



Fotos: BBE Automotive

## 18. KÖLNER AFTERSALES FORUM

# Vom Schrauber zum Dienstleister

Auf dem 18. Kölner Aftersales Forum von BBE Automotive wurden aktuelle Trends im Aftermarket diskutiert. Zahlreiche Herausforderungen bedrohen das Geschäftsmodell der freien Werkstätten.

**O**bwohl der Fahrzeugbestand in Deutschland von 2008 bis 2016 um über zehn Prozent angewachsen ist, ging die Zahl der Werkstattaufträge im selben Zeitraum um rund vier Prozent zurück. Keine guten Zahlen, auf die Eckhard Brandenburg, Senior Consultant bei BBE Automotive, in seinem Vortrag auf dem 18. Kölner Aftersales Forum hinwies. Der Kongress stand dieses Jahr unter dem Motto „Der Aftermarket für Pkw-Komponenten – Trends, Herausforderungen und Chancen im Aftermarket 2020plus“. Dafür hatte die Unternehmensberatung BBE Automotive wieder zahlreiche Experten nach Köln geladen.

Laut Brandenburg hat das durchschnittliche Fahrzeugalter mit 9,3 Jahren einen neuen Höchststand erreicht, allerdings gehen die Reparaturaufträge aufgrund der besseren Qualität und gerin-

gerer Fahrleistung der Fahrzeuge weiter zurück. Zusätzlich verstärken die Fahrzeughersteller ihre Aktivitäten im Aftersales-Geschäft. Da im Neuwagen-Geschäft die Erträge schrumpfen, gewinnt das Werkstatt- und Teilegeschäft für sie an Bedeutung. Das Ziel ist klar: Durch

lange Anschlussgarantien und Finanzierungs- sowie Flatrate-Angebote sollen die Autos länger im Servicenetz der Markenbetriebe verbleiben. Wenn möglich sogar ein Autoleben lang. Budget-Teilelinien wie „Economy Parts“ von VW oder spezielle Services für ältere



**Rolf Körbler, Geschäftsführer der Driver Handelssysteme, sprach über Reifen-Trends.**



**Andreas Schmidt möchte A.T.U vom Problemlöser zum Mobilitätsdienstleister umbauen.**



**Christian Schäferbarthold fordert eine Einheit der freien Teilehändler.**

## KURZFASSUNG

Auf dem 18. Kölner Aftersales Forum von BBE Automotive sprachen zahlreiche Experten über die Herausforderungen des Aftermarkets. Das Geschäftsmodell der freien Werkstätten gerät immer mehr in Bedrängnis.

Fahrzeuge sorgen dafür, dass die Autos günstig im Servicenetz der Hersteller repariert werden können. Herstellerspezifische Produkte wie Felgen oder Öle sollen den Kunden zudem ins eigene Autohaus locken. Kurzum: Die OEM besetzen immer mehr Geschäftsfelder des Aftermarkets. Gleichzeitig findet im Aftermarket eine Konsolidierung statt: Die Anzahl der Teilegroßhändler geht kontinuierlich zurück und die Akteure agieren immer mehr global. So verwundert es nicht, dass die Anzahl der Werkstätten ebenfalls rückläufig ist, wobei bei Markenbetrieben momentan ein stärkerer Rückgang als bei freien Betrieben zu verzeichnen ist.

### Multichannel-Strategie wichtig

Wie der Online-Handel das Aftersales-Geschäft beeinflusst, veranschaulichte Dr. Kai Hudetz, Geschäftsführer des Instituts für Handelsforschung in Köln. So geraten der stationäre Kfz-Teilehandel und das Werkstattgeschäft durch den Online-Handel zunehmend in Bedrängnis. Zudem versuchen Amazon und Ebay auf dem Kfz-Teilemarkt Fuß zu fassen und erreichen schwindelerregende Wachstumsraten. Laut Hu-

detz kranken diese Angebote aber bislang an schlechten Suchkriterien für Teile, was Spezialisten wie kfzteile24.de beispielsweise deutlich besser beherrschten. Zudem sei Vertrauen in einen Handelspartner wichtiger als nur die Preise. Als reiner Online-Teilehändler werden es die meisten Shops nach Ansicht von Dr. Hudetz trotzdem schwer haben. Wichtig sei es, auf eine Multichannel-Strategie und auf eine Kombination von stationärem Handel und Online zu setzen.

### Designschutz als Monopol

Ein Paradebeispiel ist hier die Werkstattkette A.T.U, die sich vom „Problemlöser“ zum „Anbieter von Mobilität“ mausern möchte und neben dem stationären Werkstattgeschäft auch stark auf Online-Services setzt. Laut Andreas Schmidt, Geschäftsführer Technik bei der A.T.U, wird sich der Aftermarket in den nächsten 15 Jahren stark verkleinern, unter anderem durch die zunehmende Vernetzung und Digitalisierung der Autos. Wie der gesamte Aftermarket auch, kämpft A.T.U darum, dass die Fahrzeughersteller die Daten für die Autos zukünftig offenlegen müssen.

Aus Sicht eines Versicherers erklärte Thomas Geck, Geschäftsführer der HUK-Coburg Auto Service GmbH, welche Herausforderungen die Versicherung momentan beschäftigen. Dazu zählen deutlich gestiegene Kfz-Teilekosten. Besonders betroffen sind hier Karosserieteile, die durch den Designschutz abgedeckt sind. Geck sieht hier

eine „Quasi-Monopolisierung“ des Marktes und plädiert deshalb für eine Liberalisierung. Sonst ließe sich das Beitragsniveau nicht halten und das Geschäftsmodell der Versicherung sei bedroht. Auch Geck verwies auf die stärkere Kundenbindung durch die OEM, die auch Finanzierungen und Versicherungen mit dem Kauf eines Autos anbieten. Die HUK-Coburg möchte deshalb mit ihrem Autoservice-Angebot für Partnerwerkstätten gegensteuern: Werkstätten bekommen gegen eine Servicegebühr ein Werkstattkonzept und Kunden durch die HUK-Coburg. Als ersten Meilenstein möchte Geck 250 bis 300 Werkstätten an das Autoservice-Kon-

**Die Anzahl** der Teilegroßhändler geht kontinuierlich zurück und die Akteure agieren zunehmend global.

zept anbinden. Herausforderungen sieht der Geschäftsführer in Zukunft durch autonomes Fahren und Fahrerassistenzsysteme, die weniger Unfälle und somit weniger Geschäft für die HUK-Coburg versprechen.

Als Vertreter eines Kfz-Teilehändlers argumentierte Dr. Christian Schäferbarthold, Geschäftsführer der Schäferbarthold GmbH. Er mahnte in seinem Vortrag, dass durch die Elektromobilität in Zukunft deutlich weniger Teile benötigt werden. Auch eine Einheit der freien Teilehändler gegen Fahrzeughersteller sei dringend notwendig. *Alexander Junk*



**Eckhard Brandenburg warnt vor einem Rückgang freier Werkstätten.**



**Für Thomas Geck ist der Designschutz der OEM vor allem ein Kostentreiber.**



**Kai Hudetz sieht eine Multichannel-Strategie als Erfolgsfaktor für den Handel.**



**Markus Frömgen (BBE Automotive) sprach über die Zukunftspläne der OEM.**