






CATI - STUDIE

unter

102 Autohändlern

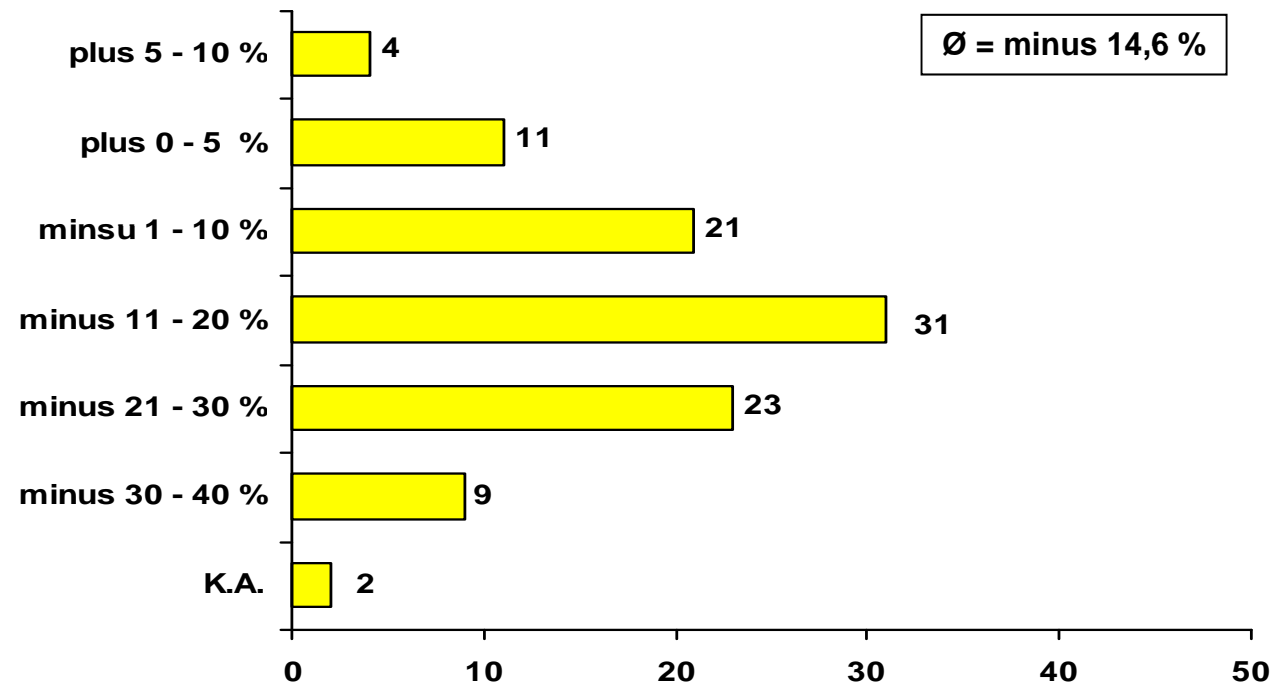
Befragungszeitraum: April 2010

Statistik

-  Die CATI-Studie wurde telefonisch im April 2010 bei insgesamt 102 Autohändlern erhoben.
-  Befragt wurden Einzelbetriebe und Händlergruppen unterschiedlicher Unternehmensgröße und Herstellerzugehörigkeit, die vom Einmarken- bis zum Mehrmarkenhändler reichten.
-  Ziel dieser Untersuchung ist es festzustellen, welche Finanzierungsart bei der Absatzfinanzierung im Autohandel zukünftig Priorität haben wird.
-  Darüber hinaus wurde abgefragt, welche Änderungen zur Stabilisierung des Geschäftswagenabsatzes notwendig sind.
-  Zudem wurde untersucht, welche Auslöser die Autokrise aus Sicht des Autohandels hat und mit welchen Problemen die Branche in diesem Jahr zu kämpfen hat. Dabei standen auch Themen wie die Umweltprämie, die Restwertproblematik und die Erwartungen an Hersteller und Autobanken im Fokus.






Erwartungen für das Absatzjahr 2010

1. Ganz aktuell berichtet das Kraftfahrtbundesamt über ein Minus von 22,8% bei den Pkw- Neuzulassungen. Welche Erwartungen haben Sie für das Gesamtjahr 2010? (Geben Sie den Absatzrückgang bzw. die Absatzzunahme in Prozent an).



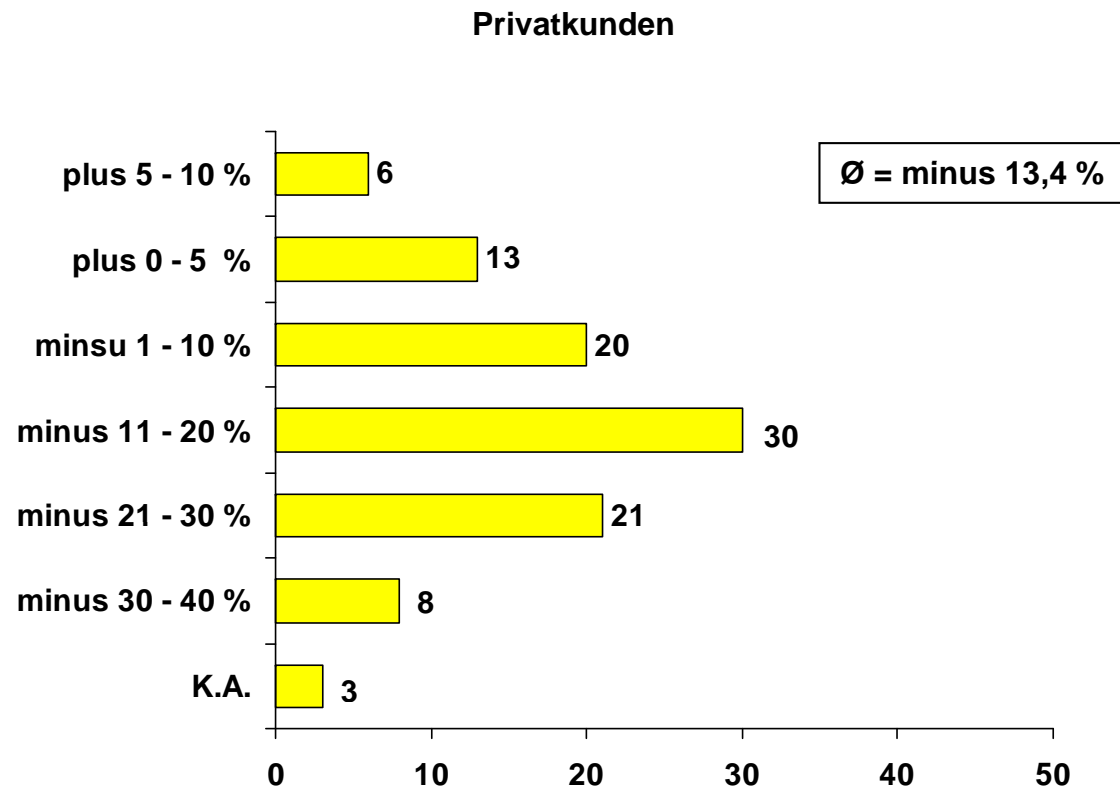
Angaben in Prozent

Erwartungen für das Absatzjahr 2010

-  Insgesamt erwarten nur 15 Prozent der befragten Autohändler eine Absatzzunahme im Jahr 2010.
-  Der größte Teil der Händler (84 Prozent) befürchtet einen Absatzrückgang. So rechnen 21 Prozent mit einem Minus von bis zu 10 Prozent, fast ein Drittel mit einem Minus von bis zu 20 Prozent und fast ein Viertel mit einem Minus von über 20 Prozent.
-  Kleine Betriebe mit einem Umsatz unter 10 Mio. Euro sind mit einem Mittelwert von -15,5 von dieser Entwicklung stärker betroffen als größere Betriebe, bei denen sich der Mittelwert auf -13,7 beziffert.
-  Darüber hinaus lässt sich feststellen, dass herstellerunabhängige Händler (Mittelwert -11,9) positiver in die Zukunft blicken als abhängige Betriebe (Mittelwert -15).
-  Gleiches gilt für Gruppen (Mittelwert -13,4), die in diesem Punkt optimistischer sind als Einzelbetriebe (Mittelwert -15,6).






Absatzerwartungen im Bereich Privatkunden 2010

2.1 Wie hoch sind Ihre Erwartungen im Bereich Privatkunden- und im Bereich Geschäftskundenfahrzeuge?



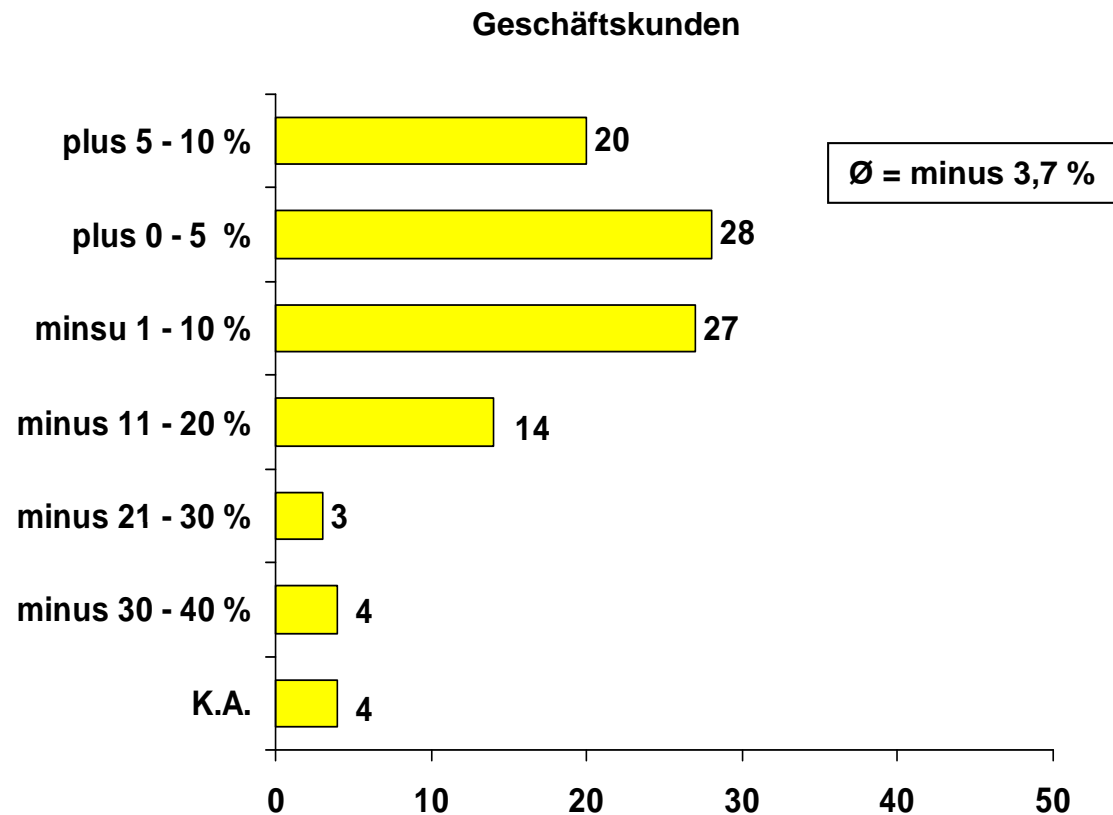
Angaben in Prozent

Absatzerwartungen im Bereich Privatkunden 2010

-  Die Erwartungen im Bereich Privatkunden gestalten sich ähnlich. Lediglich 19 Prozent der Händler erwarten einen Zuwachs zwischen 1 und 10 Prozent.
-  Dagegen rechnen über zwei Drittel (79 Prozent) der befragten Händler mit einem Absatzrückgang, dessen Mittelwert sich auf -13,4 Prozent beziffert.
-  20 Prozent befürchten ein Minus von bis zu 10 Prozent, 30 Prozent ein Minus bis zu 20 Prozent und 29 Prozent der Befragten befürchten einen Absatzrückgang zwischen 21 und 40 Prozent.
-  Auch blicken die Herstellerunabhängigen mit einem Mittelwert von -10 Prozent positiver in die Zukunft als die herstellerabhängigen Händler (-13,9%).
-  Gleiches gilt für große Betriebe (Mittelwert -12,1 Prozent) und Einmarken-Händler mit einem Mittelwert von -10,8 Prozent.





Absatzerwartungen im Bereich Geschäftskunden 2010

2.2 Wie hoch sind Ihre Erwartungen im Bereich Privatkunden- und im Bereich Geschäftskundenfahrzeuge?



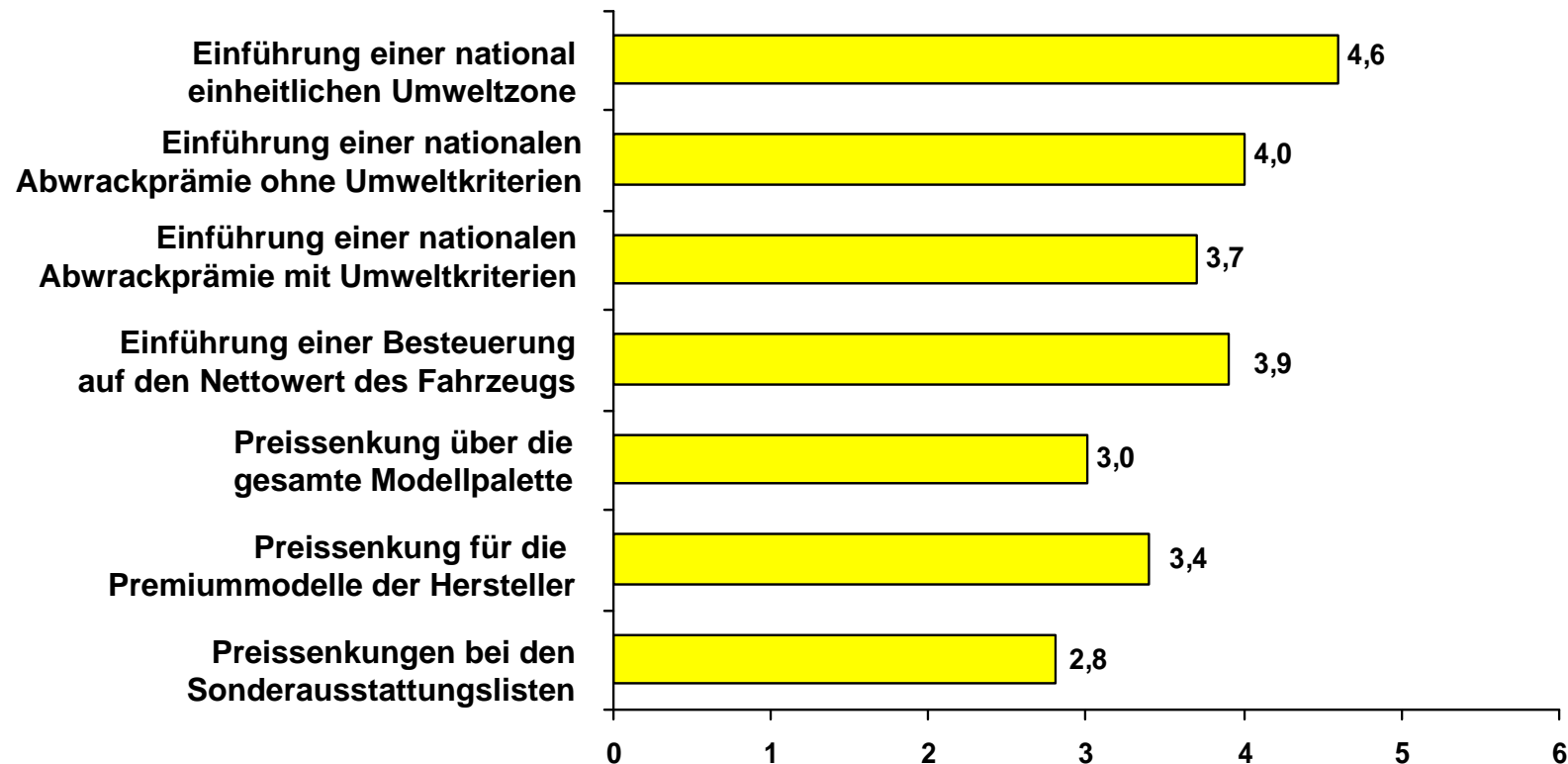
Angaben in Prozent

Absatzerwartungen im Bereich Geschäftskunden 2010

-  Im Bereich der Geschäftskundenfahrzeuge zeigt sich dagegen ein vollkommen anderes Bild: Fast die Hälfte der befragten Händler rechnet hier mit einem Absatzplus von bis zu 10 Prozent, der Rest geht von einem Absatzrückgang aus.
-  Lediglich ein Fünftel (21 Prozent) der Befragten beziffert diesen Absatzrückgang im 2-stelligen Bereich, ein Viertel rechnet mit einem Minus zwischen 1 und 10 Prozent.
-  Der Mittelwert liegt bei -3,7 Prozent.
-  Einzelbetriebe (-4,9 Prozent), kleinere Händler mit einem Umsatz unter 10 Mio. Euro (-6,1 Prozent) oder einer Mitarbeiterzahl zwischen 11 und 25 (-8,5 Prozent) und herstellerabhängige Autohäuser (-4,3 Prozent) sehen in diesem Bereich pessimistischer in die Zukunft als Autohausgruppen (-2,8%) und herstellerunabhängige Händler (-0,2%).

Maßnahmen zur Stabilisierung des Geschäftswagenabsatzes

3.1 Was ist zur nachhaltigen Stabilisierung des Geschäftswagenabsatzes aus der Sicht der Händler dringend in diesem Jahr notwendig?

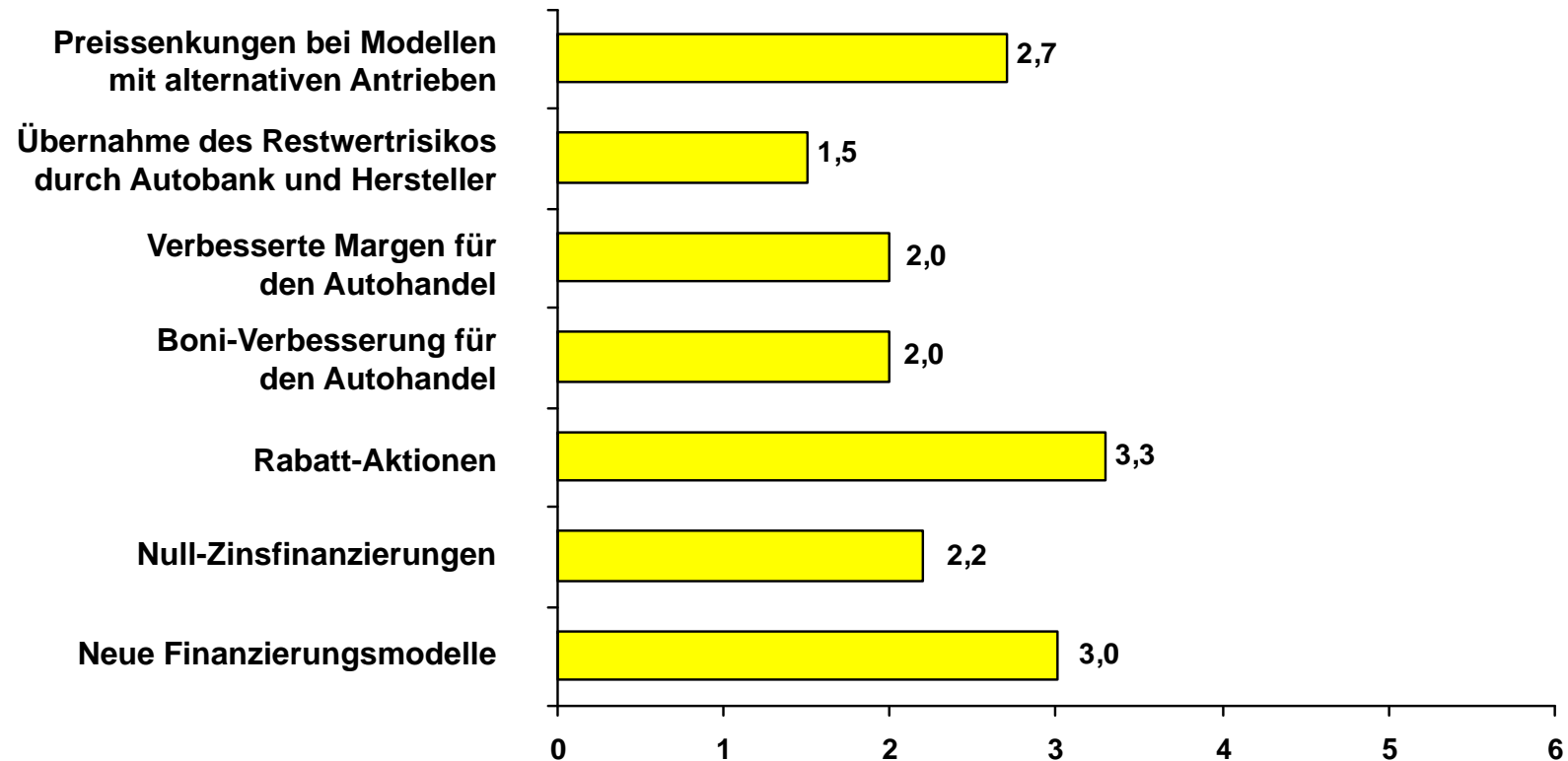


Mittelwerte
Mehrfachnennungen möglich

1 = sehr wichtig bis 6 = überhaupt nicht wichtig

Maßnahmen zur Stabilisierung des Geschäftswagenabsatzes







3.2 Was ist zur nachhaltigen Stabilisierung des Geschäftswagenabsatzes aus der Sicht der Händler dringend in diesem Jahr notwendig?



Mittelwerte
Mehrfachnennungen möglich

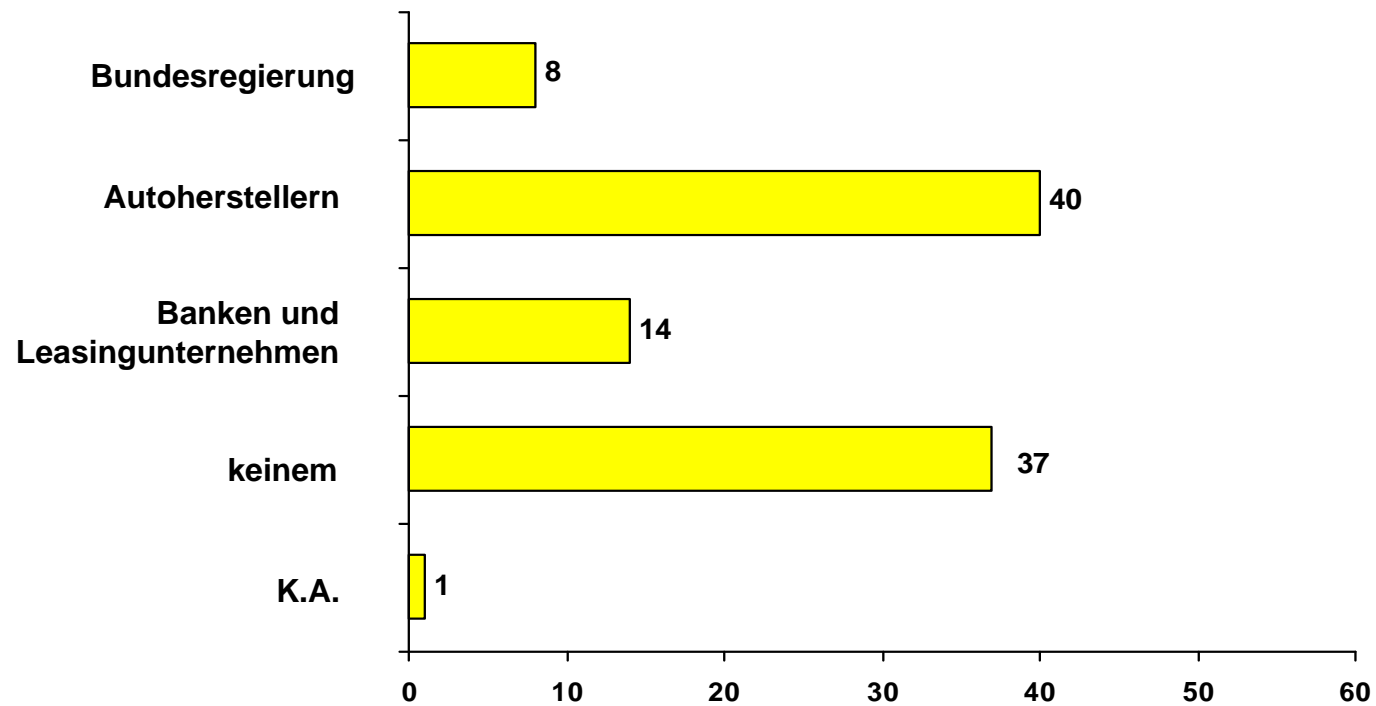
1 = sehr wichtig bis 6 = überhaupt nicht wichtig

Maßnahmen zur Stabilisierung des Geschäftswagenabsatzes

-  Oberste Priorität wird den Maßnahmen eingeräumt, die die finanzielle Situation der Autohäuser nachhaltig verbessern könnten. So rangiert bei allen Gruppen die Übernahme des Restwertrisikos durch Autobank und Hersteller mit einem Mittelwert von 1,5 auf Platz eins, gefolgt von verbesserten Margen und einer Boni-Verbesserung (Mittelwert: 2,0).
-  Die Null-Zinsfinanzierung ist im Kommen und wird mit einem Mittelwert von 2,2 als wichtig eingestuft.
-  Preispolitische Faktoren wie Preissenkungen für Modelle mit alternativen Antrieben, bei Sonderausstattungslisten, für die gesamte Modellpalette oder Premiummodelle, liegen mit Werten von 2,7 bis 3,4 im Mittelfeld.
-  Neue Finanzierungsformen (Mittelwert: 3,0) und Rabattaktionen (Mittelwert: 3,3) rangieren ebenfalls im Mittelfeld und werden nicht als geeignete Maßnahme zur Stabilisierung des Geschäftswagenabsatzes gesehen.
-  Umweltpolitische Maßnahmen wie die Einführung einer nationalen Abwrackprämie mit oder ohne Umweltkriterien oder die Einführung einer national einheitlichen Umweltzone rangieren auf den hinteren Plätzen und werden als relativ unwichtig eingestuft.
-  Gleiches gilt für die seitens der Politik angedachte Besteuerung auf den Nettowert von Geschäftswagen (Mittelwert: 3,9).






Durchsetzung nachhaltiger Änderungen

4. Welcher Gruppe trauen Sie in 2010 am ehesten nachhaltige Änderungen zu?



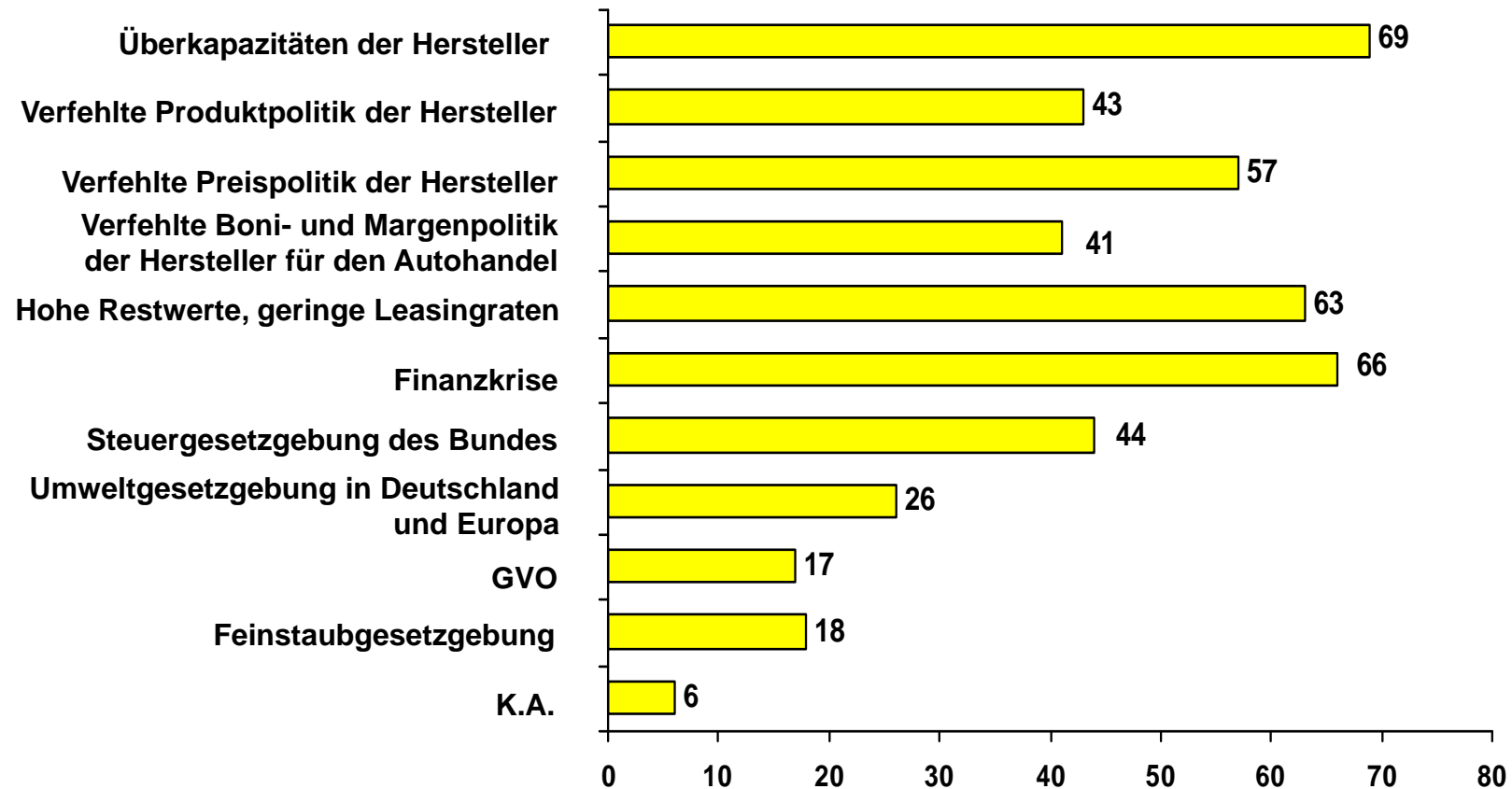
Angaben in Prozent

Durchsetzung nachhaltiger Änderungen

-  Insgesamt erwarten 40 Prozent der befragten Händler nachhaltige Änderungen durch die Automobilhersteller.
-  Das gilt besonders für große Händler mit über 25 (42 Prozent) oder über 50 Mitarbeitern (57 Prozent), Händler mit einem Jahresumsatz von über 11 Mio. Euro (47 Prozent), Herstellerabhängige (43 Prozent) und Autohausgruppen (55 Prozent).
-  Dagegen setzen 21 Prozent der herstellerunabhängige Händler eher auf Änderungen seitens der Banken und Leasingunternehmen. Insgesamt trauen 14 Prozent der Befragten dieser Gruppe am ehesten nachhaltige Modifikationen zu.
-  Nur 8 Prozent der Befragten setzen in diesem Zusammenhang auf die Bundesregierung.
-  Besonders hervorzuheben ist, dass 37 Prozent keinem diese Fähigkeit zusprechen. Dies gilt besonders für kleine und Einzelbetriebe.





Verursacher der Autokrise

5. Welche Ursache hat Ihrer Meinung nach die Autokrise



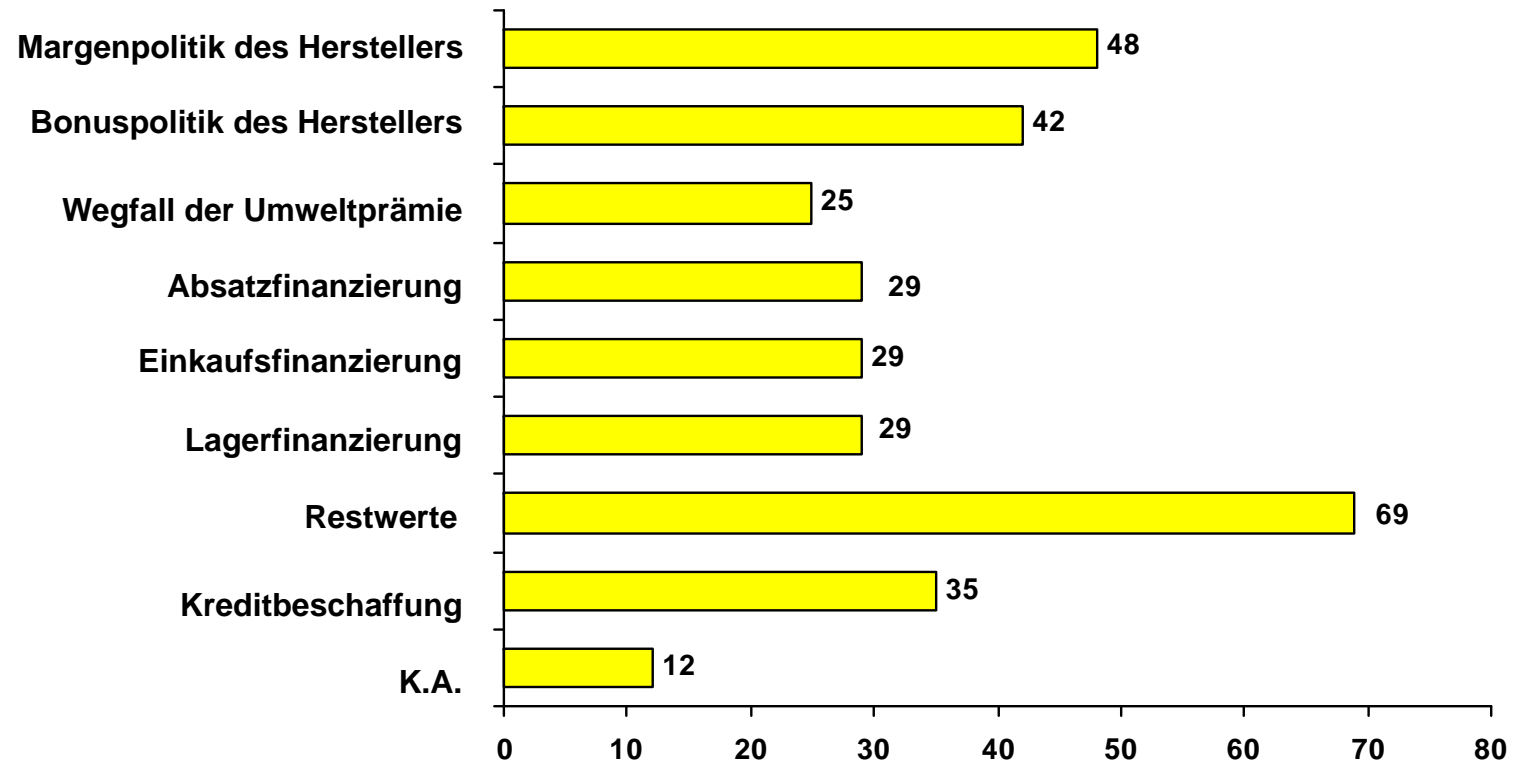
Mittelwerte
Mehrfachnennungen möglich

Verursacher der Autokrise

-  Ein Großteil der Autohändler sieht die Ursachen für die Autokrise in diversen Maßnahmen der Hersteller begründet. Vor allem die Überkapazitäten der Hersteller (69 Prozent), hohe Restwerte (63 Prozent) und eine verfehlte Preispolitik (57 Prozent) werden von den Händlern als Hauptproblempunkte benannt.
-  Die Finanzkrise findet sich auf dem zweiten Rang der Aussagenliste wieder (66 Prozent). Somit scheint die Autokrise nicht nur durch die Autohersteller sondern auch durch externe Faktoren verursacht.
-  Im Mittelfeld finden sich die Steuergesetzgebung des Bundes (44 Prozent), die verfehlte Produktpolitik (43 Prozent) sowie die verfehlte Boni- und Margenpolitik der Hersteller 41%.
-  Am wenigsten werden Maßnahmen der Bundesregierung wie z. B. die Feinstaub-Gesetzgebung, die GVO und die europäische bzw. deutsche Gesetzgebung für die Autokrise verantwortlich gemacht.





Zentrale Probleme

6. Welche zentralen Probleme beschäftigen Sie derzeit?



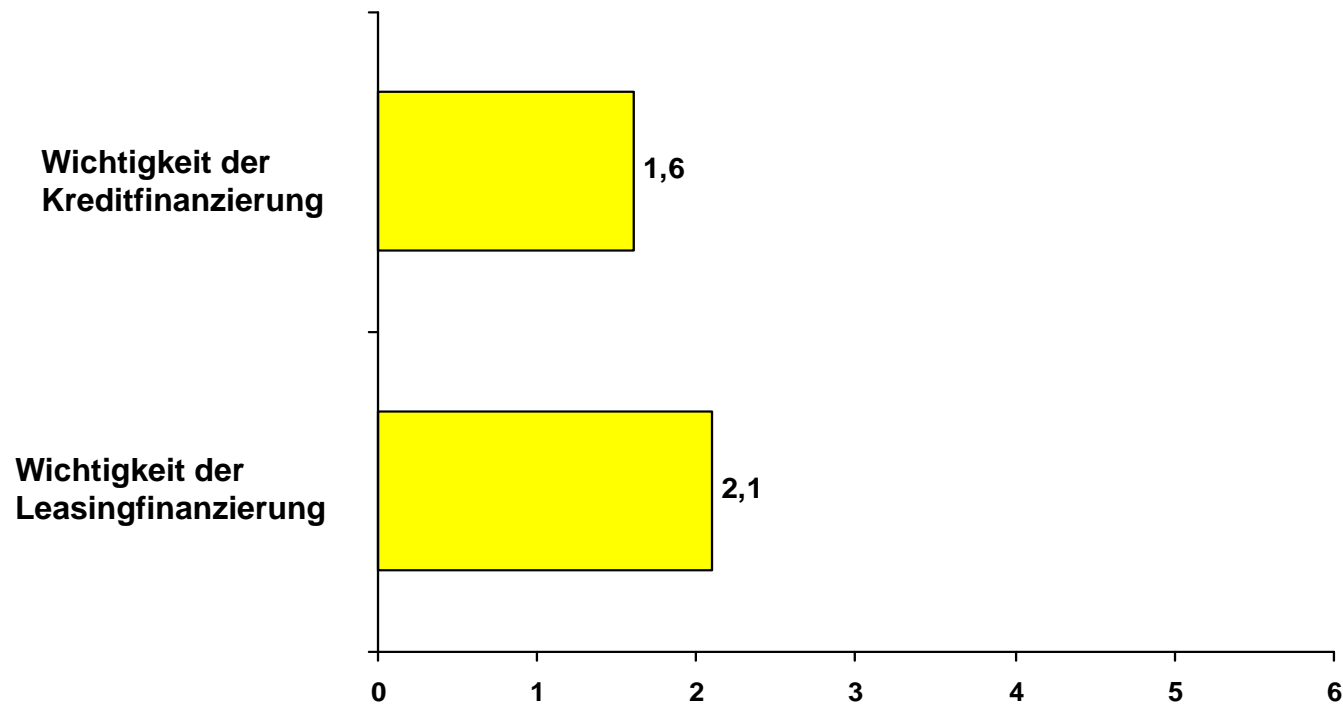
Angaben in Prozent
Mehrfachnennungen möglich

Zentrale Probleme

-  Das von den Autohändlern am häufigsten berichtete Problem sind nach wie vor die Restwerte (69 Prozent). Dies beschäftigt 73 Prozent der herstellerunabhängigen Autohändler, 76 Prozent der Händler mit nur einer Automarke und 71 Prozent der Autohausgruppen.
-  Die Margen-Politik des Herstellers rangiert mit 48 Prozent auf dem zweiten Rang, gefolgt von der Bonuspolitik und der Kreditbeschaffung, die für 35 Prozent der Befragten Händler derzeit das zentrale Problem ist. Letztere beschäftigt vor allem kleinere Betriebe (40 Prozent), deren Umsatz unter 10 Mio. Euro liegt, und 53 Prozent der Drei-Markenhändler.
-  Finanzierungsprobleme, seien es die Absatz-, Einkaufs- oder die Lagerfinanzierung, werden jeweils von 29 Prozent der Befragten genannt.
-  Der Wegfall der Umweltprämie nimmt mit 25 Prozent den letzten Rang ein

Wichtigkeit der Finanzierungsmodelle






7. Wie beurteilen Sie die Wichtigkeit der Kredit- bzw. Leasing-Finanzierung für den Absatz in der derzeitigen Krise?



Mittelwerte

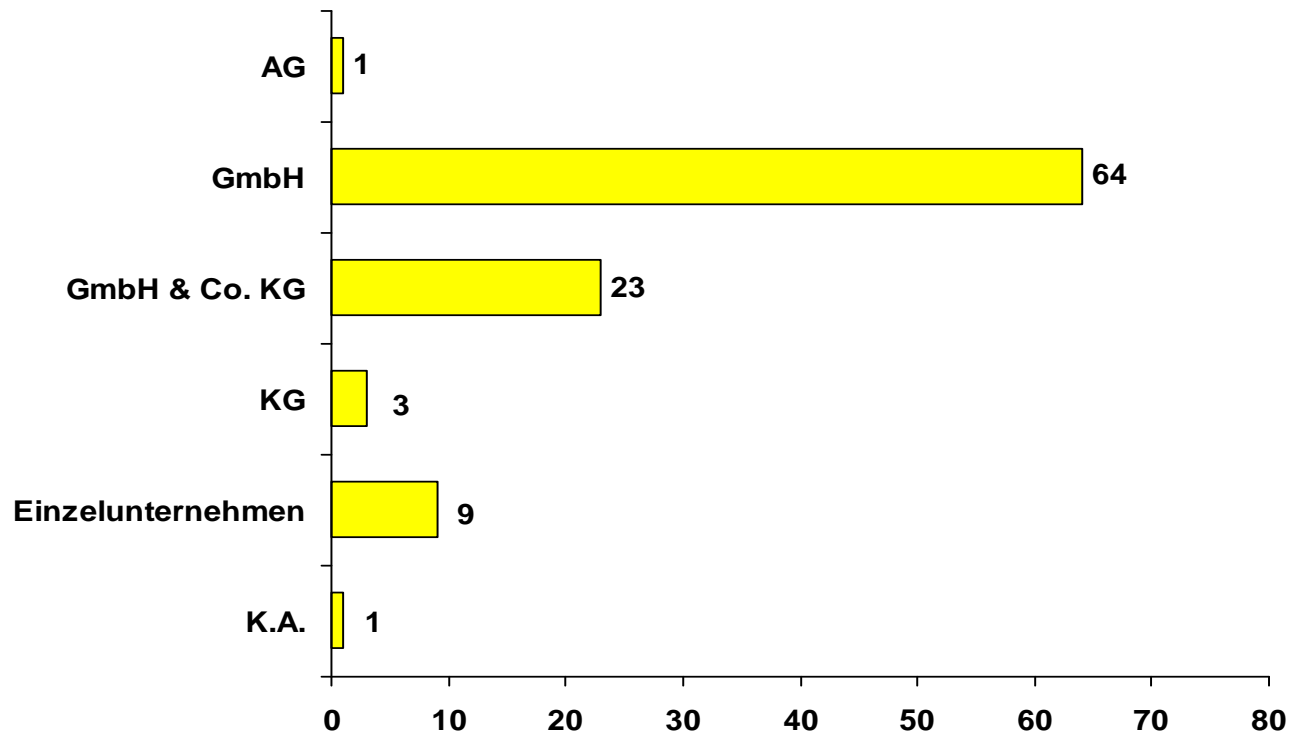
1 = sehr wichtig bis 6 = überhaupt nicht wichtig

Wichtigkeit der Finanzierungsmodelle

-  Beide Finanzierungsformen werden von den Autohändlern als sehr wichtig eingestuft. Auf die Kreditfinanzierung entfällt ein Mittelwert von 1,6, auf die Leasingfinanzierung ein Mittelwert von 2,1 auf der sechsteiligen Skala.
-  Für die herstellerabhängigen Händler (1,5) scheint die Kreditfinanzierung wichtiger zu sein als für die unabhängigen Unternehmen (2,1).
-  Es zeigt sich auch, dass die Wichtigkeit mit der Anzahl der angebotenen Marken abnimmt: So entfällt auf Einmarken-Händler ein Mittelwert von 1,3, auf Händler mit zwei und drei Marken ein Mittelwert von 1,6 und auf Mehrmarkenhändler mit mehr als 4 Marken ein Mittelwert von 1,9.
-  Dagegen zeigt sich bei der Leasingfinanzierung ein deutlich geringerer Abstand: Sie wird von herstellerabhängigen Händlern (2,0) geringfügig wichtiger eingestuft als von Herstellerunabhängigen (2,4).
-  Für größerer Händler mit einem Jahresumsatz von über 11 Mio. Euro (1,7) scheint die Finanzierungsform Leasing wichtiger zu sein als für kleinere mit einem Umsatz von bis 10 Mio. EUR (2,3). Immerhin stuften 53 Prozent der großen Händler Leasing als sehr wichtig ein.

Statistische Angaben

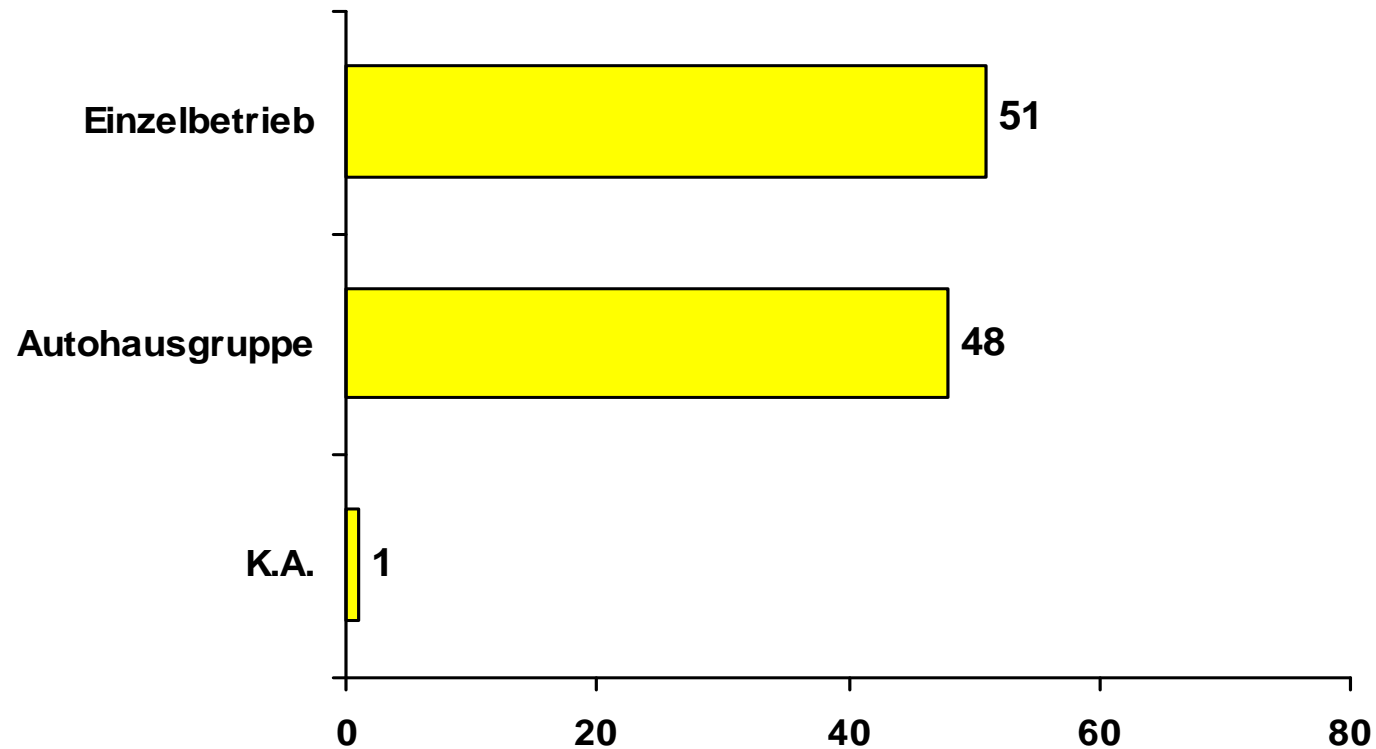
8.1 Welche Rechtsform hat Ihr Unternehmen?



Angaben in Prozent

Statistische Angaben

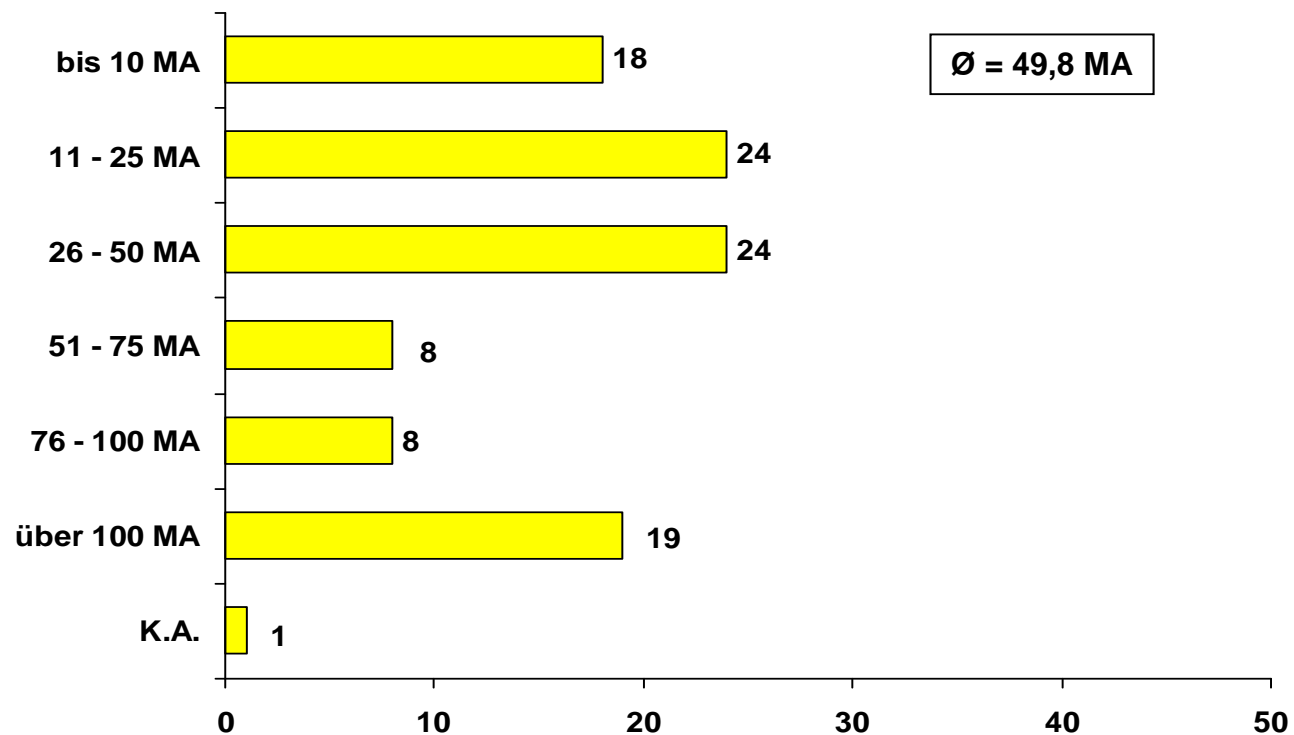
8.2 Handelt es sich bei Ihrem Unternehmen um einen Einzelbetrieb oder um eine Autohausgruppe?



Angaben in Prozent

Statistische Angaben

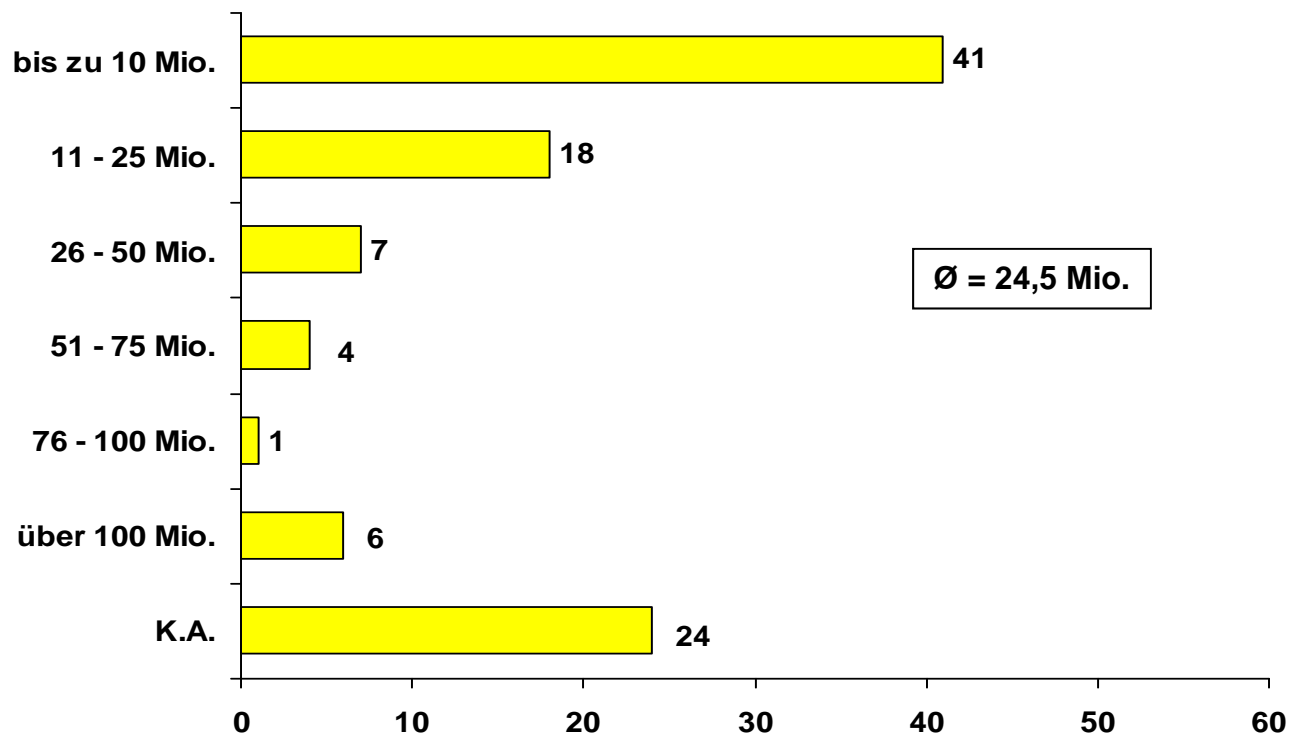
8.3 Wie viele Mitarbeiter arbeiten in Ihrem Unternehmen?



Angaben in Prozent

Statistische Angaben

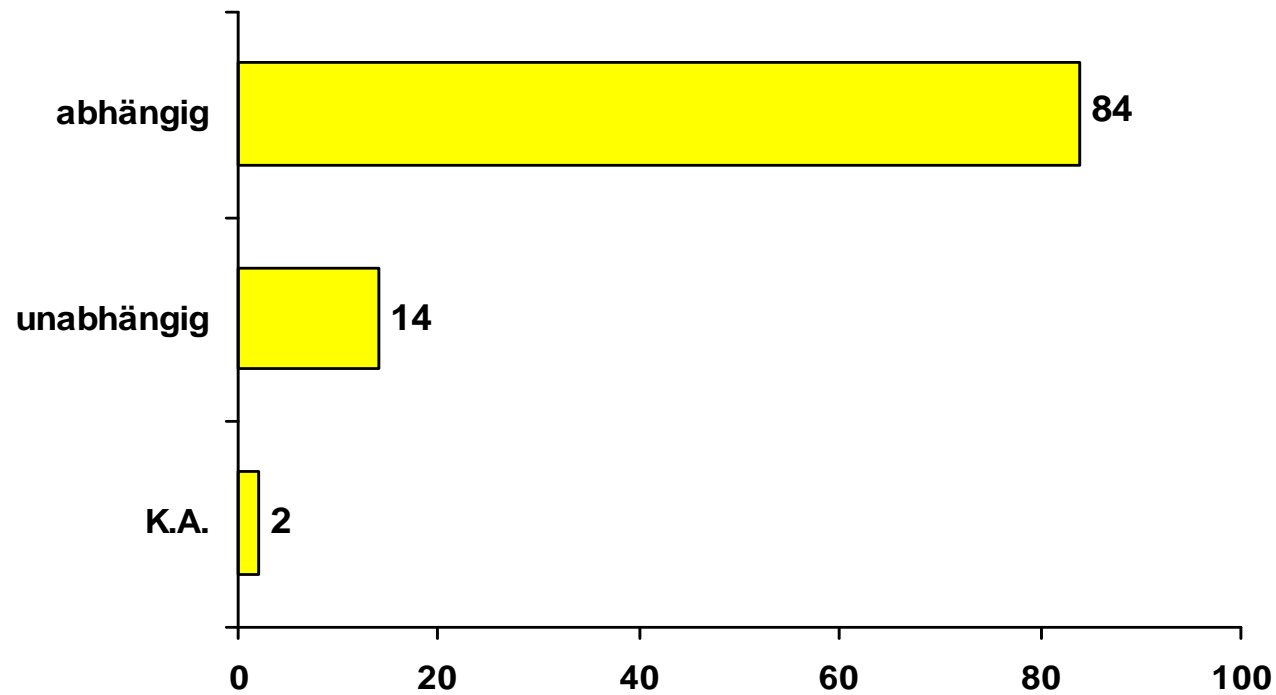
8.4 Wie hoch war der Jahresumsatz Ihres Unternehmens im abgelaufenen Geschäftsjahr 2009 in Mio. Euro?



Angaben in Prozent

Statistische Angaben

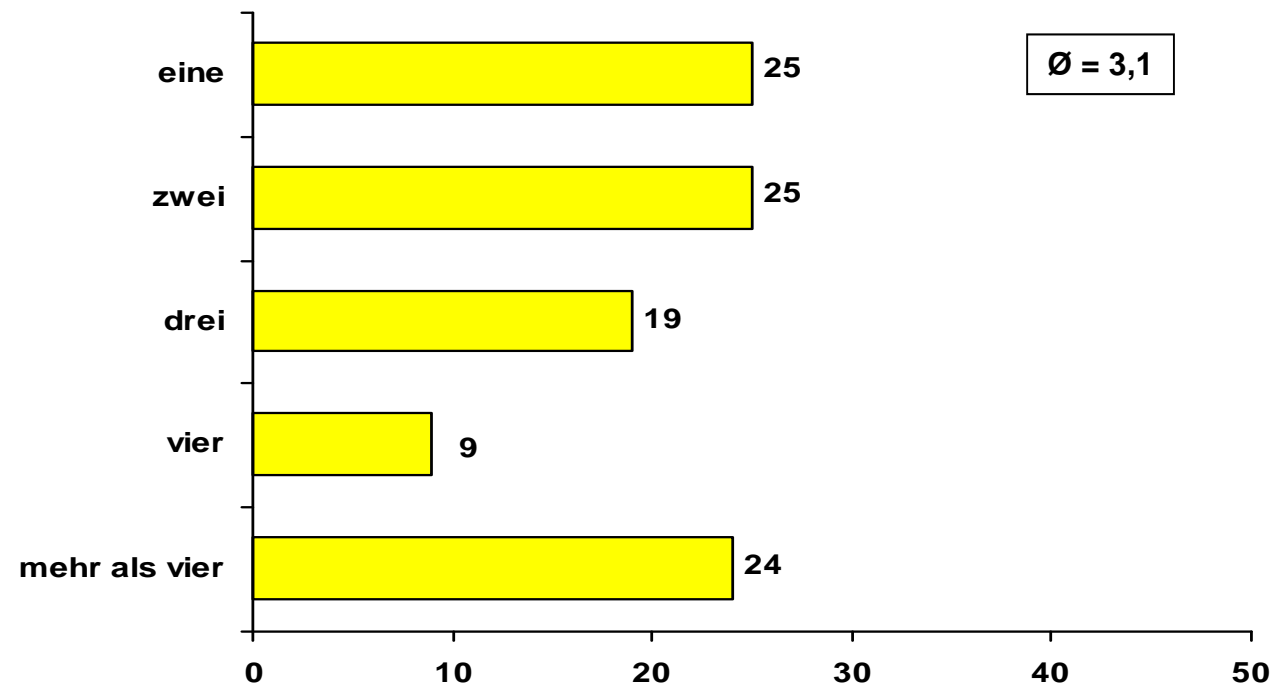
8.5 Betreiben Sie ein Herstellerabhängiges oder – unabhängiges Handelsgeschäft?



Angaben in Prozent

Statistische Angaben

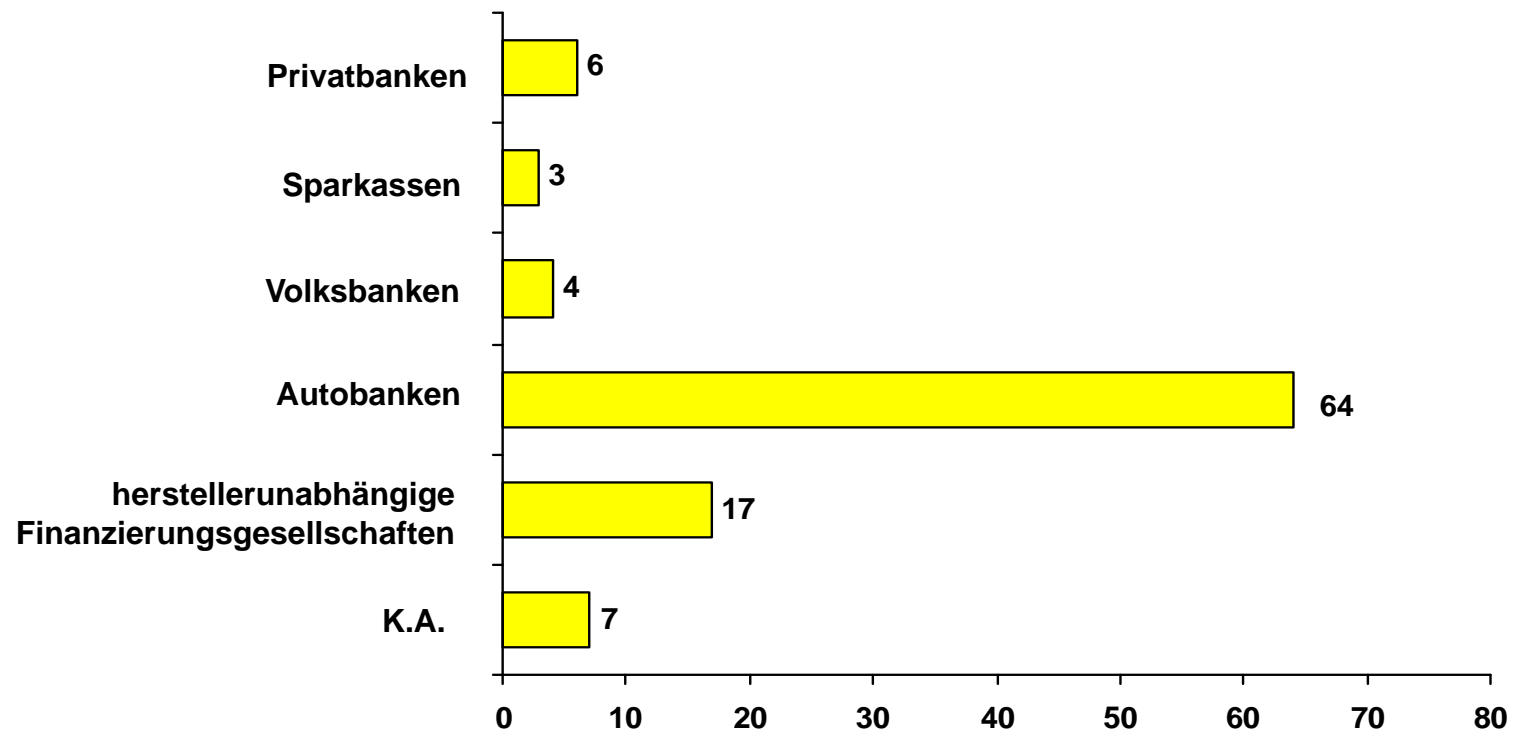
8.6 Wie viele Marken bieten Sie derzeit an?



Angaben in Prozent

Statistische Angaben

8.7 Mit welcher Finanzierungsgesellschaft arbeiten Sie derzeit am aktivsten zusammen?



Angaben in Prozent