

INHALT

Marktlage – AUTOHAUS Handelsindex	Seite 02
Neuwagengeschäft	Seite 03
Gebrauchtwagengeschäft	Seite 05
Werkstattgeschäft	Seite 06
Perspektiven	Seite 07

Topthema: Räder- und Reifengeschäft

Expertenkommentar	Seite 11
Aufträge pro Jahr	Seite 12
Komplett-Winterräder	Seite 13
Cross-Selling-Potenzial	Seite 14
Einlagerung	Seite 15

Räder- und Reifengeschäft

© ELDIN - Fotolia.com

© by AUTOHAUS, urheberrechtlich geschützt. Vervielfältigung nur nach vorheriger Absprache mit der Springer Fachmedien München GmbH

In Kooperation mit:



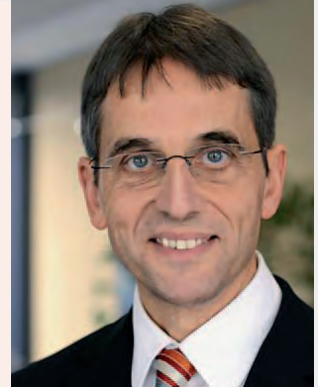
Marktlage *Kommentar*

Stimmungstreiber Gebrauchtwagengeschäft

Trotz der Steigerung von 2,4 % für das Neuwagengeschäft im ersten Halbjahr 2014 mangelt es dem Automobilhandel in Deutschland an Zuversicht. Dies zeigt sich daran, dass die 3-Monatsperspektiven im Neu-, Gebrauchtwagen- und Servicegeschäft seit Februar nach unten zeigen. Beim Neuwagengeschäft scheiden sich die Geister ganz besonders: Während 19 % der Händler aktuell für das nächste Quartal Besserung erwarten, befürchten 28 % (!) für die nächsten 3 Monate eine Verschlechterung. Dieses Ergebnis zeigt, wie stark der Automobilhandel in Deutschland durch Firmenkonjunkturen geprägt ist.

Aktuell legt unser Autohaus Geschäftsklimaindex im Juni aber deutlich zu. Stimmungstreiber ist das Gebrauchtwagengeschäft, mit dem im Juni 53 % der Händler (sehr) zufrieden sind. Mit dem Neuwagengeschäft zeigen sich dagegen „nur“ 47 % der Händler (sehr) zufrieden. Besonders positiv läuft einmal mehr das Privatkundengeschäft, mit dem 42 % der Händler (sehr) zufrieden sind. Da sich Automobilhändler beim Small- und Big-Fleet-Geschäft offensichtlich zunehmend hart verhandelnden Einkäufern gegenüber sehen, sind mit diesen Geschäftsbereichen deutlich geringere 34 % bzw. 27 % (sehr) zufrieden. Beim Gebrauchtwagengeschäft fällt auf, dass die Standzeiten seit Anfang diesen Jahres deutlich unter dem Vorjahr liegen und sich bei durchschnittlich 88 Tagen stabilisieren.

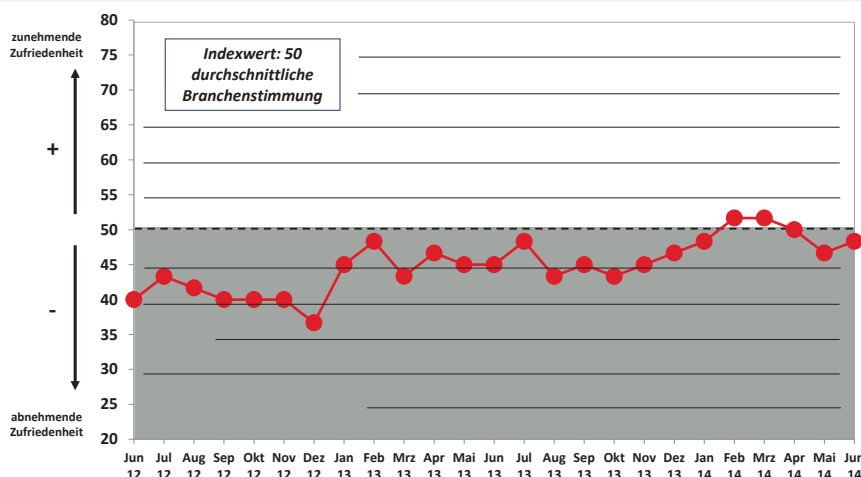
Eher beunruhigend ist dagegen der Trend bei der Werkstattauslastung, die aktuell bei 80 % liegt und mit ihren Zyklen seit Anfang 2014 unter dem Vorjahr liegt.



Dr. Konrad Weßner
General Manager
puls Marktforschung GmbH

Stimmung im Autohandel

AUTOHAUS
Handelsindex



Quelle:
AUTOHAUS puls Schlag 07/2014
puls Marktforschung GmbH



Marktlage *aktuell*

Ein Fünftel mehr Herstellerzulassungen

Die Autobauer haben im Juni kräftig an der Zulassungsschraube gedreht. Im Berichtsmonat brachten die Hersteller 23.845 Pkw neu in den Verkehr – ein Zuwachs um 19,9 Prozent im Vergleich zum Juni 2013. Zurückhaltender agierte der Fahrzeughandel, der seine Eigenzulassungen um 4,1 Prozent auf 54.894 Pkw reduzierte. Das teilte der Marktbeobachter Dataforce am Montag in Frankfurt mit.

Nach den Angaben setzte der relevante Flottenmarkt im Juni seinen Wachstumskurs weiter fort. Im Vergleich zum Vorjahresmonat wurden 8,9 Prozent mehr neue Pkw (64.847) zugelassen. Das Geschäft mit Privatkunden lief erneut deutlich schwächer: 105.950 Neuzulassungen bedeuteten in diesem Segment einen Rückgang um 7,3 Prozent. Einen Dämpfer gab es für die Autovermieter mit nur 28.078 Einheiten (minus zwölf Prozent).

Für das erste Halbjahr 2014 registrierten die Experten 146.881 Neuzulassungen auf Hersteller-Seite. Das waren 7,9 Prozent mehr als im Berichtszeitraum 2013. Auf das Konto der Händler gingen dagegen weniger Einheiten (298.315; minus 4,2 Prozent). Kumuliert wuchs der Flottenmarkt um 9,5 Prozent auf 350.062 Fahrzeuge. Es war laut Dataforce das drittbeste Halbjahresergebnis nach 2011 und 2012. Robust zeigten sich die Rental-Anmeldungen mit einem Zuwachs um 7,5 Prozent auf 171.236 Wagen.

Privatmarkt geht die Puste aus

Sorgenkind bleibt auch 2014 die private Nachfrage: Allein dem starken Jahresauftakt ist es zu verdanken, dass der Markt der Endverbraucher zwischen Januar und Ende Juni mit 571.774 Neuzulassungen nur 0,8 Prozent unter dem Vorjahresniveau abschloss. Wie berichtet, kamen laut Kraftfahrt-Bundesamt in den ersten sechs Monaten 1.538.268 Pkw neu auf Deutschlands Straßen (plus 2,4 Prozent). Für das Gesamtjahr rechnen die wichtigsten Branchenverbände und -experten mit rund drei Millionen Neuzulassungen.

Ralf Padrtka

Linktipp: <http://www.autohaus.de/neuzulassungen-603087.html>

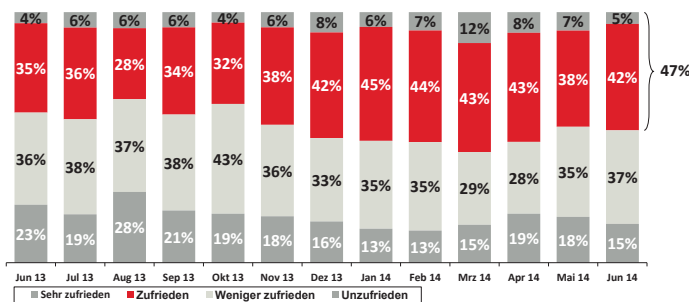
Rang 6/14	Marke	Einheiten Juni				Abw.		Einheiten Januar - Juni					
		6/2014	MA %	6/2013	MA %	In %	MA %	1-6/2014	MA %	1-6/2013	MA %	Abw.	
1	VW	56.424	20,32	51.251	21,65	-7,88	-5,12	323.474	21,02	324.948	21,63	-0,45	-0,15
2	Mercedes	23.112	8,33	27.190	9,81	-15,00	-13,38	137.167	8,92	142.281	9,47	-5,55	-5,82
3	BMW	22.340	8,05	21.513	7,80	6,90	8,94	120.686	7,86	120.190	8,00	0,41	-1,91
4	Audi	22.191	7,95	19.965	7,06	11,15	13,21	133.751	8,89	128.249	8,63	4,26	1,87
5	Opel	19.706	7,10	20.635	7,29	-4,50	-2,68	112.024	7,34	105.587	7,03	6,95	4,47
6	Ford	18.851	6,87	16.233	5,74	16,20	16,20	45.630	2,87	41.359	2,72	10,33	7,28
7	Skoda	11.009	3,97	10.702	3,76	2,87	5,85	108.801	7,07	98.111	6,60	9,76	7,23
8	Kia	9.778	3,52	6.944	2,45	40,81	43,50	46.401	3,15	51.121	3,46	-5,32	-7,61
9	Volvo	8.780	3,16	7.700	2,72	14,03	16,20	37.163	2,42	37.380	2,46	-0,53	-2,63
10	Seat	8.460	3,03	5.975	2,11	41,27	41,27	35.293	2,26	36.268	2,41	-2,74	-5,00
11	Hyundai	6.213	2,24	6.843	2,42	-9,21	-7,41	27.416	1,78	26.344	1,74	22,78	19,91
12	Infiniti	5.088	1,87	6.058	2,19	-16,57	-16,57	25.706	1,67	29.046	1,71	-3,64	-1,11
13	Subaru	5.004	1,81	5.329	1,88	-6,82	6,82	27.701	1,80	28.046	1,71	3,64	1,11
14	Alfa Romeo	4.934	1,78	4.679	1,65	5,67	5,67	27.701	1,80	28.046	1,71	3,64	1,11
15	Jeep	4.684	1,69	4.662	1,65	5,83	7,84	25.706	1,67	29.046	1,71	-3,64	-1,11
16	Land Rover	3.302	1,19	3.365	1,21	-1,87	-1,87	25.706	1,67	29.046	1,71	-3,64	-1,11
17	Mini	2.904	1,05	3.365	1,21	-13,10	-13,10	25.706	1,67	29.046	1,71	-3,64	-1,11

© AUTOHAUS

Neuwagengeschäft Juni 2014

1: Zufriedenheit mit NW-Geschäft (Überblick)

Wie zufrieden sind Sie mit den Neuwagenverkaufsabschlüssen?



Monatsvergleich
Differenz zu 100%: Weiß nicht / Keine Angabe

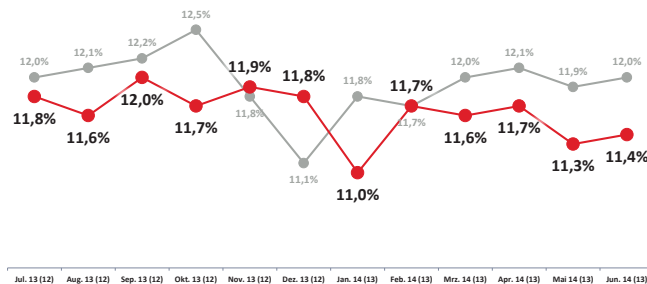
Quelle:
AUTOHAUS puls Schlag 07/2014
puls Marktforschung GmbH

Leichtes Plus

- 47 Prozent der Händler zeigen sich mit den Neuwagenverkäufen des Monats Juni zufrieden oder sehr zufrieden.
- Das ist ein leichter Anstieg im Vergleich zum Vormonat (plus zwei Prozentpunkte).
- Mit acht Punkten deutlich ausgeprägter ist die Verbesserung im Vergleich zum Vorjahr.

2: Rabatte im Jahresrückblick (in Prozent)

Wie viel reinen Nachlass haben Sie im Neufahrzeugbereich durchschnittlich auf den Listenpreis (Netto) beim Verkauf gegeben?



Monatsvergleich

● Aktuell ● Vorjahr

Quelle:
AUTOHAUS puls Schlag 07/2014
puls Marktforschung GmbH

Konstantes Niveau

- Das Rabattniveau bewegt sich derzeit kaum: Gaben die Händler im Mai durchschnittlich 11,3 Prozent Nachlass auf den Neuwagen-Listenpreis, waren es im Juni mit 11,4 Prozent kaum mehr.
- Deutlich gesunken sind die Rabatte dagegen im Vorjahresvergleich: Im Juni 2013 gaben die Händler nämlich im Schnitt noch zwölf Prozent Nachlass.

3: Nachlass auf Listenpreis in Prozent (nach Marke)

Wie viel reinen Nachlass haben Sie im Neufahrzeugbereich im Juni 2014 durchschnittlich auf den Listenpreis (Netto) beim Verkauf gegeben?

Marke	Nachlass (Juni 2014)	Vergleich zum Vorjahreswert
Fiat	15,0%	↑ 12,4%
Franz. Importeure	12,7%	↓ 15,0%
Ford	12,2%	↓ 12,6%
Asiat. Importeure	11,8%	↑ 11,6%
Volkswagen	10,9%	↑ 10,6%
Opel	10,8%	↓ 13,2%
Mercedes	9,7%	↓ 10,5%
Audi	9,6%	↓ 11,0%

Mittelwertvergleich
Mittelwert: 11,4% (↓ 12,0%)

Quelle:
AUTOHAUS puls Schlag 07/2014
puls Marktforschung GmbH

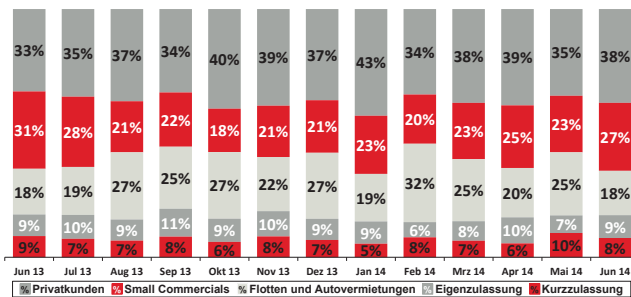
Audi wieder auf Platz eins

- Die Audi-Händler können ihren Rabatt im Vergleich zum Vormonat am stärksten verringern (minus 1,3 Prozentpunkte) und gaben so im Juni den geringsten Nachlass.
- Im Vormonatsvergleich mehr Rabatt gaben lediglich die Händler der asiatischen Marken (plus 0,4 Punkte) sowie die Ford- (plus ein Punkt) und die Fiat-Händler (plus 2,7 Punkte).
- Im Vergleich zum Vorjahr verringerten vor allem die Opel-Händler (minus 2,4 Punkte) und die Händler französischer Marken (minus 2,3 Punkte) ihre Rabatte, den größten Anstieg gab es bei den Fiat-Händlern (plus 2,6 Punkte).

Neuwagengeschäft Juni 2014 (Fortsetzung)

4: Neuwagenverkäufe nach Kundengruppen

Verkaufte Neuwageneinheiten nach Sparten (bereits vorliegende Vertragsabschlüsse)



Monatsvergleich

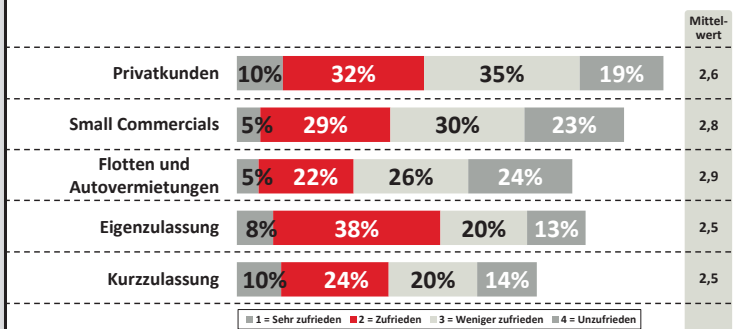
Quelle:
AUTOHAUS puls Schlag 07/2014
puls Marktforschung GmbH

Mehr Privatkunden

- Im Juni stieg vor allem der Anteil der Privatkunden an den Neuwagenverkäufen. Im Vergleich zum Vormonat betrug der Anstieg drei Prozentpunkte, im Vergleich zum Vorjahr sogar fünf Punkte.
- Im Vormonatsvergleich noch stärker gestiegen ist nur der Anteil der Small Commercials (plus vier Punkte), der im Vergleich zum Vorjahr allerdings um denselben Wert sank.
- Seit Mai am stärksten zurück gegangen ist mit minus sieben Prozentpunkten der Anteil der großen Flotten und Autovermietungen.

5: Zufriedenheit mit den Verkäufen an die Kundengruppen

Wie zufrieden sind Sie mit dem jeweiligen Bereich?



Differenz zu 100%: Weiß nicht / Keine Angabe / Nicht vorhanden

Quelle:
AUTOHAUS puls Schlag 07/2014
puls Marktforschung GmbH

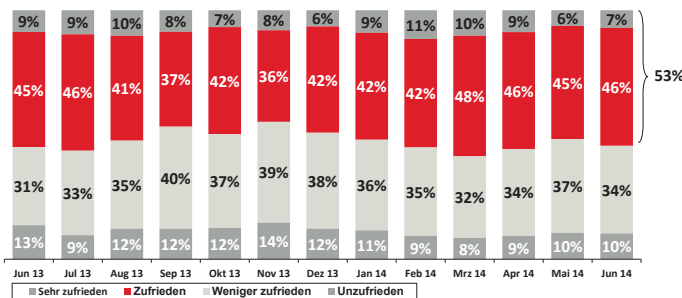
Stabile Entwicklung

- Die Zufriedenheit der Händler mit den Verkäufen an die einzelnen Kundengruppen hat sich im Juni kaum verändert.
- Nur die Zufriedenheit mit den Privatkundenverkäufen stieg leicht von 2,7 im Vormonat auf jetzt 2,6.
- Leicht verschlechtert hat sich die Zufriedenheit mit den Eigenzulassungen (von 2,4 auf 2,5).

Gebrauchtwagengeschäft Juni 2014

6: Zufriedenheit mit GW-Geschäft (Überblick)

Wie zufrieden sind Sie mit den Gebrauchtwagenverkaufsabschlüssen?



Monatsvergleich
Differenz zu 100%: Weiß nicht / Keine Angabe

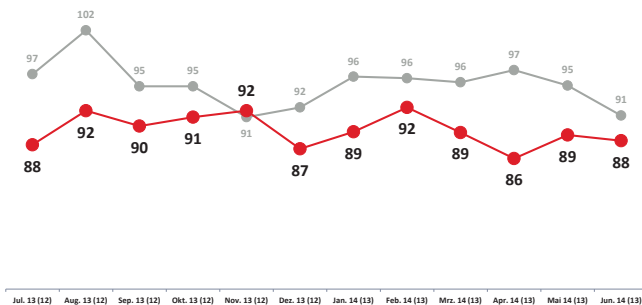
Quelle:
AUTOHAUS puls Schlag 07/2014
puls Marktforschung GmbH

Kein Erdbeben

- Mit den Gebrauchtwagenverkäufen des Monats Juni zeigen sich 53 Prozent der Befragten zufrieden oder sogar sehr zufrieden.
- Damit stieg der Anteil der (sehr) zufriedenen Händler im Vergleich zum Vormonat minimal um zwei Prozentpunkte.
- Im Vergleich zum Juni 2013 ging er kaum spürbar um einen Punkt zurück.

7: GW-Standzeiten im Jahresüberblick

Wie viele Tage beträgt Ihre GW-Standzeit vom Bestand?



Monatsvergleich

● Aktuell ● Vorjahr

Quelle:
AUTOHAUS puls Schlag 07/2014
puls Marktforschung GmbH

Nur einen Tag schneller

- Im Vergleich zum Mai konnten die Händler ihre Gebrauchtwagen-Standzeiten lediglich um einen Tag auf nun durchschnittlich 88 Tage verringern.
- Etwas stärker ist der Rückgang im Vergleich zum Juni 2013: Vor einem Jahr dauerte es bis zum Verkauf der Gebrauchten im Mittel noch 91 Tage (minus drei Tage).

8: GW-Standzeiten (nach Marke)

Wie viele Tage beträgt Ihre GW-Standzeit vom Bestand?

Marke	Standzeit (Tage)	Vergleich zum Vorjahreswert
Ford	102	↑ 96
Franz. Importeure	99	↓ 103
Fiat	98	↓ 106
Asiat. Importeure	92	↓ 105
Volkswagen	89	↑ 87
Opel	83	↓ 95
Mercedes	76	↓ 80
Audi	63	↑ 50

Mittelwertvergleich
Mittelwert: 88 (↓ 91)

Quelle:
AUTOHAUS puls Schlag 07/2014
puls Marktforschung GmbH

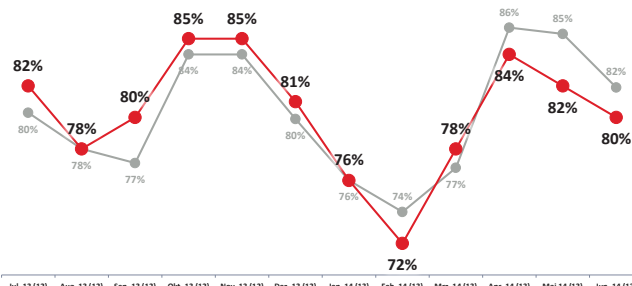
Ford-Händler brauchen deutlich länger

- Den im Vergleich zum Vormonat stärksten Anstieg der Standzeiten melden mit plus 21 Tagen die Ford-Händler.
- Deutlich länger für den Gebrauchtwagenverkauf brauchten im Juni auch die Fiat-Händler (plus 15 Tage).
- Zu den Gewinnern zählen dagegen die Audi-Händler und die Händler der asiatischen Marken (jeweils minus fünf Tage).
- Im Vorjahresvergleich fahren die Audi-Händler (plus 13 Tage) allerdings auf der Verliererstraße. Gewinner sind hier wiederum die Händler asiatischer Importmarken (minus 13 Tage), aber auch die Opel-Händler (minus zwölf Tage).

Werkstattgeschäft Juni 2014

9: Werkstattauslastung im Jahresüberblick

Zu wie viel Prozent war Ihre Werkstatt ausgelastet?



Monatsvergleich

● Aktuell ● Vorjahr

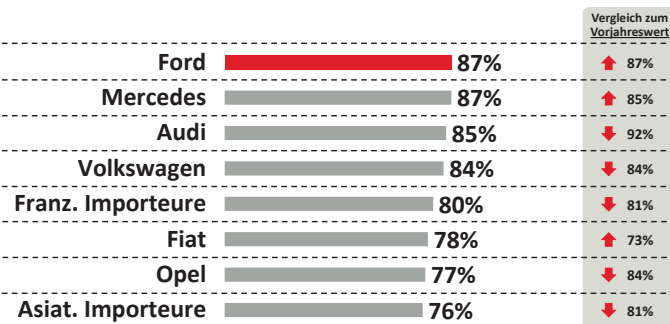
Quelle:
AUTOHAUS puls Schlag 07/2014
puls Marktforschung GmbH

Auf ins Sommerloch

- Die Sommerferien stehen vor der Tür, die Werkstattauslastung sinkt.
- Mit durchschnittlich 80 Prozent befindet sie sich zwar weiter auf hohem Niveau, mit zwei Prozentpunkten Abstand aber dennoch leicht unter Vorjahr.
- Der gleiche Rückgang ist im Vergleich zum Vormonat zu beobachten.

10: Werkstattauslastung (nach Marke)

Zu wie viel Prozent war Ihre Werkstatt im abgelaufenen Monat Juni 2014 ausgelastet?



Mittelwertvergleich

Mittelwert: 80% (↓ 82%)

Quelle:
AUTOHAUS puls Schlag 07/2014
puls Marktforschung GmbH

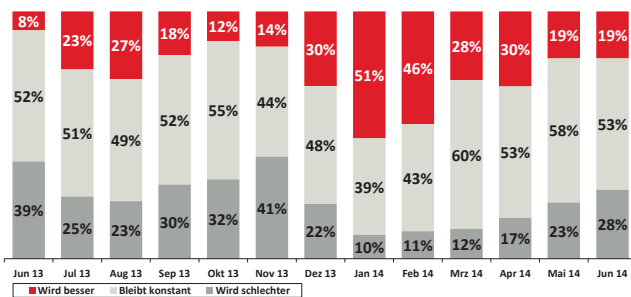
Audi und Ford im Plus

- Nur die Audi- (plus drei Prozentpunkte) und die Ford-Werkstätten (plus ein Punkt) konnten ihre Auslastung im Vormonatsvergleich (leicht) steigern.
- Am stärksten mussten die Fiat-Werkstätten und die Werkstätten asiatischer Marken Federn lassen (jeweils minus vier Punkte).
- Im Vergleich zum Vorjahr konnten nur die Mercedes-Benz- (plus zwei Punkte) sowie die Fiat-Werkstätten (plus fünf Punkte) eine Verbesserung einfahren.
- Den größten Verlust gab es bei den Audi-Werkstätten (minus sieben Punkte) und den Werkstätten der asiatischen Marken (minus fünf Punkte).

Perspektiven für 2014

11: Entwicklung im NW-Bereich

Wie wird sich das Geschäft aus Ihrer Sicht im NW-Bereich in den nächsten 3 Monaten entwickeln?



Monatsvergleich
Differenz zu 100%: Weiß nicht / Keine Angabe

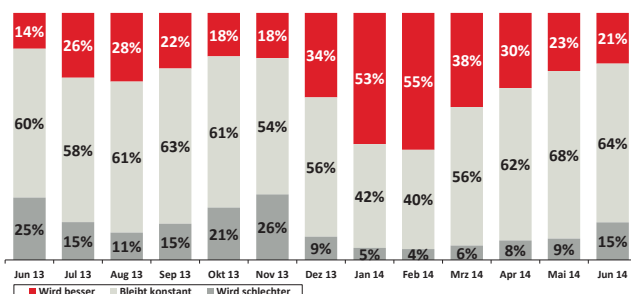
Quelle:
AUTOHAUS puls Schlag 07/2014
puls Marktforschung GmbH

Kein Stimmungsumschwung

- Weiterhin gehen nur 19 Prozent der Händler davon aus, dass sich das Neuwagengeschäft innerhalb der nächsten drei Monate wesentlich verbessern wird. Im Vorjahr waren allerdings lediglich acht Prozent derart optimistisch.
- 53 Prozent – und damit fünf Punkte weniger als im Vormonat – erwarten für diesen Zeitraum dagegen eine konstante Entwicklung.
- 28 Prozent glauben an ein schlechteres Neuwagengeschäft bis September. Das sind fünf Prozentpunkte mehr als im Vormonat, aber auch elf Punkte weniger als im Vorjahr.

12: Geschäftsentwicklung im GW-Bereich

Wie wird sich das Geschäft aus Ihrer Sicht im GW-Bereich in den nächsten 3 Monaten entwickeln?



Monatsvergleich
Differenz zu 100%: Weiß nicht / Keine Angabe

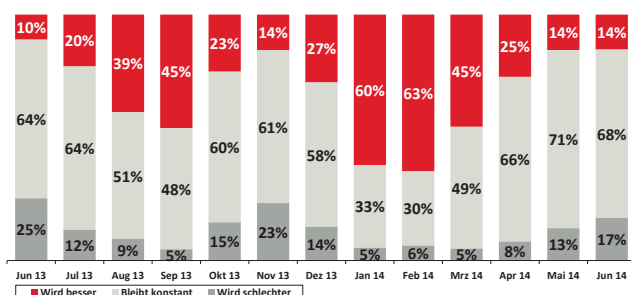
Quelle:
AUTOHAUS puls Schlag 07/2014
puls Marktforschung GmbH

Deutlich mehr Pessimisten

- Der Anteil der Händler, die für die nächsten drei Monate ein schlechteres Gebrauchtwagengeschäft erwarten, ist im Vergleich zum Vormonat von neun auf 15 Prozent deutlich gestiegen.
- Gleichzeitig sank der Anteil der Optimisten leicht von 23 auf 21 Prozent.
- Im Vergleich zum Vorjahr zeigen sich die Händler allerdings deutlich optimistischer: Vor einem Jahr erwarteten nur 14 Prozent ein kurzfristiges besseres Gebrauchtwagengeschäft, dafür glaubte ein Viertel an einen Verkaufseinbruch.

13: Entwicklung im Service-Bereich

Wie wird sich das Geschäft aus Ihrer Sicht im Service-Bereich in den nächsten 3 Monaten entwickeln?



Monatsvergleich
Differenz zu 100%: Weiß nicht / Keine Angabe

Quelle:
AUTOHAUS puls Schlag 07/2014
puls Marktforschung GmbH

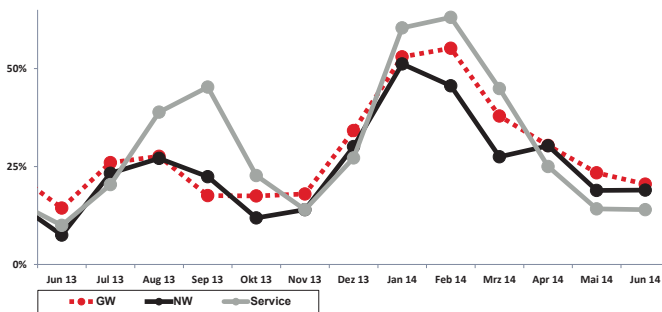
Keine Revolution

- 14 Prozent der Händler erwarten für die nächsten drei Monate ein Plus im Servicegeschäft – exakt so viele wie im Vormonat.
- Der Anteil der Pessimisten stieg leicht von 13 auf 17 Prozent.
- Damit zeigen sich die Händler auch im Service etwas optimistischer als noch im Vorjahr, als nur zehn Prozent ein Plus und noch 25 Prozent kurzfristig ein explizites Service-Minus erwarteten.

Perspektiven für 2014 (Fortsetzung)

14: Entwicklung der positiven Einschätzung

Wie wird sich das Geschäft aus Ihrer Sicht im GW-/ NW- und Service-Bereich in den nächsten 3 Monaten entwickeln?



Monatsvergleich
Antwort: "Wird besser"

Quelle:
AUTOHAUS puls Schlag 07/2014
puls Marktforschung GmbH

Kein Turnaround...

- Der Anteil der explizit optimistischen Händler sank in den vergangenen Monaten deutlich.
- Aktuell stabilisiert er sich auf niedrigem Niveau.
- Es bleibt abzuwarten, ob die nächsten Monate eine Umkehr zeigen werden.

Santander Außendienst

ICH BIN EINER VON 160 ...

... spreche Ihre Sprache
und kenne Ihren Alltag.
Garantiert!

» Ich bin für Sie da – vor Ort, per E-Mail
oder am Telefon. Ich möchte Ihnen helfen,
erfolgreich zu sein. Dabei unterstütze ich
Sie tatkräftig mit Erfahrung, Produktwissen
und Engagement. Sprechen Sie mich an.
Zu jedem Thema – gerne und jederzeit! «

Mark Kämmerling
Santander Außendienst



Ihr direkter
Weg zu uns:
<http://qr.de/UoV>



Santander
CONSUMER BANK

santander.de

die Bank für Ihre Ideen

Top-Thema: Räder- und Reifengeschäft

Räder sind Saisongeschäft, ihre Einlagerung eines der wichtigsten Kundenbindungsinstrumente. Kein Wunder, dass nur vier Prozent der Werkstätten darauf verzichten, die Räder ihrer Kunden im eigenen Haus einzulagern. Zumal Radwechsel-Aufträge nicht selten auch Cross-Selling-Potenziale bieten.



Expertenkommentar zum Top-Thema

Kerngeschäft Räder und Reifen

Das Räder- und Reifengeschäft hat sich inzwischen zu einem obligatorischen Service im Autohaus entwickelt. Kein Autohaus kann auf dieses Leistungsspektrum verzichten. Der Kunde setzt das Angebot einerseits in seinem Kfz-Betrieb voraus, die Werkstatt kann auf die damit verbundenen Chancen zum Mehrumsatz und zur Steigerung der Kundenloyalität andererseits auch nicht verzichten.

Neben dem Angebot von Rädern, Felgen und Komplettträgern steht zwei Mal im Jahr der Pneuwechsel im Vordergrund. 96 Prozent der befragten Händler bieten diese Leistung inzwischen an. Gerade die Reifeneinlagerung bietet nach Ansicht der Entscheider Chancen zur Umsatz- und Ertragssteigerung. Fast 50 Prozent sagen, dass positive Auswirkungen auf das GW-, NW- und Zubehörgeschäft festgestellt werden.

34 Prozent spüren dabei allerdings keine Geschäftsbelebung. Hier stellt sich die Frage nach den Ursachen. Fast 90 Prozent geben nämlich an, dass die Kunden den Räderwechsel mit weiteren Arbeiten verbinden. Dass die Fahrzeugwäsche, an erster Stelle genannt wird, sorgt allerdings für Verblüffung, denn ein Ertragsbringer ist diese Zusatzleistung eigentlich nicht. Im Durchschnitt wird der Umsatz an zusätzlich verkauften Stunden mit 155 Euro angegeben. Als Mittelwert bei zusätzlichen Anschaffungen (Teile und Zubehör) errechnen sich 255 Euro. Dieses Ergebnis wird allerdings durch die hohen Umsätze der befragten Premiummarken verzehrt. Die Händler von Premiummarken scheinen dieses Geschäft wesentlich intensiver zu betreiben als die Vertreter der Volumenmarken. Im Schnitt geben die Interviewten an, 28 Werkstattdurchgänge pro Tag durchzuführen. Bei 250 Arbeitstagen wären dies 7.000 Durchgänge, davon sind 957 Radwechsel. Pro Jahr werden im Schnitt in den befragten Häusern fast 1.500 Winter- und Sommerreifen verkauft. Hier stellt sich jetzt die Frage nach der Marktausschöpfung.

Ralph M. Meunzel,
Chefredakteur AUTOHAUS

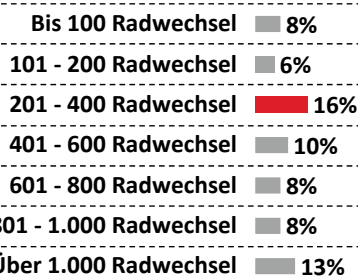


Ralph M. Meunzel,
Chefredakteur AUTOHAUS

Top-Thema: (Fortsetzung) Räder- und Reifengeschäft

16: Radwechsel-Aufträge pro Jahr

Wie viele Radwechsel-Aufträge haben Sie im Jahr?

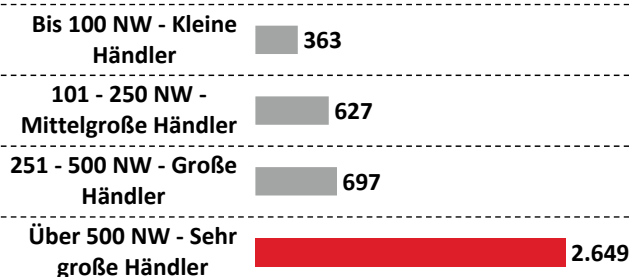


Mittelwert: 957 Radwechsel-Aufträge im Jahr
Differenz zu 100%: Weiß nicht / Keine Angabe

Quelle:
AUTOHAUS puls Schlag 07/2014
puls Marktforschung GmbH

17: Radwechsel-Aufträge pro Jahr (nach Händlergröße)

Wie viele Radwechsel-Aufträge haben Sie im Jahr?

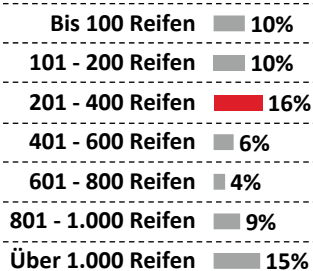


Mittelwertvergleich
Mittelwert: 957 Radwechsel-Aufträge im Jahr

Quelle:
AUTOHAUS puls Schlag 07/2014
puls Marktforschung GmbH

18: Reifenverkauf

Wie viele Reifen (Winter- und Sommerreifen) setzen Sie pro Jahr ab?



Mittelwert: 1.483 Reifen pro Jahr
Differenz zu 100%: Weiß nicht / Keine Angabe

Quelle:
AUTOHAUS puls Schlag 07/2014
puls Marktforschung GmbH

Fast 1.000 Radwechsel im Jahr

- Pro Jahr nimmt die Durchschnittswerkstatt 957 Radwechsel-Aufträge entgegen.
- Die meisten Händlern, nämlich 16 Prozent, führen im Jahr 201 bis 400 Radwechsel durch.
- Über 1.000 Radwechsel melden immerhin 13 Prozent, die zweitgrößte Gruppe in der Befragung.

Zahl der Radwechsel steigt mit Händlergröße

- Sehr große Händler mit mehr als 500 Neuwagenverkäufen pro Jahr kommen im Schnitt auf 2.649 Radwechsel-Aufträge pro Jahr.
- Schon die großen Händler fallen mit 697 Aufträgen signifikant ab und unterscheiden sich im direkten Vergleich kaum von den mittlere Händlern (durchschnittlich 627 Aufträge).
- Kleine Händler kommen dagegen nur auf 363 Räderwechsel pro Jahr.

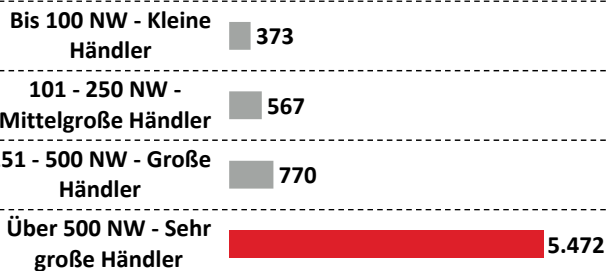
1.483 Reifen pro Jahr

- Im Schnitt verkaufen die Händler 1.483 Reifen pro Jahr – Winter- und Sommerreifen zusammengenommen.
- Bei den meisten, nämlich 16 Prozent, liegt die Verkaufszahl bei 201 bis 400 Reifen.
- Aber auch hier verkauft die zweitgrößte Gruppe mehr als 1.000 Reifen pro Jahr – das sagen nämlich 15 Prozent der Befragten.

Top-Thema: (Fortsetzung) Räder- und Reifengeschäft

19: Reifenverkauf (nach Händlergröße)

Wie viele Reifen (Winter- und Sommerreifen) setzen Sie pro Jahr ab?

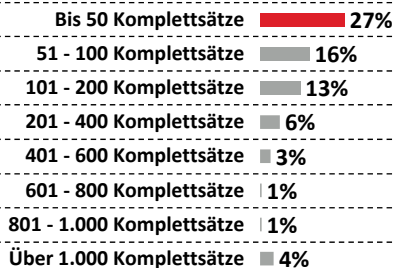


Mittelwertvergleich
Mittelwert: 1.483 Reifen pro Jahr

Quelle:
AUTOHAUS puls Schlag 07/2014
puls Marktforschung GmbH

20: Verkauf von Komplett-Winterrädern

Wie viele Kompletsätze (4 Räder) an Winterrädern (Reifen + Felgen) setzen Sie pro Jahr ab?

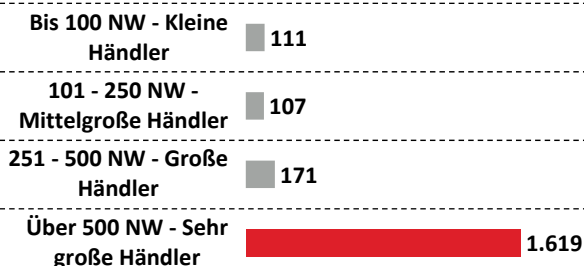


Mittelwert: 401 Kompletsätze pro Jahr
Differenz zu 100%: Weiß nicht / Keine Angabe

Quelle:
AUTOHAUS puls Schlag 07/2014
puls Marktforschung GmbH

21: Verkauf von Komplett-Winterrädern (nach Händlergröße)

Wie viele Kompletsätze (4 Räder) an Winterrädern (Reifen + Felgen) setzen Sie pro Jahr ab?



Mittelwertvergleich
Mittelwert: 401 Kompletsätze pro Jahr

Quelle:
AUTOHAUS puls Schlag 07/2014
puls Marktforschung GmbH

Größenunterschiede

- 5.472 Sommer- und Winterreifen verkaufen sehr große Händler im Schnitt pro Jahr. Damit führen sie die Statistik ungeschlagen an.
- Schon bei den großen Händlern liegt die Verkaufszahl bei nur noch 770 Einheiten, mittelgroße Unternehmen kommen noch auf 567.
- Wie bei den Rädern markieren die kleinen Händler mit 373 Reifen das Schlusslicht.

Rund 400 Kompletsätze Winterräder

- Im Schnitt verkaufen die Händler pro Jahr 401 Kompletsätze Winterräder.
- Bei über einem Viertel der Händler liegen die Verkaufszahlen jedoch bei höchstens 50 Einheiten.
- Immerhin 16 Prozent setzen pro Jahr noch 51 bis 100 Kompletsätze Winterräder ab, 13 Prozent 101 bis 200.

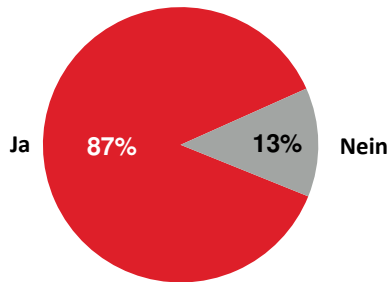
Sehr große Händler mit mehr Absatz

- Bei den sehr großen Händlern liegt der Absatz von Winterräder-Kompletsätzen mit 1.619 Sätzen pro Jahr deutlich über dem Schnitt.
- Kleine, mittelgroße und große Händler verkaufen dagegen lediglich 107 bis 171 Sätze Winterkomplätträder pro Jahr.

Top-Thema: (Fortsetzung) Räder- und Reifengeschäft

22: Cross-Selling-Potenziale

Verbinden Ihre Kunden den Radwechsel mit weiteren Arbeiten an ihrem Fahrzeug?



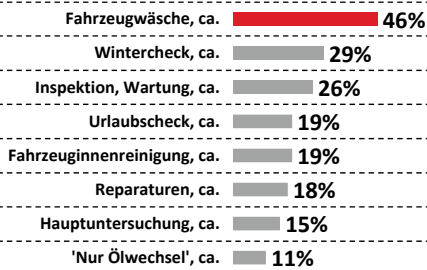
Quelle:
AUTOHAUS puls Schlag 07/2014
puls Marktforschung GmbH

Da geht noch mehr!

- Für 87 Prozent der Händler bleibt es nicht beim Radwechsel: Ihre Kunden verbinden die Termine auch mit Aufträgen für weitere Arbeiten.
- Nur 13 Prozent der Befragten nutzen die Radwechsel dagegen nicht dafür, weitere Umsatzpotenziale zu realisieren.

23: Art der Zusatzaufträge

Wie hoch schätzen Sie den Anteil der Aufträge in Verbindung mit dem Radwechsel?



Mehrfachnennungen möglich!

Basis: Betriebe, in denen Kunden den Radwechsel mit jeweiliger weiterer Arbeit verbinden!

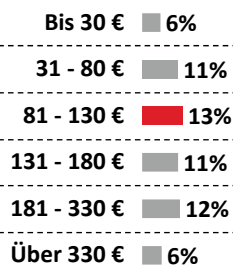
Quelle:
AUTOHAUS puls Schlag 07/2014
puls Marktforschung GmbH

Fahrzeugwäsche obenauf

- Geben Kunden beim Radwechsel zusätzliche Arbeiten in Auftrag, sind das vor allem die Wagenwäsche, Kurzchecks oder reguläre Wartungsarbeiten.
- Spezielle Reparaturen werden demzufolge eher separat in Auftrag gegeben, das gilt auch für die Hauptuntersuchung oder den Ölwechsel.

24: Wert der Zusatzarbeiten

Wie viel Geld geben Kunden in der Regel für zusätzliche Arbeiten in Verbindung mit dem Radwechsel an Ihrem Fahrzeug aus?



Mittelwert: 155 €
Differenz zu 100%: Weiß nicht / Keine Angabe

Quelle:
AUTOHAUS puls Schlag 07/2014
puls Marktforschung GmbH

155 Euro Zusatzumsatz

- Pro Zusatzauftrag zum Radwechsel generieren die Werkstätten im Schnitt immerhin 155 Euro Zusatzumsatz.
- Bei den meisten Befragten – nämlich bei 13 Prozent – liegt der Zusatzumsatz bei 81 bis 130 Euro.
- Immerhin 18 Prozent können pro Zusatzauftrag sogar über 180 Euro umsetzen.

Top-Thema: (Fortsetzung) Räder- und Reifengeschäft

25: Wert der Zusatzanschaffungen

Wie viel Geld geben Kunden durchschnittlich für zusätzliche Anschaffungen in Verbindung mit dem Radwechsel an Ihrem Fahrzeug aus?

Bis 30 € ■ 5%

31 - 80 € ■ 13%

81 - 130 € ■ 8%

131 - 180 € ■ 6%

181 - 330 € ■ 9%

Über 330 € ■ 12%

Mittelwert: 266 €
Differenz zu 100%: Weiß nicht / Keine Angabe

Quelle:
AUTOHAUS puls Schlag 07/2014
puls Marktforschung GmbH

26: Anschaffungen für das Fahrzeug

Verbinden Ihre Kunden den Radwechsel häufig auch mit weiteren Anschaffungen für Ihr Fahrzeug?

mit neuen Reifen (ohne Felge) ■ 75%

mit neuen Rädern (mit Felge) ■ 53%

mit Zubehörverkauf ■ 51%

mit Sonstiges ■ 31%

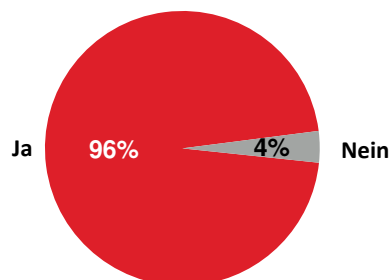
Nein ■ 23%

Mehrfachnennungen möglich!

Quelle:
AUTOHAUS puls Schlag 07/2014
puls Marktforschung GmbH

27: Radeinlagerung

Bieten Sie Ihren Kunden die Radeinlagerung an?



Quelle:
AUTOHAUS puls Schlag 07/2014
puls Marktforschung GmbH

Durchschnittlich 266 € für Zusatzanschaffungen

- Tätigen Kunden beim Radwechsel Zusatzanschaffungen, geben sie im Schnitt 266 Euro dafür aus.
- Zwar melden die meisten Händler (13 Prozent) diesbezüglich Zusatzanschaffungen im Wert von 31 bis 80 Euro.
- Immerhin zwölf Prozent generieren aus den Zusatzanschaffungen aber auch Umsätze von durchschnittlich über 330 Euro.

Kunden kaufen vor allem neue Reifen

- Tätigen die Kunden im Zuge des Radwechsels Anschaffungen für ihr Fahrzeug, sind das vor allem neue Reifen ohne Felgen. Das ist bei 75 Prozent der Händler die Regel.
- Bei 53 Prozent kaufen die Kunden nicht selten auch neue Räder beziehungsweise Felgen.
- Über die Hälfte bestätigen beim Radwechsel auch den Zubehörverkauf.
- Bei einem Viertel der Händler beschränken sich die Kunden allerdings ausschließlich auf den Radwechsel.

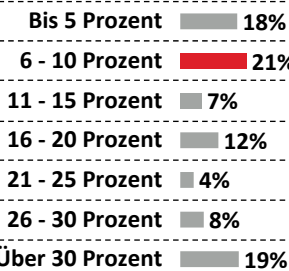
Gang und gäbe

- Mit 96 Prozent bieten fast alle Händler die Möglichkeit zur Radeinlagerung an.
- Nur vier Prozent verzichten auf dieses Kundenbindungsinstrument.

Top-Thema: (Fortsetzung) Räder- und Reifengeschäft

28: Potenziale der Radeinlagerung

Liefert die Radeinlagerung Ansätze zur Umsatz- und Ertragssteigerungen im Werkstattgeschäft?

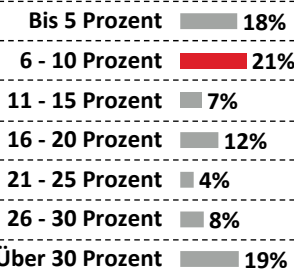


Mittelwert: 24 Prozent
Differenz zu 100%: Weiß nicht / Keine Angabe
Basis: Betriebe, die Radeinlagerung anbieten!

Quelle:
AUTOHAUS puls Schlag 07/2014
puls Marktforschung GmbH

29: Bereichsübergreifende Auswirkungen

Liefert die Radeinlagerung Ansätze zur Umsatz- und Ertragssteigerungen im Werkstattgeschäft?



Mittelwert: 24 Prozent
Differenz zu 100%: Weiß nicht / Keine Angabe
Basis: Betriebe, die Radeinlagerung anbieten!

Quelle:
AUTOHAUS puls Schlag 07/2014
puls Marktforschung GmbH

Mehr Umsatz und Ertrag

- Im Schnitt erzielen die Händler über die Radeinlagerung Umsatz- und Ertragssteigerungen in Höhe von 24 Prozent.
- Die Mehrheit berichtet von einem Plus von bis zu zehn Prozent (39 Prozent).
- Immerhin 19 Prozent der Befragten kommen aber auch auf Steigerungen von über 30 Prozent.

Mehr Gebrauchtwagenverkäufe

- Die größten Auswirkungen der Radeinlagerung sehen die Händler beim Gebrauchtwagenverkauf, beim Zubehörverkauf sowie beim Neuwagenverkauf.
- Kaum Auswirkungen haben die Radeinlagerungen dagegen auf Finanzierungen und Versicherungsabschlüsse.

Gastkommentar

Räder und Reifen

Das Thema Räder und Reifen ist für den Autohandel von enormer Wichtigkeit. Denn einen Großteil des Umsatzes erwirtschaften die Autohäuser mit dem Aftersales-Geschäft. Räder und Reifen können dabei als „Door opener“ für weiteres Reparatur- und Zubehörgeschäft fungieren. Dies beweist auch eindrucksvoll das Ergebnis der puls Marktforschung. Hier gaben die befragten Autohändler an, dass 53 % ihrer Kunden den Radwechsel mit der Anschaffung neuer Räder mit Felgen und 51 % mit dem Kauf von Zubehör verbinden.

Diese Chance sollten sich die Autohäuser nicht entgehen lassen. Ist doch das Werkstattgeschäft auch eine zusätzliche gute Möglichkeit, ihre Kunden nachhaltig an sich zu binden. Die Santander Consumer Bank unterstützt ihre Händler-Partner dabei mit der attraktiven Reparatur- und Zubehörfinanzierung. Hierzu haben wir Ihnen ein kleines Marketingpaket zusammengestellt, das Sie in der Direktannahme, im Kundenwartebereich oder am Arbeitsplatz des Serviceberaters platzieren können. Mit kleinen Raten können ihre Kunden kleinere oder größere Reparaturen einschließlich Räder- und Reifenwechsel durchführen lassen oder sich Zubehör leisten, ohne ihr Erspartes antasten zu müssen. Darüber hinaus bieten wir unseren Händler-Partnern mit der Santander AutoDispoPlus-Card ein weiteres Produkt, mit dem ihre Kunden schnell und unkompliziert über zusätzliche Liquidität für notwendige Reparaturen oder gewünschtes Zubehör verfügen können.

In diesem Sinne wünschen wir Ihnen erfolgreiche Geschäfte.

Ihr

**Jascha Bräuer,
Abteilungsleiter
Handelskommunikation Kfz**



**Jascha Bräuer,
Abteilungsleiter
Handelskommunikation Kfz**



Seminarindex AUTOHAUS akademie

Termine & Orte:

21. 8. 2014 in München
22. 8. 2014 in Wiesbaden



Professionelles Teile- und Zubehörmanagement

In den Ersatzteillagern der Autohäuser schlummern bisweilen Bestände in beachtlicher Höhe: Inventurwerte im sechsstelligen Euro-Bereich sind keine Seltenheit. Doch dieses gebundene Kapital fehlt in Ihrer Ertragsrechnung. Auf dem aktuellen Seminar „Professionelles Teile & Zubehörmanagement“ erfahren Sie von Fachmann Christian Vilmar, wie Sie Ihr Lager "auf Vordermann bringen" und Ladenhüter kontinuierlich abbauen.

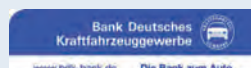
Termin & Ort:

27. – 19. 8. 2014
Interalpen-Hotel
Tyrol in Telfs (A)



23. SommerAkademie mit Prof. Hannes Brachat

Hoch.Genuss.Pur. Das ist die Philosophie des Interlpen-Hotel Tyrol – dem diesjährigen Veranstaltungshotel der SommerAkademie. In entspannter Atmosphäre referieren und diskutieren Prof. Hannes Brachat und namhafte Branchenexperten mit Ihnen über die zentralen Themen, die derzeit die Branche bewegen. Verbinden Sie fachliche mit persönlicher Weiterbildung, seien Sie dabei, reden Sie mit und entwickeln Sie neue Ideen im Dialog mit Experten und Händlerkollegen.



Weitere Informationen und Anmeldung unter www.autohaus.de/akademie

Definitionen

Werkstattauslastung:

Verhältnis von produktiven Stunden (tatsächliches Arbeiten) am Fahrzeug zu anwesenden Stunden

Standzeit:

Zeitpunkt, ab dem ein Fahrzeug dem Händler tatsächlich zum Verkauf zur Verfügung steht bis zum Verkauf des Fahrzeuges!

AUTOHAUS Handelsindex:

Der Index basiert auf den Angaben der Händler zur Zufriedenheit mit dem Neu- und Gebrauchtfahrzeuggeschäft im jeweils abgelaufenen Monat (im Vergleich zum Vorjahresmonat).

Methode/Stichprobe:

Der AUTOHAUS pulsSchlag basiert auf einer monatlichen Online-Befragung von Marken-Händlern und markenunabhängigen Händlern aus dem gesamten Bundesgebiet zu Konjunktur- und Verkaufserwartungen. Der Erhebungszeitraum beträgt 3 Tage und beginnt jeweils mit dem ersten Montag eines Monats (bereits seit 2001). Die durchschnittliche Interviewdauer liegt bei ca. 5–7 Minuten. Die Stichprobenziehung und Rekrutierung (auf Basis eines festen Quotierungsschemas) der Teilnehmer erfolgt per E-Mail-Einladung über ein eigens dafür eingerichtetes Online Panel, in dem aktuell ca. 1.600 Händler (Stand 01/2014) registriert sind.

pulsSchlag Themenverzeichnis



Die Top-Themen der letzten 15 Ausgaben

- 04/2013: Teile & Service**
- 05/2013: Autohandel der Zukunft**
- 06/2013: Lead Management**
- 07/2013: Kundenzufriedenheitsbefragungen**
- 08/2013: Automobile Weiterbildung**
- 09/2013: Perspektiven 2014**
- 10/2013: CRM**
- 11/2013: Automobilverkäufer**
- 12/2013: GVO**
- 01/2014: Personalrekrutierung**
- 02/2014: Social Media**
- 03/2014: Junge Zielgruppen**
- 04/2014: GW-Marketing**
- 05/2014: Digitale Dialogannahme**
- 06/2014: Smart-Repair**

Ein kostenloses Archiv mit diesen Ausgaben finden Sie als Abonnent auf der AUTOHAUS pulsSchlag-Seite unter autohaus.de/pulsschlag (im Menü "Ausgaben") sowie in der Archiv-Funktion der AUTOHAUS pulsSchlag Apps für Smartphones und Tablets!

Gibt es für Sie ein ganz spezielles Thema, das Sie genauer durchleuchtet haben wollen? Sie haben Fragen, die Sie durch eine Auswertung beantwortet haben möchten?

Ansprechpartner: Christian Frederik Merten · Redakteur AUTOHAUS
E-Mail: christian.merten@springer.com · Telefon: 089 / 20 30 43 -1206

© 2014 by AUTOHAUS

Texte und Grafiken des AUTOHAUS pulsSchlag sind urheberrechtlich geschützt. Die Springer Fachmedien München GmbH gestattet die Übernahme von Grafiken und Texten in Datenbestände, die ausschließlich für den privaten Gebrauch bestimmt sind. Eine Weiterleitung des AUTOHAUS pulsSchlag an Dritte ist nicht gestattet. Die Übernahme und Nutzung der Daten zu anderen Zwecken bedarf der schriftlichen Zustimmung der Springer Fachmedien München GmbH.

- Verlag:** Springer Fachmedien München GmbH
Aschauer Str. 30, 81549 München
E-Mail: pulsschlag.autohaus@springer.com
- Redaktion:** Ralph M. Meunzel (Chefredakteur AUTOHAUS)
Christian F. Merten
- Erscheinungsweise:** monatlich, 12 Ausgaben pro Jahr
- Bezugspreis:** Abonnementpreis: € 69,90 pro Jahr.
Abonnementkündigung: schriftlich 6 Wochen zum Ende des Bezugszeitraums
- Datenerhebung:** Niklas Haupt
puls Marktforschung GmbH · 90571 Schwaig
- Projektleitung:** Jörg Schwieder (Leiter Sonderprojekte AUTOHAUS)
- Mit freundlicher Unterstützung der:** Santander Consumer Bank AG
Santander-Platz 1 · 41061 Mönchengladbach

BUSINESS



PAPER

AUTOHAUS pulsschlag jetzt auch mit Multi-Login!

Holen Sie sich DAS Konjunkturbarometer der Automobilbranche – so oft, wie Sie es brauchen! Mit unserem neuen BusinessPaket können mehrere Personen zeitgleich auf alle wichtigen Informationen des ePaper zugreifen: mit Tablet, PC oder Smartphone.

Bestellen Sie das individuell auf Sie abgestimmte Staffelanangebot des BusinessPakets unter www.autohaus.de/pulsschlag-business oder 089/20 30 43-15 00.

Weitere Infos zum AUTOHAUS pulsschlag unter:
www.autohaus.de/pulsschlag

AUTOHAUS
pulsschlag