

SAE-Fachtagung Garagist im Spannungsfeld, 13. August 2015

Die Herausforderung für das Garagengewerbe im 2025

Rund 30 Teilnehmende besuchten am 13. August 2015 das Emil Frey AG Autocenter in Bern. Anlässlich der Fachtagung erörterte Dominik Steffen, Präsident SAE Switzerland und Direktor After Sales der Toyota AG, mit dem Geschäftsführer der Mehrmarkengarage Franz Häfliger und dem technischen Betriebsleiter Andreas Schär die Herausforderungen des Garagengewerbes für die Zukunft.



Der Tagungsleiter, SAE-Präsident und Direktor After Sales der Toyota AG Dominik Steffen durfte rund 30 Teilnehmende zur Fachtagung Garagist im Spannungsfeld begrüssen.

Für einmal öffnet die SAE Switzerland mit einer Fachtagung den geistigen Horizont über die Fahrzeugtechnik hinaus: Statt über Wirkungsgrade oder modernste Antriebssysteme zu diskutieren, bot der SAE-Präsident Dominik Steffen mit der Fachtagung zum Thema «Der Garagist im Spannungsfeld von Profitabilität und Erfüllung der Kundenerwartung» eine Analyse des Garagengewerbes heute und wagte auch einen Blick in die Zukunft.

Begleitet wurde der After Sales Direktor der Toyota AG vom Geschäftsführer der Mehrmarkengarage Emil Frey AG Autocenter Bern Franz Häfliger und dem

technischen Betriebsleiter Andreas Schär, welche beide auf eine langjährige Branchenerfahrung zurückblicken können.

Wirtschaftsmotor Autogewerbe

In der Einleitung klärte Steffen auf: Rund 220'000 Mitarbeitende erwirtschaften jedes Jahr im Autogewerbe und verwandten Branchen rund 90,5 Milliarden Franken Umsatz, was 15% des Bruttoinlandsproduktes entspricht. Rund 5200 Garagenbetriebe betreuen einen Personenwagenpark von mittlerweile über 4,43 Millionen Einheiten (Stand 2014). Neben der Mehrwertsteuer von 8% alimentiert



Dominik Steffen meint: «Das Autogewerbe nähert sich immer mehr dem Druckerpatronengeschäft: Bei einer Betrachtung des Neuwagengeschäftes als Profit Center, verdient der Händler nichts mehr. Beim After Sales kann er noch eine kleine Rendite erzielen.»



Franz Häfliger bringt einen wichtigen Aspekt in die Diskussion ein: «Zum einen werden sich dank Fahrerassistenzsysteme erfreulicherweise die Unfallzahlen reduzieren. Andererseits haben künftig Karosserie- und Lackierbetriebe dadurch immer weniger Aufträge.»

das Autogewerbe die Bundeskasse mit 4% Neuwagensteuer, zahlt Bussen für zu hohe CO₂-Emissionen und die Kunden werden mit hohen Abgaben durch Treibstoffzoll belastet.

Das Ende der Stützung des Eurokurses gegenüber dem Schweizer Franken hat Anfang dieses Jahres zudem viel Kapital im Garagengewerbe vernichtet. Seien es Neuwagen-, Vorführ- oder Occasionswagen, aber auch Ersatzteile verloren auf einen Schlag massiv an Wert. Für Häfliger eine der grossen Herausforderungen ist das Wegbrechen der Rentabilität. Sei es durch die kleineren Margen im Verkauf, aber auch durch die Wertberichtigungen. Die Frage stellt sich automatisch: Wie kann ein Garagist heute und morgen noch Geld verdienen? Für Schär liegt eine wichtige Verdienstquelle im Werkstattumsatz und bei den Ersatzteilen. Aber auch hier erodieren die Margen.

Stand heute und Morgen

Steffen zeigte mittels vereinfachten und normierten statistischen Zahlen, wie sich die Situation für den Garagisten heute und in Zukunft ausprägen könnte. Im Durchschnitt besuchte der Kunde 2014 die Werkstatt 2.05 Mal. Der Umsatz in der Werkstatt und Ersatzteilen liegen im Mittel bei 300 Franken. Dabei konnte der Garagist bei der Werkstatt nach Abzug des Gewinnanteils der produktiven Mitarbeiter noch Fr. 136.40 und bei den Ersatztei-



Andreas Schär kritisiert die Importeure: «Der Importeur verlangt von uns die Umsetzung von Garantiarbeiten beim Kundenfahrzeug, vergütet diese Dienstleistung aber ungenügend, was sich auf die Werkstattrentabilität negativ auswirkt.»

len noch Fr. 81.- realisieren. Bis ins Jahr 2025 wird sich das Geschäft massiv verändern. Durch den Anstieg von Fahrzeugen mit alternativen Antrieben (insbesondere Elektro- und Hybridautos) und damit einhergehend weniger Werkstattbesuchen, wird sich der durchschnittliche Kundenbesuch auf einmal pro Jahr reduzieren. Der Werkstattumsatz bricht auf rund Fr. 52.- (Bruttogewinn Fr. 23.60) ein und der Ersatzteilumsatz würde bei der gleichen Kostenstruktur wie heute ebenfalls massiv kleiner ausfallen (keine gesicherten Zahlen vorhanden).

Der Kunde ist König - Fazit

Mit dieser Ausgangslage drängt sich für den Importeur die Verlagerung der Anstrengungen im Marketing zur Kundenpflege richtiggehend auf. Mit Gratiservice und optionalen Garantieverlängerungen versuchen die Importeure, die Kunden für einen Werkstattbesuch beim Markenhändler zu motivieren. Für Häfliger drückt hier besonders der Schuh: «Der Importeur muss schauen, dass der Garagist überhaupt noch Geld verdienen kann.»

Immer mehr freie Garagen ohne Markenvertretung sorgen mit geringeren Stundenverrechnungsansätzen für grossen Wettbewerb. Nur noch in wenigen Segmenten wie dem Ölgeschäft und bei Blechteilen im Karosseriebereich lässt sich heute noch Geld verdienen. Als Fazit schliesst Steffen sein Referat mit folgenden

Erkenntnissen: «Der Automatisierungsgrad der standardisierten Prozesse im After Sales Geschäft muss erhöht werden. Wir sehen noch Potenziale in der Vernetzung der Dokumenten Management Systeme mit den Softwarelösungen der verschiedenen Importgesellschaften/Hersteller. Zur nachhaltigen Sicherung der Kundenbindung muss das Wissen über unsere Kunden verbessert werden. Damit ist es möglich, die Kundenerwartungen zu übertreffen und - was für alle Branchen gilt - neue Geschäftsfelder müssen erkannt respektive kreiert werden.»

Multimarkengarage

Mit neun Marken ist das Emil Frey AG Autocenter in Bern breit aufgestellt. Im Anschluss an das Referat konnten sich die Teilnehmenden ein Bild machen, wie ein moderner Garagenbetrieb heute organisiert sein muss, um Rendite erzielen zu können. Dank der Multimarkenstrategie ist der Betrieb breit abgestützt und kann besser verkraften, wenn einer der Hersteller temporär nicht mehr so viele attraktive Neufahrzeuge präsentiert. Nur wenn viele Neuwagen verkauft werden, kann auch die Werkstatt und die Karosserie/Lackiererei ausgelastet werden.

Beim anschliessenden offerierten Apéro konnten sich die Teilnehmenden mit den Referenten aktiv austauschen. Als Dank für die Gastfreundschaft überreichte der Präsident den beiden Referenten ein SAE-Werkzeugtool, damit sie sich bei allfälligen Fahrzeugpannen zu helfen wissen.



Neun Marken werden vom Emil Frey AG Autocenter Bern betreut. Das Handling der Fahrzeuge der Marken Ford, Jaguar, Kia, Land Rover, Lexus, Mitsubishi Subaru, Suzuki, Toyota ist nicht nur für den Verkauf, sondern auch für den After Sales anspruchsvoll. 90 Mitarbeitende, davon 15 Berufslernende, werden im Betrieb beschäftigt, welcher einen Jahresumsatz von rund 85 Millionen Franken erzielt (27 Millionen davon im After Sales Bereich).

Mit einem Augenzwinkern präzisierte er: Natürlich kommt das Werkzeug nur bei Fremdmarken zum Einsatz.



Nach dem Referat durften sich die Fachtagungsteilnehmenden ein Bild über die Räumlichkeiten und Betriebsabläufe vor Ort machen. Insbesondere der knappe Parkraum war offensichtlich.



70 Lokalhändler und 1200 Garagen der Region Bern werden direkt mit Teilen versorgt.



Die Mehrmarkenwerkstatt stellt hohe Anforderungen an das Personal: Die Mitarbeiter müssen mindestens zwei Marken technisch beherrschen.



Im Ersatzteilgeschäft ist eine reibungslos funktionierende Logistik Hauptgarant für wirtschaftlichen Erfolg.



Dominik Steffen bedankte sich bei den Herren und den Teilnehmenden für das Erscheinen und das entgegengebrachte Interesse.