

# Perspektiven und Trends am Automobilmarkt

Statements von Günther Kerle, Geschäftsführer von Mazda in Österreich, anlässlich der Vienna Autoshow 2016.

## Wirtschaftliche Aussichten für den Autohandel in 2016...

Signifikantes wirtschaftliches Wachstum wird es in Österreich auch 2016 nicht geben. Im Autohandel sind deswegen ebenfalls keine Veränderungen zu erwarten. Rund 305.000 Neuzulassungen – so lautet unsere Prognose fürs kommende Jahr. Die kleinen SUVs gewinnen weiter an Marktanteil – auf Kosten der traditionellen Kleinwagen. Kunden bleiben zwar im selben Größen-Segment, bevorzugen aber das SUV wegen des Designs und der erhöhten Sitzposition.

## Die Ziele von Mazda für 2016...

10.000 Neuzulassungen und damit einen Marktanteil von zirka 3,4 Prozent – das peilen wir mit Mazda im kommenden Jahr in Österreich an. Unser Vorteil liegt in der brandneuen Modellpalette, die mit CX-3, Mazda3 und CX-5 gleich mehrere lukrative Bestseller umfasst. Eine Herausforderung bleibt die begrenzte Verfügbarkeit. Denn die Mazda-Werke können mit der weltweiten Nachfrage kaum Schritt halten. Weil das Angebot an Mazda-Neufahrzeugen in Österreich also limitiert ist, haben wir weiterhin keinen Grund, bei Rabattschlachten oder Tageszulassungs-Kampagnen mitzumachen.

## Die Auto-Kunden von heute...

Der Preis allein ist oft gar nicht ausschlaggebend, sonst wäre ja eine Marke wie Audi nicht erfolgreich. Kunden suchen weiterhin auch den persönlichen Draht zum Autohaus. Gerade deshalb setzen wir den Schwerpunkt und trainieren Mazda-Verkäufer auf Kundenservice. Natürlich wächst parallel die Bedeutung des Internets auch im Neuwagenhandel. Kunden informieren sich und vergleichen. Marktschreier im Stil von *Autogott* präsentieren online Angebote, die dann in der Realität nur sehr eingeschränkt gelten. Künftig wird wichtig sein, dass Hersteller und Importeure ihre eigenen eCommerce-Auftritte forcieren – und bei Kunden mit Seriosität punkten.

## Österreich braucht Autos...

Österreich hat wenige echte urbane Zonen und ist deshalb auch schlecht durch öffentliche Verkehrsmittel erschlossen. Speziell die Bevölkerung am Land kann davon ein Lied singen.

Alternative Modelle wie Carsharing kommen außerhalb der Wiener City auch nicht ins Laufen. Deshalb wird der Individualverkehr weiterhin einen hohen Stellenwert haben.

### **Weniger NoVA-Bonus und höhere Dienstwagen-Besteuerung ab 2016...**

Mit beiden Maßnahmen schlägt die Regierung den falschen Weg ein. Autos werden dadurch länger gefahren. Der Umstieg auf einen neuen abgasärmeren Neu- oder Dienstwagen verzögert sich. Für den Fiskus werden die erhofften Steuereinnahmen also ausbleiben. Für die Autofahrer wird es trotzdem teurer. Eine Lose-Lose-Situation.

### **Vom Verkäufer zum Mobilitätsdienstleister...**

Für Kunden wird die Nutzung des Autos im Vordergrund stehen – nicht der Besitz. Kunden werden ihr Auto immer öfter mieten – nicht kurzfristig à la Carsharing, sondern über längere Zeiträume von zwei, drei Jahren. Damit wird sich auch die Rolle des Händlers verändern. Händler müssen sich zu Mobilitätsdienstleistern entwickeln, die Autos zu einer Alles-inklusive-Pauschale bereitstellen. Dadurch tritt man zwar in gewisse Konkurrenz zu den Autovermietern, hat aber klare Vorteile. Konkret: Mazda hat 120 Outlets in ganz Österreich, auch überall am Land. Sixt und Co. sind nur in den Stadtzentren und an Flughäfen. Und Autohäuser können im Gegensatz zu Vermietern an Ort und Stelle auch servicieren, reparieren und wiederverkaufen. Vom Autoverkauf allein wird man in Zukunft jedenfalls nicht mehr leben können – weder als Händler, noch als Importeur. Die Umsatzrendite liegt schon jetzt oft zu niedrig.

### **Auswirkungen der VW-Causa auf den Automarkt...**

Bis jetzt gibt es keine Anzeichen dafür, dass sich die Causa auf die Kauflust der Kunden auswirkt. Die Stimmen der Autogegner haben allerdings leider durchaus an Lautstärke gewonnen. Wenn dabei zeitgemäße Normen und Tests verlangt werden, dann deckt sich das auch mit Forderungen von Mazda und anderen Herstellern. Wenn die Normwerte näher an der Praxis und somit höher liegen, ist allerdings eines zu befürchten: Die Steuern und Abgaben werden gleichermaßen steigen. Sprich: Die Kunden zahlen drauf, und der Fiskus freut sich. Deshalb verstehe ich nicht ganz, warum speziell einige Konsumentenschutzorganisationen blindlings nur auf die Einführung der neuen Normmessung pochen.

## 35 Jahre Autohandel im Zeitraffer

**Günther Kerle geht 2016 als Geschäftsführer von Mazda Austria in Pension. Er hat dann 35 Jahre Erfahrung im Autohandel und bei Mazda gesammelt. In seiner Ära hat Mazda Austria insgesamt 690.000 Fahrzeuge verkauft – 140.000 davon in Südosteuropa. In den letzten Jahren steigerte er als Geschäftsführer die Mazda-Verkäufe in Österreich auf 10.000 Autos pro Jahr und den Marktanteil auf 3,2 Prozent. In folgenden Statements fasst er seine erfolgreiche Karriere zusammen.**

### **1980er – Boom...**

Händler mussten in den 80er-Jahren oft nicht einmal vom Schreibtisch aufstehen, um ein Auto zu verkaufen. Die Nachfrage war groß, das Angebot überschaubar. Es gab ja grundsätzlich viel weniger Modelle am Markt. Mazda hatte allein mit 323 und 626 ausgedient. 1983, als der 323 neu kam, brauchten wir ein ganzes Jahr, nur um die erste Welle an Kaufverträgen auszuliefern. Autos wurden zugeteilt, nicht angeboten. Rabatte waren überhaupt kein Thema. Die deutschen Marken konnten mit den Japanern in puncto Ausstattungsfülle und Qualität nicht mithalten.

Händler, die anfänglich meist nur Werkstätten und Tankstellen mit angeschlossenem Neuwagenverkauf waren, profitierten vom Boom. Weil die Verkaufszahlen rasant wuchsen und man mit dem Ausliefern kaum nachkam, konzentrierten sich die Händler zunehmend nur auf eine einzige Marke. Mehrmarkenbetriebe kamen aus der Mode. 1990 waren neun von zehn Mazda Händlern schließlich Exklusivbetriebe.

### **1990er – Bust...**

Als die europäischen Marken in den 90ern mit dem Dieselmotor konterten, haben die Japaner erst einmal nicht reagiert. Denn der Diesel war in Japan als gesundheitsschädlicher Stinker verschrien. In der Folge halbierten sich natürlich prompt die Zulassungen japanischer Marken. Interessant war, dass der Rückgang auf das Händlernetz kaum negative Auswirkungen hatte – im Gegenteil. Viele liefen die Jahre vorher ohnehin über dem Limit – allein die Menge an Eintauschwagen, die von den Kunden zurück kam, überforderte viele. Nun konnten sie konsolidieren.

Das größere Problem waren Ende der 90er die zahlreichen Generationswechsel und Betriebsübergaben. Viele davon waren schlecht vorbereitet und gingen schief. Jene, die es geschafft haben, zählen bis heute allerdings zu den mustergültigsten und erfolgreichsten Autohäusern.

**Ein persönliches Karriere-Highlight nach 35 Jahren im Geschäft...**

Den Mazda-Start in Slowenien und Kroatien zu managen, hat großen Spaß gemacht. Als Österreicher sind wir mit offenen Armen empfangen worden – nicht nur in wirtschaftlicher Hinsicht, sondern auch kulturell. Bewusst haben wir uns damals von den ehemaligen staatliche Betrieben und der damit oft verbundenen Schattenwirtschaft abgewandt. Und bewusst haben wir stattdessen junge, mutige Unternehmer gesucht. Im Nachhinein betrachtet haben wir dort eine wilde und erfolgreiche Start-Up-Zeit erlebt – etwas nicht Alltägliches in der etablierten Autobranche. Unser Geschäft in SEE hat den hohen Stellenwert des Klagenfurter Standortes im internationalen Mazda Konzern jedenfalls nachhaltig zementiert.

**Top 10 der Mazda Modelle**

**Verkauft durch Mazda Austria**

**Ära Günther Kerle – 1981 bis heute**

1.	323	210.500
2.	626	129.300
3.	Mazda3	73.100
4.	Mazda6	68.000
5.	Mazda2	56.400
6.	121	25.900
7.	Mazda5	24.100
8.	Premacy	15.500
9.	Mazda CX-5	17.600
10.	Demio	10.200

Insgesamt wurden in der Zeit von Günther Kerle bei Mazda Austria 690.000 Fahrzeuge verkauft – 140.000 davon in Südosteuropa.

+++

Klagenfurt, 12. Jänner 2016