

Thema: „Transformation: Was kommt – was bleibt?“

Von Prof. Hannes Brachat

Es wird auch künftig Kunden geben. Solche und solche. Es wird weiter Autos, die fahrende Freiheit auf vier Rädern unterwegs sein. Das Autohaus wird seit 40 Jahren tot gesagt. Und wir leben immer noch und werden weiter leben. Es wird weiterhin Lieferanten, sprich Importeure geben. Aktuell vom Stellantisdruck befreit. Wir brauchen weiterhin tüchtige Mitarbeiter und eine Politik, die „Pro Auto“ eintritt, wie es Gerhard Lustig im Volksbegehren aufgesetzt hat. Das Thema Nachfolgelösungen besteht in der Hoffnung, dass in Deutschland beispielsweise auffallend immer mehr junge Damen an der Unternehmens-Spitze stehen. Es wird das Damenengagement allerdings nicht ausreichen, um die Fackel weiter zu geben. Im Ergebnis: Wir werden im Markenhandel weniger Händler werden.

Es gibt weiterhin substantielle Wahrheiten, die bleiben und die Wirkung haben werden. Das durchschnittliche E-Auto kostet 55.000 €. Wer kann das bezahlen? MB hat die Neuwagenpreise von 2019 bis 2023 von 52.000 € auf 72.000 € angezogen. Es bleibt das Faktum: werden die Autos zu teuer, drückt sich das in rückläufigen Verkaufseinheiten aus. Ferner findet damit ein Wandel von Besitz zur Fahrzeugnutzung statt. Nachstehend ein Beispiel.

Es bleibt, dass weiterhin Autos verkauft werden. Die Frage ist wie? **Volkswagen Financial Service** will jetzt die Autos direkt über eine monatliche Rate X vermarkten, die alles beinhaltet, also auch den Service. Der Vermarktungsname: **Vehicle on Demand**. Trennt sich einer von seinem Fahrzeug, bleibt es in der Hand von Volkswagen und die Bindung an die Marke und die Werkstätten wird so durchgereicht bis zum Autoende. Sprich Hersteller steigen ganz gezielt ins **Gebrauchtwagengeschäft** ein – mit oder ohne reine Agentur.

Wie oft wurde das **Autohaus** tot gesagt? Wir haben in unseren Betrieben **1982 EDV** eingeführt. **1998 kam Internet**. Der Automobilhandel wurde schon wieder totgesagt. Es werde alles übers Netz verkauft. Inzwischen sind 25 Jahre vergangen und wir leben immer noch. Der Internetauftritt, die Homepage ist zum wichtigsten Verkaufsplatz geworden. Da wird ein 50.000 €-Investment zurückgehalten und lieber in Bauinvestitionen, Fliesen & Co investiert. Ein Hoch der **Anpassungsstärke** des Handels. Das soll nicht heißen, dass da manches nicht zügiger gehen könnte. Ich denke an das papierlose Autohaus. Wir drucken ja unsinnigerweise immer noch 25 Seiten Leasingsverträge aus. Schreiben die Werkstattaufträge immer noch auf Papier. Klar, der **digitale Vertrieb**, auch der Direktvertrieb erhält weitere Aufwärtsbewegung. Da wäre mehr anzumerken. Hier in Kurzfassung: In Deutschland werden zur Stunde 15 Prozent der

Fahrzeuge digital verkauft. Man informiert sich im Internet, kauft aber beim Handel.

Es kam dann **2007 das iPhone**. Die Daddelära begann. **2010** ergänzt durch das **iPad**. Welch große Verhaltens-Veränderungen sind damit bis heute für das Kundenverhalten, wie für unsere Betriebe verbunden? Man denke an all die neuen Wege über **Social Media**. Und siehe da, der Handel ist abermals bis heute aktiv dabei. Erstaunlich, dass man aus einem iPhone heute unternehmerisch, in Umsatz und Ertrag mehr bewirken kann als über neuen Fliesenfetischismus im Verkaufsraum.

Jetzt sind wir mit Digitalisierung, KI und Roboting unterwegs. Und worin bestehen darin die bleibenden Werte und Wichtigkeiten für den Automobilhandel? Es können heute 90 Prozent der E-Mails automatisch beantwortet werden. Werbetexte, Bildkollagen über **KI – CHAT CPT** – entworfen werden. Stellungnahmen automatisch angefertigt werden. Was aber kann KI (noch) nicht? KI kann noch keine **Menschlichkeit** zeigen. All unsere Mitarbeiter bringen nicht nur ihre **Fachkompetenz** ein, sondern auch ihre **Gefühle, Kreativität, ihre emotionale Intelligenz und inspirierende Führung**. Es bleibt also der Mitarbeiter, der Faktor Mensch das Herzstück jedes erfolgreichen Autohauses. *Die Zukunft gehört denen, die es schaffen, die Stärke des Menschen mit der KI zu kombinieren.* Und KI wird dazu beitragen, den Fachkräftemangel zu reduzieren.

Es sollte bei aller KI-Entwicklung der Mensch im Mittelpunkt stehen. Das große Fragezeichen zu KI. Produziert KI das Ende jeder Privatsphäre, wenn die millionenfache Überwachung durch Kameras, über die Smartphone-Benutzung, Onlinebanking oder Internetbestellungen zu Persönlichkeitsprofilen führen, die von Profiteuren ausgenutzt werden können. Die gute Seite, wir erhalten gerade für den Verkauf **„geschnittene Individualprofile“!** Dennoch, die unsichtbare Kraft der Manipulation ist da geisterhaft unterwegs. Wo die Gefahr wächst, wächst das Rettende auch!

Was bleibt? Es ist die **Bildung**. Sie werden überrascht sein wenn ich sage: Die Zukunft im Wettbewerb entscheidet sich bereits in der Schule, und zwar in der Art und Weise, **wie Bildung und was gelehrt** wird. Wenn an den Schulen im Sport jetzt die Stoppuhr und das Maßband abgeschafft wird und morgen bei der Olympiade jeder noch mit einer Teilnehmerkarte belobigt wird, wo bleibt da der Ansporn zur Leistung? Der eigenen Leistung? Man schaue sich den deutschen Medallienpiegel bei Olympia an. Es ist so, wir schreiben Excel Tabellen, während andere trainieren. Da verändert sich das Prinzip: Ohne Fleiß kein Preis! Jetzt sollen spontane Schultests abgeschafft werden. Es geht aber doch darum zu lernen, aus dem Stegreif etwas zu leisten. Das wird doch Morgen nicht nur im Berufsalltag gebraucht. Die Forderung: **Es soll alles leichter und angenehmer gemacht werden.** Man verkennt, dass jeder von uns

im eigenen Interesse etwas Druck braucht. Antriebskraft! Gäbe es keinen Druck, würde die Hälfte der Bevölkerung jeden Morgen im Bett liegen und beliebig zur Arbeit kommen. Jeder wird einräumen, dass Lang-Lang sehr gut Klavier spielen kann und verdammt schnelle Finger hat. Da werden viele sagen, was muss der da noch üben, der kann das doch? Er übt aber jeder Tag sechs Stunden! Welche Konzentration, welche Disziplin?! Mozart, Beethoven, Brahms, Schubert, Anton Bruckner, sie würden ob dieser gestalterischen Dimension ihrer genialen Werke jubeln! Es geht doch um das persönliche Wachstum. Das macht doch **Freude!** Das Bewusstsein und der Wille zur Leistungsbereitschaft sind für den Wohlstand so wichtig. Ludwig Erhard hat sein Grundwerk 1957 aus gutem Grunde titulierte: „Wohlstand für alle!“ Die soziale Marktwirtschaft!

Wir brauchen **Lieferanten**. Aufgrund unserer Produkte Automobile und unserer Markenhändlerschaft die Importeure. Sie bleiben auch in Zukunft. Ob es nicht besser wäre, Hersteller würden diese Funktion an Privatimporteure abgeben? Ich habe mit Helmuth H. Lederer auf der Rückfahrt von der BFC-Northeimeröffnung 1994 die Idee des DSI entwickelt. Vor 30 Jahren! Es gab aus Amerika von J.D.Power den CSI. Daraus entstand dann für Österreich das „**Händler-Trend-Barometer**“. Wir haben also in Deutschland den DSI, er heißt heute „Markenmonitor“, seit 1998. Der Notenschnitt sinkt seit Jahren und liegt im Gesamturteil bei der Schulnote 3,41. Das ist also weit weg von gut oder gar sehr gut. Oder in Kundenbefragungen fordern manche „exzellente Kundenzufriedenheit“. Opel hält am letzten Platz von 28 Marken die Note 4,31. Klar, man feierte neulich das 125-jährige Bestehen der Autoproduktion von Opel. Sie sehen im aktuellen „Händler-Trend-Barometer“, wo die Stellantis-Marken in Österreich positioniert sind. An letzter Stelle Jeep. Seit Jahresanfang ist der Aktienkurs von STELLANTIS um 42 % gesunken und seit die Demission von Herrn Tavares bekannt wurde, um weitere 12 %. Der Preis, den Stellantis aufgrund seiner Drückermethoden zu Lasten der Qualität nun zu bezahlen hat, wird verdammt teuer.

Offensichtlich haben sich die Hersteller/Importeure vielfach mit ihrer lausigen Beurteilung abgefunden. Die Gangart scheint da: **More for less!** Zu sein. Es sei nochmals die Grundintention betont, sich permanent **verbessern zu wollen**. Auch das bleibt! Dazu gehört die permanente Händlerqualifizierung, Fortbildung, gemeinsame Marktausschöpfung, kurz, die Optimierung der Potenziale. Sprich für die Zukunft: **Vereint die Segel setzen**.

Es fehlt da vielfach der **Respekt**. Ich sage es ganz deutlich: Die kleinen Händler sind müde, sie haben sich kaputtgekämpft, die großen halten sich für unfehlbar bzw. schaffen Spezialvereinbarungen. Es ist dringlich angesagt wieder mehr Anlässe zu schaffen, die Freude bereiten.

Es handelt sich beim Autohandel um den Mittelstand. Der mittlere Stand. Sie sind selbständig, sprich sie arbeiten selbst und ständig! Maßgebliche Herausforderung ist die Bewältigung von **Komplexität**. Beispiel Reifenwechsel. Forderung: Der Serviceberater muss nur noch das Kennzeichen des Fahrzeuges eingeben und ich habe sämtliche Daten. Man widme immer wieder dem Prinzip Einfachheit besondere Gedanken.

Fakt ist, dass der Umsatz und Ertrag pro Fahrzeug von Jahr zu Jahr sich reduziert. VW will im Vertrieb allein 10 Mrd. € einsparen. Bei wem wohl? Das heißt, wir brauchen pro Betrieb mehr verkaufte Einheiten und im Service muss ein Serviceberater pro Tag nicht 10 sondern 12 Durchgänge schaffen. Ermutigend, die Werkzeuge dafür gibt es bereits. Für die Umsetzung braucht man aber die investiven Mittel und das **geeignete** Personal.

Was bleibt? Es kommen immer noch **weitere Automarken** hinzu. In den 70-er Jahren waren es die **Japaner**, in den 90-er Jahren die **Koreaner**. Jetzt die **chinesischen Marken**. Da werden sich dann auf Dauer die Marktanteile etwas verschieben. Jetzt zum **digitalen Onlinevertrieb**. Gerade die neuen chinesischen Marken müssen erkennen, dass der digitale Onlinedirektvertrieb Grenzen hat. Auch Polestar – Volvo-Zweitmarke - musste sein Direktvertriebsvorhaben - ab 2017 als Königsweg gestartet - zurücknehmen. Oder nehmen sie im GW-Onlinevertrieb die Milliardeninsolvenz von Cazoo. Nochmals, aktuell steht der Online-Direktvertrieb bei Neuwagen in Deutschland bei 15 Prozent der Neuwagenzulassungen. Er wird wachsen.

Zukunft der **Automobiltransformation** liegt nicht in der Vergoldung des Verbrennermotors, sondern in der **Software!** Denken wir an die Assistenzsysteme, Service on Demand, Infotainmentsysteme, an das autonome Auto und was damit an Datenmeere, sprich Netze erforderlich sind, dann sei klar gesagt: das ist die automobiler Zukunft und in Verbindung damit ist der Abschied von fossilen Brennstoffen, das macht die zentrale automobiler Transformation aus. Waymo, eine Google-Schwester arbeitet seit 2009 an den Technologien für autonome Fahrzeuge. Diese werden kommen und Google wird Bausteine aus der Entwicklung als „Zulieferer“ für die Automobilhersteller zur Verfügung stellen.

Ein Fazit für den Blick nach vorne, mit bleibenden Werten:

Das erste Prinzip ist **Gemeinsamkeit**. Da sich die Welt immer schneller verändert, wird kein Staat, kein Unternehmen und kein Arbeitnehmer allein mithalten können.

Das zweite Prinzip ist **Widerstandsfähigkeit**. Man braucht Routinen, Prozesse, die robust genug sind, um mit dem ständigen Wandel umzugehen. Ein gutes Handwerkszeug ist die halbe Miete.

Dritte Grundsatz lautet **Flexibilität**, eine hohe **Anpassungsfähigkeit**.

Setzen wir auf die Hoffnung mit froher Zuversicht. Das Produkt Auto hat Zukunft! Auf das gute Glück! Lasst es werden!

Helmuth H. Lederer Hofburg-Convention!

Sie gestatten mir abschließend eine persönliche Anmerkung. Dass wir heute hier tagen, in der Wiener Hofburg, der Heimat des österreichischen Hochadels, der Habsburger, tagen, verdanken wir dem großen Verleger **Helmuth H. Lederer**. Er hat uns Mittelständler quasi mental Jahr für Jahr hier in den Adelsstand gehoben. Vor zehn Jahren wurde er mitten auf dem Gener Automobilsalon mit 77 Jahren abberufen. Er hat 1961 als erster Preise für Gebrauchtwagen in Österreich aufgelegt. Er hat über Jahre den **Eurotax Neujahrsempfang** inszeniert. Schon damals war sein Anliegen, einmal pro Jahr die gesamte Branche in Wien zusammenzubringen. Wie oben sagte Gemeinsamkeit, praktisch zu zelebrieren. Seine Frau Ilse – sie sei von uns heute sehr herzlich begrüßt - und sein Schwiegersohn, Peter Affholter führen sein Anliegen bis heute auch hier sichtbar weiter bis hin, dass der Verlag im Familienbesitz bleibt. Lassen sie im Überbau den Tag weiterhin „**A und W Tag**“ bezeichnen. Als Untertitel möchte ich aber für meinen Freund beantragen dass dieses Event den Zusatztitel erhält: **Helmut H. Lederer, Hofburg-Convention**. Herzlichen Dank und alles, alles Gute!

Iphofen, 13.10.24

