



Unter dem Titel: „Der Aftermarket im Wandel: Quo Vadis?“ zeichnete Eckhard Brandenburg, Senior Consultant der BBE Automotive GmbH, auf dem 15. Kölner Aftersales Forum in Köln eine Situationsbetrachtung zum Kfz-ServiceMarkt in Deutschland auf. Foto: Rimm

Veränderungen im Servicemarkt

Unter dem Motto „Der Aftermarket für Pkw-Komponenten, Erfolgsstrategien zwischen Wettbewerbsintensivierung und verändertem Mobilitäts- und Wartungsverhalten“ fand das diesjährige 15. Kölner Aftersales Forum – BBE Automotive 2014 statt. Eine Situationsbetrachtung zum Kfz-ServiceMarkt in Deutschland.

Das Jahr 2013 war für die Kfz-Branche ein insgesamt durchwachsendes Jahr mit insgesamt 2,95 Millionen Pkw-Neuzulassungen im Automobilmarkt. Auch wenn dabei rund 130.000 Zulassungen (minus 4,2 Prozent) weniger als im Jahr 2012 zu verbuchen waren, konnte der für das automobiler Aftersales-Geschäft zentrale Fahrzeugbestand um ein Prozent auf 43,85 Millionen Pkw zulegen. In absoluten Zahlen quantifiziert entspricht das einem Zuwachs von über 420 Tausend potenziell zu wartenden oder reparierenden Fahrzeugen. Insgesamt ist der Bestand in den letzten neun Jahren um 9,1 Prozent gestiegen. Auch das durchschnittliche Fahrzeugalter steigt weiter und hat 2013 bei 8,8 Jahren gelegen. Dabei sind rund dreiviertel des Pkw-Bestandes fünf Jahre und älter. Über 60 Prozent sind sieben Jahre und älter, also gute Voraussetzungen für den freien Kfz-ServiceMarkt.

Die Instandhaltungskosten sind im vergangenen Jahr fast doppelt so stark

gestiegen wie die Lebenshaltungskosten, wobei die Autokosten sich insgesamt etwas reduziert haben. Demzufolge ist die Zahl der veranlassten Arbeiten in 2013 um 0,4 Prozent gesunken, also rund 300.000 Jobs weniger. Auf den Zeitraum von 2008 bis 2013 hochgerechnet ist der Pkw-Bestand zwar um 6,1 Prozent, beziehungsweise 2,35 Millionen Pkw gewachsen, die Zahl der veranlassten Werkstattarbeiten (Jobs) um 1,8 Prozent, also 1,5 Millionen Jobs gesunken, machte man auf der diesjährigen BBE-Tagung deutlich. Die Lage im Automobil- und Reparatur- sowie Wartungsmarkt bleibt somit gespannt. „In diesem Jahr planen zwar 17 Prozent der Autofahrer mehr fürs Auto, sprich Autowerkstatt, auszugeben, jedoch jeder fünfte plant Einsparungen. Wie im Vorjahr will ein Viertel der Autofahrer nicht unbedingt notwendige Reparaturen verschieben“, führte Eckhard Brandenburg, Senior Consultant der BBE Automotive GmbH in Köln aus. Etwa 31,1 Milliarden Euro jährlich umfasste seinen Worten zu Folge das Gesamtmarktvo-

lumen inklusive Lohnerlöse im Kfz Gesamtmarkt im Jahr 2012 in Deutschland, wovon der Teilemarkt, separat betrachtet, mit rund 12,57 Milliarden Euro verbuchen konnte. Im Kfz-Reparaturmarkt standen sich in Deutschland im Vorjahr rund 17.500 vertragsgebundene Markenwerkstätten und 21.000 freie Werkstätten gegenüber. Dabei hat sich die Anzahl der Autohäuser in der Zeit von 2002 bis 2013 um 19,6 Prozent verringert. Im Jahr 2020 prognostiziert man BBE nur noch 15.000. Demgegenüber ist der Anteil freier Werkstätten von 2012 zu 2013 um 3,5 Prozent gestiegen.

Der Wind wird immer rauer

Trotz positiver Bestandsentwicklung wird der Wettbewerb um den Teile-, Zubehör-, Reifen- und Servicekunden immer intensiver, wodurch die Margen zunehmend unter Druck geraten. So neigen viele Autofahrer bei erforderlichen Wartungen und Reparaturen dazu, nach günstigen Anbietern und Komplettangeboten zu

„Der Aftermarket ist im Wandel. Der Wettbewerb um den Teile-, Zubehör-, Reifen- und Servicekunden wird immer intensiver.“

Eckhard Brandenburg

Langfristig gesehen wird die Zahl marken- gebundener Kfz-Betriebe weiter zurückgehen und die Zahl freier Werkstätten ansteigen.

Foto: Kaiser



suchen und Preisvergleiche anzustellen. Dabei spielen Onlineanbieter beziehungsweise Werkstattportale mit ihren Möglichkeiten eine immer bedeutendere Rolle. Der Verdrängungswettbewerb im Service- und Reparaturgeschäft rund um das ältere Auto ist in vollem Gange. Nachdem die Autohersteller jahrelang das Wartungs- und Reparaturgeschäft bei Fahrzeugen älter als drei Jahre vernachlässigt haben, konzentrieren sie sich jetzt gezielt darauf, ältere Autos in ihre Vertragswerkstätten zu lotsen. Hier kann der gebundene Markt, spricht die Vertragswerkstätten, mit der vollen Unterstützung durch ihre Automobilhersteller mittels verschiedenster kundenbindender Maßnahmen erhebliche Vorteile gegenüber den freien Werkstätten verbuchen. Dabei intensivieren die Fahrzeughersteller/-importeure ihre Kundenbindungs-/Kundenrückgewinnungsmaßnahmen durch Garantieverlängerungen und Service-Flatrates und bieten wettbewerbsorientierte, sprich zeitwertgerechte Teile- und Reparaturpreise zum Teil in Form von zweiten Teile- und Servicelinien an. Gleichzeitig forcieren sie ihre Aktivitäten, Originalersatzteile an freie Werkstätten zu verkaufen, um die eigene Position zu optimieren.

Die freien Werkstattketten und Werkstattssysteme wiederum strecken ihre Fühler ins Segment der jungen Fahrzeuge aus und versuchen, durch Qualifizierungsoffensiven sich auch das Flotten-Service-/Großkundengeschäft zu erschließen. Rund fünf Millionen Fahr-

zeuge sind mittlerweile in gewerblicher Hand. Die Verlagerung im Neuwagengeschäft weg vom Privatkunden hin zum gewerblichen hat auch Konsequenzen für das Aftermarket-Geschäft. Die damit verbundenen Fahrzeugpools schieben sich als sogenannte Intermediäre zwischen den Endkunden, beziehungsweise Nutzer und der Werkstatt. Diese Intermediäre wie etwa Versicherungen, Carsharing-Anbieter, Leasing- oder Fuhrparkmanagement-Gesellschaften gewinnen im Servicemarkt an Bedeutung. Sie erhalten über Rahmenvereinbarungen einen wachsenden Einfluss darauf, welche Anbieter im Aftersales-Bereich wie viele Fahrzeuge und zu welchen Konditionen in die Werkstatt bekommen. Zudem lassen neben den wachsenden Kundenanforderungen die nach wie vor steigenden Serviceanforderungen aufgrund neuer vernetzter und technisch komplexer Fahrzeugkomponenten die Ertragschancen je nach betrachtetem Teilmarkt und bezogen auf die verschiedenen Anbieter des Marktes recht unterschiedlich ausfallen. Als gefährdet sieht Branchenexperte Brandenburg in erster Linie die kleinen und nicht organisierten Betriebe.

Werkstattportale steuern Kundenströme

In seinen Ausführungen machte Brandenburg auch deutlich, dass die Bedeutung des Internets im Aftersales in den nächsten Jahren weiter zunehmen wird, und zwar nicht nur als Informations-,

sondern auch als Akquisitionsfunktion. Denn nicht nur beim Kauf von Teilen oder Zubehör, sondern auch bei einer fälligen Wartung oder Reparatur wird das Internet zum Auffinden einer Werkstatt herangezogen. Dabei werden dann Servicebörsen oder Werkstatt-Portale eine besondere Rolle spielen und ähnlich wie beim Gebrauchtwagen-Geschäft Kundenströme steuern, insbesondere bei standardisierten Wartungs- und Reparaturarbeiten. Auch der Preisvergleich wird in diesem Zusammenhang eine bedeutende Rolle spielen. Die Bedeutung dieser Servicebörsen wird mit der Zahl der daran teilnehmenden Werkstätten steigen. Denn das Preisbewusstsein der Verbraucher und differenzierte Anspruchsstrukturen werden sich im Servicegeschäft weiter ausbreiten. Darauf müssen die Anbieter des freien wie auch gebundenen Marktes deutlich stärker als bisher mit anforderungsgerechtem Service reagieren. „Eine klare Positionierung, Ausrichtung und Abgrenzung der verschiedenen Betriebstypen, beziehungsweise Formate voneinander, wird vor dem Hintergrund der sich ändernden Rahmenbedingungen über den Markterfolg entscheiden“, lautet das Credo von Brandenburg. So gesehen müssen sich die freien Werkstätten jetzt den Herausforderungen der Branche stellen und auf die Veränderungen im Servicemarkt einrichten, um rechtzeitig die Weichen für die Zukunft zu stellen.

Jürgen Rinn