

Die Autobranche auf dem Prüfstand

Diskussion Die Automobilbranche wird sich dem veränderten Kundenverhalten anpassen müssen, damit sie auch in Zukunft erfolgreich bestehen kann.

Raoul Studer

Das 1. Swiss Auto Forum ist Geschichte. Sicher ist, dass es auch nächstes Jahr stattfinden wird. Zurzeit stehen Bestrebungen an, den Anlass nach Zürich zu bringen, nachdem sich der Standort in Bern, dem Brückenkanton zwischen der deutschen und welschen Schweiz, nicht bewährt hatte, war doch nur ein einziger Vertreter der Romandie zugegen. Doch konkrete Planungen über die Austragung des 2. Swiss Auto Forums gibt es noch nicht. Erst im November finden klärende Gespräche statt, wie Marco Feser, Geschäftsführer der Auto Fokus GmbH und Veranstalter dieser Tagung, auf Anfrage erklärte.

GROSSES STELLDICHEIN Das 1. Swiss Auto Forum war als Stelldichein für die Auto-

branche gedacht. Es sollte eine Begegnungsstätte für alle Zweige des Automobils darstellen. Führungskräfte der verschiedensten Bereiche, die alle in irgendeiner Weise mit dem Auto in Beziehung stehen, sollten zusammenkommen und sich austauschen und Networking betreiben. Dieser Vorstellung wurde der Anlass gerecht. Es kamen Personen aus Importeurskreisen, Händler, Garagisten, Vertreter von Banken, Versicherungsgesellschaften, Leasingfirmen und Lieferanten, und auch die Wettbewerbskommission (Weko) war anwesend. (Dass Generaldirektoren der Autoimporteure am Symposium keine gesichtet wurden, war dennoch eine leise Enttäuschung.)

Die Veranstaltung stand unter dem Motto: «Muss sich die Autobranche neu erfinden?» Mehrere Referenten beleuchteten das Thema aus ihrer Sicht.

LANGFRISTIG POSITIV Jan-Egbert Sturm von der Konjunkturforschungsstelle (KOF) der ETH Zürich stellte anhand von Grafiken die wirtschaftliche Lage der Schweizer Autobranche dar. Im Welthandel zeige der Aufwärtstrend langfristig nach oben nach dem Einbruch der Jahre 2008/2009. Allerdings stagniere der Welthandel im zweiten Halbjahr 2014.

In der Autobranche im Speziellen geht Sturm in der Schweiz von einer moderaten Wachstumsentwicklung aus, während diese in Europa noch nicht stattfindet. Er ist der Meinung, die USA kehren auf den Wachstumspfad zurück.

In Europa bleiben Frankreich und Italien bis auf Weiteres die Sorgenkinder. Von Bedeutung ist die Automobilzuliefererindustrie in der Schweiz. Es gibt über 100 Unternehmen dieser Branche. Die meisten Unternehmen haben ihren Sitz in den Kantonen St. Gallen, Bern, Zürich, Aargau und Solothurn. Schweizer Zulieferer beliefern hauptsächlich deutsche Hersteller, denn Deutschland ist mit Abstand der wichtigste Partner der Autozuliefererbranche.

LUFT NACH OBEN Für 2015 ist die KOF positiv gestimmt, auch wenn die Auswirkungen der Abstimmung vom vergangenen Februar über die Masseneinwanderungsinitiative noch nicht restlos geklärt sind. Sturm rechnet mit einem leicht zunehmenden Automobilmarkt angesichts der immer noch wachsenden Bevölkerung. Demgemäss dürfte auch die Personenwagendichte von heute 529 Pw pro 1000 Einwohner

(1970: 221 Pw/1000 Einwohner) ansteigen. Zum Vergleich: Die Pw-Dichte im Fürstentum Liechtenstein beträgt 768/1000 Einwohner, gefolgt von Luxemburg mit 665/1000 und Island mit 653/1000 Einwohner. Im Nachbarland Österreich liegt die Dichte bei 542 Pw/1000 Einwohner.

Sturm zog das Fazit, dass sich die Autobranche nicht neu erfinden müsse. Er machte aber auch darauf aufmerksam, dass der wirtschaftliche Verlauf nicht nur von der konjunkturellen Entwicklung abhängig sei, sondern ebenso von regulatorischen Entwicklungen, ob also die KFZ-Bekanntmachung (siehe Kasten) weiterhin gültig sei oder ob sie grundlegend verändert werde.

IMMER MEHR AUTOS Hatte Sturm die zu erwartende Entwicklung im Autohandel aufgezeigt, gab Timo Ohnmacht vom Kompetenzzentrum für Mobilität an der Hochschule Luzern einen Überblick über den Wandel des Automobils in der Gesellschaft. Diesen Wandel zeigt schon ein Blick auf die Bevölkerungsentwicklung. Lebten in der Schweiz im Jahr 1950 4,7 Mio., 1960 5,3 Mio. und 2002 7,2 Mio. Einwohner, sind es heute gegen 8,2 Mio. Auch die jüngste Entwicklung des Personenwagenbestandes von 1960 bis 2013 zeigt ein ständiges Ansteigen. 1960 gab es 509 000 Pw, 2007 gab es 4 Mio. Pw, 2013 waren es gegen 4,4 Mio Personenwagen.

Die Zuwanderung fördert das Autowachstum. Wie sich dieses weiterentwickelt, hängt vom jeweiligen Szenario ab. Bei einem angenommenen hohen Szenario steigt die Bevölkerungszahl bis 2030 auf 9,5 Mio. Einwohner bei gleichzeitigem Anstieg des Pw-Bestandes auf 5,1 Mio. Bei einem mittleren Szenario lauten die Zahlen 8,7 Mio. bzw. 4,6 Mio.

Laut Ohnmacht zeigt sich, dass die emotionale Bindung zum Auto abnimmt.

So ist die Zahl der Führerausweisinhaber in der Altersgruppe von 18 bis 24 Jahren von 71 Prozent im Jahr 1994 auf 59 Prozent im Jahr 2010 zurückgegangen und nimmt weiter ab. 2010 hatten 6 von 10 Jugendlichen einen Führerausweis, 2014 sind es noch 7 von 10.

multimodale Mobilität Das heisse zwar nicht, dass sich die Jugend von der automobilen Mobilität lossagt, es zeige vielmehr, dass die multimodale Mobilität zunimmt. «So hat sich etwa die Zahl der Car-Sharing-Nutzer von 62 000 im Jahr 2005 bis 2013 praktisch verdoppelt, Tendenz steigend», erklärte Ohnmacht. Das bedeute, dass heute Mobilität als Gesamtpaket verkauft werden müsse. Zwar machen die klassischen Autokunden immer noch 85 Prozent des Marktes aus. Doch schon 15 Prozent benutzen die sogenannte kollaborative Mobilität. Dazu zählen Carsharing oder Carpooling.

Anders gesagt, der Mensch befreit sich vom privaten Kauf einer Mobilitätstechnologie wie dem Auto und fragt andererseits die Dienstleistungen zur Befriedigung seiner Mobilitätsbedürfnisse bei einem Anbieter nach, wie private Autoteiler, Mitfahrzentrale, Fernbusreiseanbieter. Das sei ein Wandel, den die Branche laut Ohnmacht erkennen und entsprechend handeln müsse.

Der Kunde bestimmt Im Weiteren erwähnte er auch die Rolle der älteren Autofahrer. Sie fahren heute mehr als vor 20 Jahren. Und auch als Neuwagenkäufer steige die Zahl der «jungen Alten»

© Automobilrevue 15-10-2014

laufend. Auch auf diese Erscheinung müsse die Autobranche eine Antwort geben.

Die grosse Masse brauche nach wie vor ein Auto, aber die Branche müsse auch Antworten auf verschiedene Formen der Mobilität haben, erläuterte Ohnmacht, sie brauche sich aber nicht neu zu erfinden.

In der Paneldiskussion erklärte Marco Frozza, Geschäftsführer bei Autotempel AG in Thun, «bei allen Überlegungen darf der Kunde nicht vergessen gehen». Wichtig sei für den Unternehmer herauszufinden, was der Kunde wolle, denn er bestimme letztlich über den Erfolg eines Unternehmens. Deshalb sollte er das Umfeld des Käufers möglichst genau kennen, um ihn optimal bedienen zu können.

Kundenverhalten Jonathan Möller, Experte für Multichannel Business, wies in seinem Referat darauf hin, dass es im Autogewerbe darauf ankomme, das Kundenverhalten zu verstehen. «97 Prozent der Autokäufer informieren sich vor einem Kauf auf verschiedenen Kanälen, sie kommen nicht unvorbereitet», sagte Möller weiter. Entsprechend müsse der Autohändler diese Kanäle nutzen, um die Kundenwünsche zu befriedigen. Händler müssen entweder Nischenpolitik betreiben oder sich den veränderten Kundenbedürfnissen anpassen, wollen sie den Anschluss nicht verlieren und aus dem Gesichtsfeld des potenziellen Käufers rücken.

Timo Ohnmacht erklärt den Wandel.

Jonathan Möller kennt die Kanäle.

KOF-Chef Jan-Egbert Sturm erklärt anhand der Grafiken, wie die wirtschaftliche Lage der Autobranche aussieht. Fotos: Wale Pfäffli

Die jetzigen Regeln dürften bleiben

wettbewerb Manche der Anwesenden waren gekommen, um von Patrick Krauskopf, Anwalt und Experte im Wettbewerbsrecht, etwas über die Weiterführung der 2002 eingeführten KFZ-Bekanntmachung (diese bestimmt, welche Wettbewerbsabreden zwischen Importeuren und Händlern respektive Werkstätten zulässig sind) zu erfahren.

Krauskopf hielt fest, dass es für einen funktionierenden Markt Direktimporte brauche. Damit könne ein gesunder Wettbewerbsdruck ausgeübt werden. Die KFZ-Bekanntmachung beinhaltet Regeln, die aber keine Gesetzeskraft entfalten. In der EU ist die Gruppenfreistellungsverordnung GVO, auf der die KFZ-Bekanntmachung basiert, 2011 weggefallen. Österreich habe deshalb ein Händlerschutzgesetz eingeführt, das die Händler vor dem Gewicht der Hersteller schützt.

Im November werden die interessierten Kreise aus der Autobranche angehört. Dann dürfte man genauer wissen, wie es mit der KFZ-Bekanntmachung weitergeht. Zwischen den Zeilen war aber herauszuhören, dass es vermutlich beim jetzigen Zustand bleiben dürfte. ao

Patrick Krauskopf.