daran halten wir auch in 2012 fest. Für 2012 erwarten wir ein verhalteneres

Jahr. Es darf uns aber dennoch optimistisch, ja zuversichtlich stimmen.

Wir sollten dabei auch ein besonderes Augenmerk auf die Frauenfreundlichkeit als Erfolgsfaktor werfen. Wir spielen gerade für Frauen mit unserem Standort hier vor Ort eine markante Rolle. Sie machen bei uns rund 35 Prozent unserer Kunden aus. Ihr Anteil wird in Zukunft ansteigen. Und wenn wir wissen, dass Frauen für Serviceleistungen Freie Werkstätten bevorzugen, dann wissen wir, was wir gerade im Service zu tun haben. Lassen Sie mich abschließend gesellschaftspolitisch sagen: Man hat ja in Deutschland den Eindruck, als gebe es für den Kunden nur eine Größe für seine Kaufentscheidung: den Preis! Lassen wir uns da nicht entmutigen. Stellen wir mit Überzeugung unsere Gesamtleistungen dar.

Neue Technologien

Das Auto soll „zum zweiten Mal“ neu erfunden werden. Das Elektroauto wird kommen, ebenso das Wasserstoffauto auf Brennstoffzellenbasis. Eingeschlossen sind die verschiedenen Hybridvarianten. Ebenso Erdgas- und Flüssiggasfahrzeuge. Das werden aber zunächst überschaubare Mengen sein. Volkswagen wird 2013 das 1-Liter-Fahrzeug präsentieren. Wir werden uns auf die neuen Techniken einzustellen haben.

Neue Entwicklungen sind auch in den Mobilitätskonzepten auszumachen, vor allem in Ballungszentren. 2011 ging Volkswagen mit „Quicar – Share a Volkswagen“ in Hannover an Bord. In München BMW mit Sixt über „Drive Now“. „Car2Go“, das 2009 in Ulm gegründet wurde, und „Mu by Peugeot“ sind bereits bekannt. Die Frage stellt sich, ob der Kunde zukünftig nur noch gefahrene Kilometer erwerben wird? Entsteht über diese Mobilitätskonzepte ein weiterer Vertriebsweg für die Hersteller oder wird der Handel sollte sich aktiv daran beteiligen. Im ersten Schritt wird das Elektroauto kommen. Das E-Bike, sprich das Elektrofahrrad, ist ein wunderbarer Vorreiter dafür. Das aber braucht alles Zeit, wie es gedauert hat, bis der umstrittene Bio-Sprit E10, der im Januar dieses Jahres eingeführt wurde, so nach und nach Fuß fasst.

Im Herbst 2010 fuhr in Deutschland in Braunschweig zum ersten Mal ein vollautomatisches Auto im deutschen Straßenverkehr mit. Google hat für 2018 das erste

selbstfahrende Automobil angekündigt. Es ist an der Zeit, sich mit den damit verbundenen Konsequenzen zu befassen. Man kann sich das noch gar nicht vorstellen, dass das in sieben Jahren Realität sein soll! Die Elektronik wird also in vielen Facetten bei uns Einzug halten, bei der Mikromobilität, beim Motoren-Downsizing, bei den Assistenzsystemen, bei der Digitalisierung in der Direktannahme, im Reifen-Management, beim Internet im Auto, der Apps-Aufrüstung, der Verbindung von Infotainment, Entertainment und Navigation.

Hausereignisse

Wir können in unserem Hause auf ein gutes Wirtschaftsjahr zurückblicken (bitte ggf. anpassen). Lassen Sie mich einige Stationen aufzeigen (Modelleinführung, Jubiläen, Trauerfälle, Fahrzeugverkauf, personelle Veränderungen, Kundenzufriedenheit etc.). Stolz bin ich auf unser „Klima“, auf unser „Wir-Gefühl“. Ein Team, das in sich im Zusammenspiel gut drauf ist, ist die halbe Miete. Lassen Sie mich dazu einmal ein paar positive Beispiele aus dem auslaufenden Jahr schildern (drei bis vier Beispiele). Diese Erfahrungen sind mir Freude. Den heutigen Abend verbinden wir ja mit der Rückschau auf das Jahr 2011, aber auch mit der Vorschau für 2012. Was steht wesentlich an? (Zielsetzungen für das eigene Autohaus für 2012 bekanntgeben). Ich möchte mich bei jedem von Ihnen für seinen Beitrag für das Ganze von Herzen bedanken. Ich ziehe vor jedem den Hut, der seinen Alltag hier bei uns im Autohaus im Interesse der Kundendienlichkeit aktiv Tag um Tag gestaltet.

Bitte, tragen Sie auch 2012 dazu bei, den Markt zu verbessern. Die automobile Welt wird sich verändern. Die Koordinaten sind neu auszurichten. Altes wird durch Neues, Vertrautes durch Fremdes verdrängt. Wir selbst sind die gestaltenden Akteure. Dazu brauchen wir Menschen mit Mut zur Wahrheit und mit Profil. Trauen wir uns etwas zu – bitte, für 2012 nur das Beste! Auf eine gute, gemeinsame Zukunft. Auf ein gutes, menschliches Zusammenwirken. Machen wir uns mit leisen Weihnachtstönen gemeinsam auf den Weg ins neue Jahr. Ich wünsche Ihnen und allen Menschen, die Ihnen nahestehen, eine frohes Weihnachtsfest und frohe Zuversicht und Gesundheit im neuen Jahr 2012. ■