



Der Monatskommentar zur Automobilbranche von Prof. Hannes Brachat.

## ❖ 1. Thema: Hintergründige Branchenwandlungen – Monatsanalyse

Hintergründig meint, es laufen Tag für Tag zahlreiche **Aktivitäten** in der Branche mehr oder weniger lautlos ab. Sie sorgen aber ganz subtil nach und nach für markante Marktveränderungen und sind dann plötzlich Realität. **Thomas Peckruhn**, seit 2017 Sprecher des deutschen Markenhandels und sein neuer ZDK-Adlatus, ein Mann mit dem Philosophennamen **(Christian) Hegel** – Der gebürtige Stuttgarter Philosoph (1770 - 1831) war der letzte Vertreter des deutschen **Idealismus** – haben sich aktuell zur Neupositionierung der **Fabrikatsverbände im ZDK** geäußert. Deutschen Vertriebs**idealismus** hat es allerdings bis heute nie gegeben. Automobile Vertriebspolitik wird wohl eine ewige Dauerspagaatdisziplin sein und bleiben. Man will künftig die großen Handelsthemen wie **Digitalen-Direktvertrieb** auch an freie Händler, **Mobilitätsangebote**, **Functions on demand**, etc. branchenwirksam offen artikulieren. Hoffentlich auch – wie im Folgekapitel aufgeführt – die kostendeckende Garantievergütung! Endlich wird durch die Peckruhn-Aussage dem Interesse der Fabrikatsverbände eine offene Tür zugewiesen. Es gibt fraglos Sachverhalte, die zunächst markenintern zu klären sind. Warum soll es aber zwischen den Markenverbänden nicht auch einen gesunden Wettbewerb geben? Welcher Markenverband stellt die wirkungsvollste Händlervertretung dar? In welchem Verband engagieren sich (noch) ehrenamtlich die besten Händler?

### Die neuen Besen wirken!

Ohne Frage, was in der neuen ZDK-Ära **Joswig-Scheel** bislang positiv angestoßen wurde ist beachtenswert. Der ZDK will künftig auch größere Handelsgruppen aktiv integrieren. Viele Händler sind aktuell ja der Auffassung, dass sie keinen Verband brauchen und sind von daher in den Innungen häufig nicht präsent. Sie wissen ihre Interessen selbst zu vertreten. Oder die Wandlung, dass diverse Online-Plattformen, Leasinganbieter oder auch SIXT als standardfreie Neuwagenmarkenhändler

präsentiert von



\* Coda

Die Coda fasst in einer musikalischen Komposition am Schluss deren kernige Charakterzüge zusammen.

# HB-Coda

aufzutreten. Sie alle und auch (große) Markenhändler mischen aktiv im (digitalen) Marktgeschehen mit.

## Zielgruppe: Die Großen!

STELLANTIS als Beispiel bearbeitet zurzeit gezielt große Händler-Gruppen und passt dabei immer wieder die (Margen-)Regelungen an. Diese können bei **Opel** auch mal im deutlich zweistelligen Bereich liegen. Im Klartext, auch die Großen drücken inzwischen ihre Zitronen wettbewerblich bis zum Letzten aus. Zu Lasten von wem? **Opel** setzt ferner die neuen Standards so hoch, dass Händler vielfach nach einem Käufer Ausschau halten. So verschlanken viele Hersteller sukzessive ihre Händlernetze. Ein „Großer“ legte aktuell offen, dass er 40 Übernahmeangebote von Händlern vorliegen habe. Er wollte wissen, ob eine große „Autohaus-Ansammlung“ für die Zukunft überhaupt sinnvoll sei? Die Übernahmeofferten seien allesamt keine Konkursbetriebe, sondern durchaus gesunde „Branchengewächse“. Die Folge: Die Händlerkonzentration schreitet fort!

## Händlerzufriedenheit – ahoi!

Es sei deutlich hervorgehoben, dass die Händlerzufriedenheitswerte im „Markenmonitor“ von Jahr zu Jahr schlechter ausfallen. Die Hersteller nehmen das offensichtlich in Kauf. Mit dem „Mittelstand“, dem „mittleren Stand“ kann man das ja machen. Bei den „Großen“ haben sie aufgrund deren Marktmacht dagegen ein geweitetes Toleranzspektrum. Trotz der Abwärtsbewegung der Händlerzufriedenheit quer über die meisten Marken finden die Herausgeber des „Markenmonitors“ Jahr für Jahr aus über 35 Einzelkriterien mühsam Gründe, um möglichst viele Marken wenigstens mit einer „Mini-Auszeichnung“ am Tag der Ergebnis-Präsentation zu beglücken. Wo bleibt die kritische Darstellung darüber, was aufgrund der festgestellten Werte dringlich verändert werden müsste? Wer keine Realitäten mehr sieht, betreibt Augenwischerei. Die völlig unzureichenden Beurteilungen vieler Marken belegen doch, dass hier auf allen Ebenen gezielt gespart wird. Zu Lasten der Qualität!

präsentiert von

# HB-Coda

## Personen machen das Geschäft!

Viele Entwicklungen gehen mit Personen einher. Das aktuellste Beispiel liefert **Jürgen Keller**. Da heißt die Presseverlautbarung: **AVAG**, nach Emil Frey zweitgrößte Handelsgruppe in Deutschland, holt Jürgen Keller in den Vorstand. Keller ist eigentlich ein erfahrenes Opel-Urgewächs, war dort zuletzt Deutschlandchef und wechselte dann zum 1. Juli 2019 als Geschäftsführer zu Hyundai Deutschland. Ende Dezember 2023 verließ er – aus welchen Gründen auch immer – Hyundai. Nach seiner „Herstellerzeit“ landet Jürgen Keller nun im Handel. Somit wechselt ein Insider von Opel und Hyundai nun in die Handelswelt der AVAG. Dort sitzt im Aufsichtsrat als Kollege auch der frühere Opel-Vertriebsvorstand **Peter Küspert**, der zuvor Top-Manager bei MB war und sicher nun auch beim Neuerwerb einer MB-Niederlassung für die AVAG dienlich sein kann. Man muss ja in der MB-Zentrale überlegen, wie man die Niederlassung München von der Niederlassung Augsburg zu trennen gedenkt. Im Aufsichtsrat der AVAG sitzt ferner inzwischen auch **Jürgen Stackmann**, Ex-Vertriebsvorstand von VW und ehemaliger Seat-Vorstandsvorsitzender. Er baut mit persönlichen Verbindungen nützliche Brücken zu den 12 Marken im VW-Konzern. Die AVAG kauft also gezielt Industrieerfahrung ein. Erfahrene Top-Manager der Automobilindustrie gestalten somit ihr Berufsfinale im Automobilhandel! Das sollte mancher Hersteller-Manager in seiner aktiven Herstellerzeit bedenken! Herstellermanager waren und sind es ja gewohnt, das Geld Dritter zu verteilen. Im professionellen Handel besteht aber die große Kunst darin, das Geld zusammen zu halten. Das ist eine andere Welt!

## AVAG - Vertriebsaktivitäten

Die **AVAG** tritt ja nicht nur über ihre 47 innerdeutschen Handelsstandorte auf, sondern offeriert - wie hier bei ELN oder bei der Altenpflege Leitmesse 2024 in Essen alle 31 vertretenen Marken auch für den freien, überregionalen, internationalen Handel unter dem AVAG-Dach **Flottenzentrum EU**.

Die Markenhändler ohne Vertriebsvertrag oder freie Händler finden hier eine geneigte Bezugsadresse. Das gelingt – hier am Beispiel AVAG - über die Hersteller-Diktion: Zulassen, Abmelden, Zulassen, Abmelden. Menge, Menge und nochmals Menge. Gleich über welchen Kanal! Die AVAG offeriert ferner den **AVAG-**

präsentiert von

# HB-Coda

**Versicherungsdienst**, eine händlerreigene **Garantieversicherung**, ein eigenes **Auto-Abo**, „sorglos günstig fahren“ oder die für alle Händler zugängliche Online-Plattform „**alles.auto**“!



Quelle: ELN  
Abb.: AVAG auf der ELN-Messe  
Nürburgring – 8. März 2024



Quelle: AVAG  
Abb.: Die händlerreigene AVAG-Garantie mit  
unterschiedlicher Laufzeit

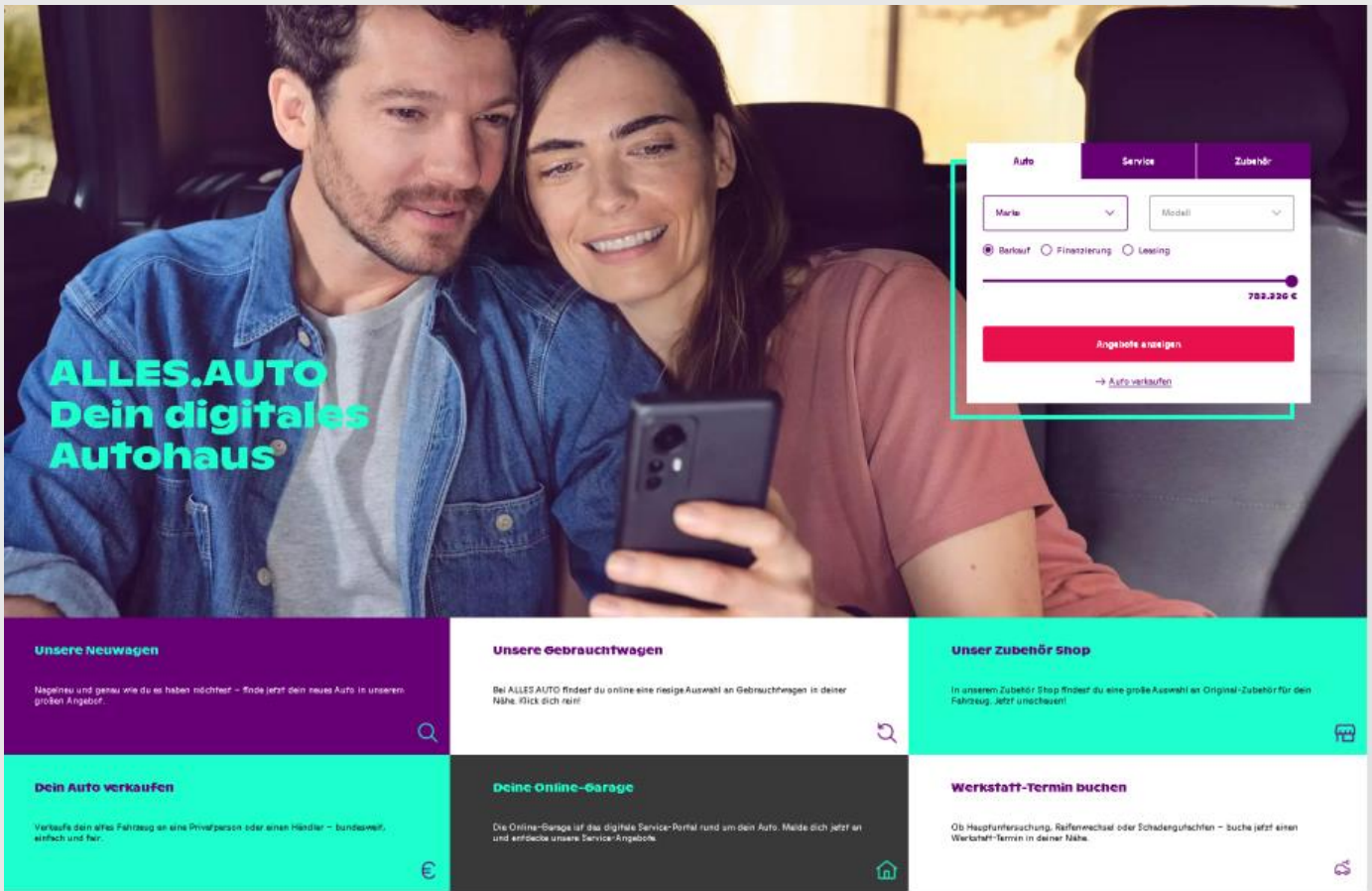


Quelle: [www.sorglos-guenstig-fahren.com](http://www.sorglos-guenstig-fahren.com)

präsentiert von



# HB-Coda



Quelle: www.alles.auto

Abb.: Die AVAG hat mit ALLES.AUTO eine Online-Plattform für Autohändler aufgelegt, die jedem Händler die Möglichkeit bietet, ein digitales Autohaus zu werden, im Neu- wie im Gebrauchtwagenverkauf, Zubehörshop, Werkstatt-Terminbuchung u. a.

## E-Auto-Zurückhaltung

Im **Marktgeschehen** der ersten vier Monate ist festzuhalten, dass bei den E-Autos spürbare Zurückhaltung vorliegt, was nichts an der Notwendigkeit für Klimaaktivitäten ändert. Die chinesischen Importeure üben. Nicht nur in der Preispolitik, sondern auch mit der Marktakzeptanz. Auch Tesla kommt in der Realität an. Es ist ratsam, weiter auf Sicht zu fahren.

\*\*\*\*\*

präsentiert von

## ❖ 2. Thema: Das Minimum: Kostendeckende NW-Garantie

Diese Forderung entspringt nicht einer autogewerblichen Fantasie, sondern wurde per höchstrichterlichem Urteil so entschieden!

**„Nicht kostendeckende Stundenverrechnungssätze sind verboten!“**

Wenn der ZDK wirklich Sicht- und Spürbares für seine Mitgliedsbetriebe bewirken möchte, sollte in Sachen NW-Garantievergütung und Garantiebedingungen tiefer gepflegt werden. Hauptverantwortlich im ZDK dafür ist Vizepräsident **Thomas Peckruhn**, der Sprecher des Deutschen Automobilhandels. Und der Neue für diesen Fachbereich, ZDK-Geschäftsführer **Christian Hegel**. Die Thematik hat auch Folgewirkung für Freie Werkstätten. Damit steht auch **Detlef Peter Grün**, ebenso ZDK-Vizepräsident und Bundesinnungsmeister in der unmittelbaren Verantwortung für die praktische Umsetzung der höchstrichterlichen Entscheidung!

### **Wien hat gesprochen!**

Das **Wiener Kartellgericht** hat 2020 einen gigantischen Branchendurchbruch erzielt, **europäisches Kartellrecht** zum Ansatz gebracht und entschieden: **Nicht kostendeckende Stundenverrechnungssätze sind verboten**. Der Handlingaufschlag für Garantieteile muss ebenso kostendeckend sein. Ein übertriebenes **Garantiekontrollsystem** ist untersagt. Das war die Verlautbarung Kartellgericht Wien, 1. Instanz. Der **Oberste Gerichtshof** hat dann in Folge als Kartellobergericht mit Beschluss vom **17. Februar 2021** (16 Ok 4/20d) die Inhalte aus dem Urteil der 1. Instanz weitgehend bestätigt und der österreichischen Generalimporteurin für Neufahrzeuge und Originalersatzteile der Marke **Peugeot** obendrein zusätzlich die Abstellung des Missbrauchs einer marktbeherrschenden Stellung rechtskräftig aufgetragen.

Speziell die Thematik der unzureichenden Vergütung von Gewährleistungs- und Garantiearbeiten ist ein Thema, das Vertragswerkstätten (aller Marken) wirtschaftlich stark belastet. Auch Freie Werkstätten. Nach vorliegenden Brancheninformationen ist es auch im Gefolge der Entscheidung des KOG (KommAustria-Gesetz) bis heute in der österreichischen Peugeot-Organisation zu

präsentiert von

# HB-Coda

keiner Verbesserung der Situation gekommen. Die Konsequenz wird eine Geldbuße für Peugeot sein. Was hat der **ZDK** inklusive der **Fabrikatsverbände** aus dem Urteil bislang unternommen? Wie sind bzw. werden die festgestellten Inhalte des Obersten Gerichtshofes Wien in die (neuen) Händlerverträge übernommen?

## Grundsätzliche Anmerkungen

Der **VW-Konzern** verkauft pro Jahr rund 9 Mio. Pkw. Die VW-Neuwagengarantie ist auf zwei Jahre bemessen. Für weltweit 18 Mio. garantiegesicherte Neuwagen fallen pro Tag mit Sicherheit Garantieanträge in fünfstelliger Größenordnung an. Separat fällt eine gehörige Anzahl an Kulanzanträgen an. Das sind gigantische Volumina. Es hat seinen Grund, weshalb die Hersteller ihre **Rückstellungen für Garantie- und Kulanzleistungen** in ihren Geschäftsberichten nicht offen ausweisen. Es besteht sicher Einigkeit zwischen Hersteller und Handel, dass hier eine Minimierung der Garantie- und Kulanzkosten im Fokus steht. Nachweislich minimieren allerdings einige Hersteller ganz gezielt die Zeitvorgaben, um sich schadlos zu halten. Wer einen Diagnoseaufwand bei der Fehlersuche hat, muss diesen kostendeckend vergütet bekommen. **Der Handel verdient an den Garantien nichts.** Im Gegenteil! Wie groß ist erst die Freude, wenn dann „Grauimporte“ oder über andere Kanäle erworbene Neuwagen zur Garantie im eigenen Autohaus eintreffen?

## Garantie-Abwicklungsprocedere – Vergütung

Wer mit Garantieantragstellern spricht stellt da je nach Marke unterschiedliche „Abwicklungszustände“ fest. Es wäre Aufgabe des ZDK, jährlich einen „**Neuwagen-Garantie-Report**“ zu erstellen, der die formellen und monetären Unterschiede pro Marke herausarbeitet und der Branche zugänglich macht. Warum sollen solche Inhalte geheim gehalten werden? Wer anständige Arbeit leistet, hat ja nichts zu verbergen.

Das gilt auch für **Garantierevisionen** in Händlerbetrieben. Das oberste Kartellgericht in Wien hat dazu bereits am 12.5.2020 entschieden, dass übertriebene Garantiekontrollsysteme untersagt sind. Praktisches Beispiel: Gelegentlich marschieren sechs Mann zur Revision im Händlerbetrieb ein. Wehe, es fehlt da bei einem Antrag ein Datum oder eine Unterschrift. Das ist dann keine

präsentiert von

# HB-Coda

Revision, sondern ein gezielter formeller Racheakt gegen den Händler. Die Erstellung eines solchen jährlichen **ZDK-Reports** könnte z. B. für überschaubares Geld über eine Projektgruppe an einer Hochschule für Automobilwirtschaft erstellt werden.

## Garantiearten und zeitliche Garantiedimensionen

Die Neuwagengarantie ist das eine. Es gibt dann die Garantie-Erweiterung durch Lackgarantie (2 - 3 Jahre), Garantie gegen Durchrostung (8 - 12 Jahre), Garantie auf E-Antriebskomponenten (3 - 8 Jahre), Hochvoltbatterie (BEV und PHEV) 8 Jahre bzw. 160.000 km.

Die **klassische Neuwagengarantie** liegt bei Tesla bei 4 Jahren, bei Aways bei **5 Jahren**, ebenso bei Hyundai, Mitsubishi, Nio, Ora, Subaru. Bei Kia **7 Jahre**, ebenso bei MG, SsangYong (jetzt: KGM), Mazda **6 Jahre** und beim vietnamesischen Hersteller VinFast bei **10 Jahren** bzw. 200.000 km. Man staune, Premium-Marken wie MB, Audi und Porsche dümpeln mit zwei Jahren dahin. **BMW** begnügt sich mit einer dreijährigen **Gewährleistung** und bezeichnet das auch noch premiumhaft als „BMW-Qualitätsbrief“! Nochmals: **Vietnam 10 Jahre, Deutsche Premium 2 Jahre!** Wie peinlich!

Das Autogewerbe wird 2024 und 2025 bei der Rendite überschaubare Dimensionen einfahren. Bei der NW-Garantievergütung werden dem Autogewerbe ganz gezielt Millionenbeträge entzogen. Wo bleibt der geschlossene Aufstand der Fabrikatsverbände? Es wird der Tag kommen, an dem die Garantieanträge über KI automatisch erstellt werden. Wer da wohl die künstliche Intelligenz inhaltlich kostendeckend prägen wird!?

\*\*\*\*\*

präsentiert von





## ❖ 3. Bürokratieentlastungsgesetz für das Auto-Gewerbe

Das **4. Bürokratieentlastungsgesetz** nimmt gegenwärtig seine letzten parlamentarischen Hürden. Der **ZDK** hat dazu einen Forderungskatalog mit 35 Einzelmaßnahmen vorgelegt (*den Forderungskatalog können Sie [hier](#) über einen externen Link abrufen*). Eine erfreuliche Detailarbeit. Bei deren Durchsicht hat man bei den meisten Maßnahmen den Eindruck, dass es gar nicht auffallen würde, wenn man sie ersatzlos streichen würde!

Zwei Beispiele zeigen, dass die Forderung zur Bürokratieentlastung allein nicht ausreichend ist. Was hat bzw. unternimmt der ZDK konkret bei den politischen Entscheidungsträgern in Berlin, um beispielsweise die völlig überzogene **Pkw-EnVKV** (Energieverbrauchs-kennzeichnungsverordnung) auf vernünftige Regelungen zu reduzieren und das Abmahnunwesen aus uninteressant zu machen! Mit den Herstellern ist zu verhandeln, dass die Energieverbrauchsauszeichnung bei der jeweiligen **Neuwagenzustellung** beiliegt oder zumindest digital dem jeweiligen Autohaus übermittelt wird.

Was unternimmt der ZDK zur Anhebung der „**Geringwertigen Wirtschaftsgüter**“ (§ 6 Abs. 2 EStG) von 800 € auf 1.200 € und zur Anpassung der 20 Jahre alten **AfA-Tabellen** inkl. der Wiedereinführung der **degressiven AfA**? Beide Maßnahmen betreffen den gesamten Mittelstand inkl. der steuerberatenden Berufe. Die 800 € für die Sofortabschreibung der geringwertigen Wirtschaftsgüter gilt seit 1.1.2018. Wo bleibt der geschlossene Auftritt der mittelständischen Verbände?

\*\*\*\*\*

### Spruch des Monats:

*„Mitspracherecht ist Mitsprachepflicht!“*

Beste Grüße und Wünsche zum schönsten Monat im Jahr

Ihr

Prof. Hannes Brachat

AUTOHAUS-Herausgeber (1993 - 2023)

präsentiert von