

WEIHNACHTSANSPRACHE 2022

Strenge Friedenslektionen – frohe Weihnachten?

Corona und Lieferschwierigkeiten fordern uns seit zwei Jahren. Auch der Krieg in der Ukraine bestürzt uns. All dies erfordert im Autohausalltag mehr Solidarität und ein noch stärkeres „Wir-Gefühl“. Nachstehend ein Textvorschlag zu einer Weihnachts- oder Neujahrsveranstaltung.

von Prof. Hannes Brachat

Welche unvorstellbaren Veränderungen brachte das Jahr 2022 für uns alle: Europa im Krieg! Wir müssen mit dem Unbegreiflichen leben: Horror pur, Leid, sinnlose Zerstörung, Chaos, Gewalt! Und nun Energiekrieg und anhaltende Inflation mit den Folgen: Zinssteigerungen und Konsumentenzurückhaltung. Fügen wir noch Vertragsstornierungen aufgrund von Lieferengpässen oder E-Prämienwandlungen ab 2023 hinzu. Das alles gleicht einem großen Staubsauger, der einem jegliche Sicherheiten unter den Füßen wegzieht.

Wer in dieser Zeit all die Anforderungen vor sich sieht, die an die Politik gerichtet werden, wer all die Milliarden bezahlt, damit „You'll never walk alone“ gelingt, stellt fest, dass immer mehr der Staat und nicht mehr der Markt die Preise regelt. Ewige Subventionitis ist keine gesunde Zukunftsgestaltung. In diesem Jahr gilt es, mehr Flüchtlinge als 2015 zu integrieren. Und sie kamen nicht nur aus der Ukraine. Oder sehen wir die Aufwendungen für steigende Benzinpreise, die auf über zwei Euro pro Liter gestiegen sind. Die „Tankrabatt-Aktion“ vom 1. Juni bis Ende August sollte für Entlastung sorgen. Der Mindestlohn von zwölf Euro wurde ab 1. Oktober eingeführt. Das anstehende höhere Bürgergeld ab 2023. Schließlich soll sich Arbeiten lohnen! Dann der Gas- und Strompreisdeckel. Oder die Entlastung für Unternehmen, die noch aussteht. Immens, was hier in der Kürze der Zeit politisch zu leisten ist. Gleicht das nicht einer Überforderung?

Vieles geht zu langsam, zu viele sind zuständig, bei der Digitalisierung hinken wir hinterher. Wie lange dauert es noch, bis wir Neu- und Gebrauchtwagen per Internet

zulassen können? Es soll 2023 soweit sein. Bitte, eine Standardzertifizierung für ein neues Autohaus umfasst inzwischen 400 Seiten. Selbstbeschäftigung pur! Elon Musk hat es in Grünheide vorgemacht. Trotz 400 Einsprüchen wurde die Tesla-Giga Factory in Grünheide gebaut und am 21. März eröffnet. Geht doch! Die Frage ist nur, von wem? In Grünheide sollen nun jährlich 500.000 E-Fahrzeuge produziert werden. Das ist eine Kampfansage an die deutsche Automobilindustrie.

Die persönliche Kundenbeziehung

Wir verbringen inzwischen pro Tag mit allen Multitasking-Tätigkeiten gut zehn Stunden an Bildschirmen und digitalen Medien. Maßhalten lautet die eine Forderung. Die andere: Wir alle brauchen reales Erleben. Und das ist jeden Tag – ob im Verkauf oder Service – die große Chance in der persönlichen Begegnung, im Beziehungsmanagement, von Mensch zu Mensch, live im Autohaus. Kunden kaufen Marken, die Hersteller- wie die Händlermarke.

Ein Autofahrer gibt für seine autobezogene Mobilität im Laufe seines Lebens 377.000 Euro aus, macht pro Fahrzeug rund 84.000 Euro. Wir müssen uns als Händler immer wieder die Frage stellen, ob es uns gelingt, den Kunden und dem Hersteller einen Mehrwert zu bieten. Und hilft uns das, was wir tun, gemeinsam durch die Krise zu kommen?

Praktische Beispiele. Der Beratungsaufwand beim E-Autoverkauf hat es in sich, von Produkt und Probefahrt über die Wallbox bis hin zur Auto-Abo-Offerte. Ergo: Lassen Sie uns für unsere Kunden individuelle „Maßanzüge“ anfertigen. Wenn über das E-Auto die Werkstattaus-

lastung rückläufig sein wird, dann steht für unsere Serviceberater und Mechatroniker auf der Agenda: Wir machen jetzt schon jeden Werkstattbesuch für jeden Kunden zu einem persönlichen Erlebnis. Wir sollten dabei – auch in unserem Internetauftritt – unsere Leistungen, die wir in Sachen Umwelt und Klimaschutz erbringen, noch deutlicher artikulieren: Abfalltrennung, Gebrauchtwasseraufbereitung, LED-Lichter, eigene Stromerzeugung, E-Ladesäulen. Über den Weg der Digitalisierung und der damit verbundenen Prozessoptimierung schaffen wir das papierlose Autohaus. Welch ein Fortschritt! Damit das alles gelingt, werden wir das Wissen, Wollen und Können mit qualitativer Fortbildung intensivieren. Ich bitte Sie, sich daran aktiv zu beteiligen.

(Hier können Besonderheiten aus dem eigenen Unternehmen eingefügt werden.)

x

x

x

Neue Vertriebspolitik

Das neue Grundgesetz für den Automobilhandel, die GVO Nr. 2022/720, steht und wird die Branche substantiell bis 2034 begleiten. Für die echte und die unechte Agentur wurde darin Klarheit geschaffen. Ebenso für den Onlinevertrieb. Jetzt sind die bestehenden oder die neuen Händlerverträge binnen eines Jahres auf die neue GVO anzupassen. Die Vertriebspolitik der europäischen Hersteller wird künftig über das echte oder unechte Agenturgeschäft gestaltet. Die meisten asiatischen Importhersteller machen da (noch) nicht mit. Sie warten ab.

Die DNA des Handels verändert sich. Aus dem Preiswettbewerb wird künftig ein

Leistungswettbewerb. Die Frage ist, ob ich als dienstleistender Händler künftig der starke Partner für den Hersteller bin? Direkter Vertragspartner zum Kunden ist beim Agenturgeschäft künftig der Hersteller. Die Hersteller wollen über diesen Weg sowohl die Kundendaten als auch Vertriebskosten senken. Es ist in der Tat nicht nachvollziehbar, weshalb ein Käufer dasselbe Fahrzeug auf dem deutschen Markt mit bis zu 40 Prozent Preisunterschied erwerben kann. Aktueller Streitpunkt sind die Margen, die der Händler als Agent erhalten soll.

Schauen wir auf den aktuellen „Markenmonitor 2022“, so zeigt dieser gewaltige Risse im Fundament zwischen Hersteller/Importeur und Handel. Die Durchschnittsnote für die Händlerzufriedenheit liegt bei 3,6! Die höchste Händler-Unzufriedenheit seit 1994. Da ist noch viel guter Wille erforderlich, um künftig wieder auf eine zufriedenstellende Lösung zu kommen.

E-Auto und Verbrenner

Seit 27. Oktober 2022 ist klar, bis zum Jahr 2035 soll die CO₂-Emission neuer Autos und Lieferwagen auf null sinken. Neuwagen mit Verbrennungsmotor dürfen in den Mitgliedsstaaten nicht mehr zugelassen werden. In einem komplizierten Rechtsetzungsverfahren werden Ausnahmen für Autos vorgesehen, die ausschließlich mit klimaneutralem Kraftstoff betankt werden können. E-Fuels! Will man die CO₂-Einsparziele für das Jahr 2030 erreichen, sollte bis dorthin ein markanter Anteil der Autoflotte bereits elektrisch fahren. Von den 48 Millionen Pkw in Deutschland sollen 2030 15 Millionen

elektrisch sein. Das ist mehr als Optimismus! Zum 1. Juli 2022 stehen wir bei 756.000 reinen E-Autos und 684.100 Plug-in-Hybriden. Macht 1,44 Millionen. Da stehen bis 2030 also noch rund 13,5 Millionen aus.

Man nehme zur Kenntnis, dass die Stromer nicht billiger werden und aktuell an der oberen Skala der Preisliste angesiedelt sind, deutlich über Diesel-Niveau. Wo bleiben die bezahlbaren E-Einsteiger-Modelle? Es gibt gerade bei Flottenbetreibern hinsichtlich der Reichweite, der Ladeinfrastruktur und der fehlenden Langzeiterfahrung nach wie vor Vorbehalte. Und der Diesel ist (bei den Flotten) noch nicht abgeschrieben.

2030 werden weltweit maximal 35 Prozent der Fahrzeuge elektrisch sein. 65 Prozent werden weiterhin Verbrenner fahren – und diese dann woher beziehen? Man überlässt in vielen Ländern die Wahl des Antriebs den Kunden! Was unternimmt die Automobilindustrie für die weltweit 1,5 Milliarden Pkw mit Verbrennermotor, um diese CO₂-frei zu machen? Das gelingt mit E-Fuels. Man muss der Umwelt zuliebe auch den Bestand „trocken“ legen. Es sei angemerkt, dass auch Heizöl über E-Fuels CO₂-neutral gemacht werden kann.

Konjunkturperspektiven 2023

Schauen wir vorliegende Wirtschaftsprognosen für 2023 an, so kündigen diese eine Rezession an. Das ifo-Institut meint: „Das Bruttoinlandsprodukt wird in diesem Jahr noch um 1,6 Prozent zulegen und dann im kommenden Jahr um 0,3 Prozent schrumpfen. Die Inflationsrate wird in diesem Jahr

bei durchschnittlich 8,1 Prozent liegen und im kommenden Jahr auf 9,3 Prozent steigen. Ihren Höhepunkt wird sie voraussichtlich im ersten Quartal 2023 mit etwa elf Prozent erreichen. Erst 2024 wird eine Normalisierung mit 1,8 Prozent Wachstum und 2,4 Prozent erwartet.“

Wir schreiben aktuell die höchste Inflationsrate seit 1951. Die Bundesbank reagiert mit höheren Zinsen, um die Nachfrage zu bremsen. Welche Unternehmen werden diese Wandlungen überleben? Geht damit eine Gefährdung der Arbeitsplätze einher? Wer mental unter diesen Untergangsszenarien leidet, verschlimmert in Wahrheit alles. Die Prognostiker gehen für 2023 von einer Schrumpfung von 0,3 Prozent aus. 0,3 Prozent bedeuten keinen Weltuntergang. Die Rede ist dann von einer milden Rezession. Das bedeutet, die meisten Mitbürger haben weiterhin sichere Arbeitsplätze und damit gesicherte Einkommen. Das darf zuversichtlich stimmen!

Wer aber einen aktiven Beitrag zur Stärkung der Konjunktur leisten möchte, sollte unbedingt weiterhin besonnen konsumieren. Fände massives Angstsparen statt, könnte daraus eine massive Rezession werden. Sollte der Winter sehr kalt werden und mangelnde Energie zu Produktionsstopp führen, hätten wir abermals eine neue, besondere Situation. Die Gasspeicher sind allerdings gut gefüllt. Auch das darf zuversichtlich stimmen. Wenn Corona eingedämpft bleibt, die Lieferketten sich entzerren, wird es 2023 zu Ersatzbedarfsprozessen kommen, und 2,9 Millionen Pkw-Zulassungen sind – trotz allem Tohuwabohu – wirklich realistisch.

Hasenherzigkeit hilft niemandem. Es braucht gerade jetzt im Kundenkontakt Worte und Taten, die „wärmen“, aufmuntern, zuversichtlich stimmen. Das Produkt Auto hat weiterhin eine große Zukunft.

Spurensuche

Weihnachten findet aus gutem Grunde in der dunkelsten Jahreszeit statt. Ein chinesisches Sprichwort sagt: „Es ist besser, ein Licht anzuzünden, als über die Dunkelheit zu klagen.“ Sehen wir Optimismus als Lebenskraft, als eine Kraft der Hoffnung. Hoffnung macht den Menschen stärker als Angst. Glaube kann Berge versetzen. Ich verbinde das mit einem herzlichen Dank für die gemeinsame Gestaltung eines weiteren Ausnahmejahres. Stärken wir unser „Wir-Gefühl“ im Neuen Jahr 2023. Und das mit froher Zuversicht!



Foto: Hahn Edition/ bag mobil thiz 2021

Weihnachtskarte der Hahn Gruppe