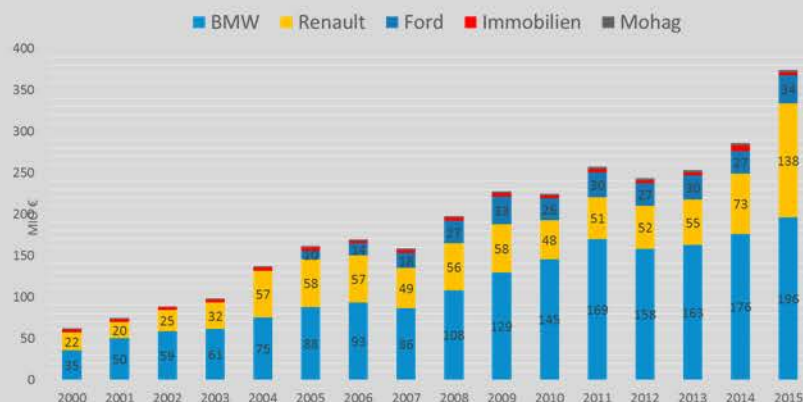


Zwischen gelebter Partnerschaft und Vernunftsehe

Autobanken aus Sicht einer Autohausgruppe

Neufarn, 19. Juli 2017

## WAHL-Umsatz um 640 % gewachsen



## WAHL wuchs von 1 auf 22 Standorte

1996

20 Jahre

2016



## Mitarbeiteranzahl verfünffachte sich fast

1996

20 Jahre

2016



150 HC



720 HC

## Managementkapazitäten stiegen an

1996

20 Jahre

2016



# << Die aktuelle Gemütslage eines Autohausunternehmers



<u>Zwischen</u>	Erwartungshaltung der Stakeholders	<u>und</u>	Realität
<u>Zwischen</u>	Bankenrating	<u>und</u>	Unternehmerbewertung
<u>Zwischen</u>	Erfüllungsgehilfen	<u>und</u>	Unternehmertum
<u>Zwischen</u>	gestern	<u>und</u>	morgen



- Aufgaben des Herstellers:
  - Bau von Fahrzeugen
  - Systemgeber im Vertrieb
- Financial Services:
  - finanziert Wholesales-Beständen
  - finanziert Endkunden,
  - Absatzhelfer
- Automobilhandel
  - Gesicht zum Kunden
  - Retailing
  - Bestandspuffer des OEM

## OLD SCHOOL





## These 1:

Das Geschäftsmodell des stationären Automobilhandels in aktueller Struktur nicht zukunftsfähig!

- Kapitaleinsatz vs. Rendite (RoS) sind nicht kongruent
- EK-Ausstattung zu gering aufgrund fehlender Renditen trotz 100%iger Thesaurierung
- Kundenerwartungen 360° dynamisch/zappeliger und digital/hybrid
- Markt: rechtliche Rahmenbedingungen „neue“ Konkurrenz, E-Mobilität, Digitalisierung



## These 1:

Das Geschäftsmodell des stationären Automobilhandels in aktueller Struktur nicht zukunftsfähig!

- HO: Mitarbeiter Erwartungen/Entlohnung (verdienen zu wenig Geld!): „Pay peanuts, get monkeys“
- Optimierung der Prozesse/Workshop/Ende: zufriedener Kunde
- Konsolidierungsprozesse Gruppen/Familienbetrieb: Corporate Governance in MidCaps; muss gelernt werden, bedeutet Investitionen und bedarf intellektuellen Horizont in Unternehmerfamilie



## These 2:

Eigentlich sind die heutigen Ziele zwischen Handel und OEM kongruent

- Return On Sales
- Kunden- Zufriedenheit
- Absatz Neuwagen
- Absatz Teile
- Absatz Financial Services



## These 3:

Die klassischen und uralten Konfliktfelder lassen sich nicht bereinigen!

- Absatzdruck führt zu gekauften Märkten
- Kunde nicht immer im Ziel
- Keine Fokussierung auf gemeinsame Ziele
- Partikular Interessen
- Was erwartet der Kunde?





Das Verhältnis Bank – Autohaus muss noch stärker und direkter auf die Win-Win Situation ausgerichtet werden.

- Definition Bank: ermöglicht Warenverkehr/Handel: liefert den notwendigen Schmierstoff für einen reibungslosen Handel/Endkunden, Absatzmittler (generiert mehr Absatz)
- austauschbar Captive /non Captive
- Rendite-Bringer
- Sanierung: Unsere Erfahrungen: Banken haben geholfen, pragmatisch, professionell; Lösungsförderer statt Akkord-Störer



Erwartungshaltung des Retailers an die Bank: Mehr Mut zum Geschäft!

Einschaltung des gesunden Menschenverstandes trotz oder wegen regulatorischer Vorschriften, die ein Stück weit den Banker entmündigen und als Schutzraum für fehlende Courage und geschäftlichen Weitblick dienen könnten.

Die Captive und Non-Captive sind wichtige strategische Partner und nicht nur Geldgeber.

- Dynamischer Absatzmittler
- Mehr Mut zum Geschäft
- Bonifikationsmodelle
- Gesunder Menschenverstand
- Mittler für Hausbanken



Wir müssen uns auf neue Zeiten einstellen- partnerschaftlich.

- Gemeinsames Nachdenken über Geschäftsmodelle der Zukunft
- Klare und faire Aufgabenteilung OEM-  
HO- Financial Service

