

## **Resolution des Fachausschusses 2Rad in der WKÖ an die Hersteller/Importeure der 2Rad-Branche**

### **Präambel**

2Radhändler betreiben ihr Unternehmen überwiegend mit großer Leidenschaft. Dies ist auch notwendig, denn die größte Antriebskraft für unsere Kunden, sich ein Motorrad zu kaufen, ist ihre Sehnsucht, sich mit dem Motorrad emotional aufzuladen und so wieder besser für den Alltag gerüstet zu sein.

Nichtsdestotrotz sind wir Unternehmer, die ihre Betriebe wirtschaftlich rentabel führen müssen, um zu überleben. Dazu ist es notwendig, entsprechende Erträge zu erwirtschaften. Dies ist im Laufe des letzten Jahrzehnts immer schwieriger geworden.

Unser Geschäft wird auch seitens der Banken immer problematischer beurteilt. Aufgrund der sinkenden Erträge und der kurzen Vertragslaufzeiten, die meistens über ein Jahr nicht hinausgehen, wird es immer schwieriger, zu günstigen Finanzierungen zu kommen. Immer öfter werden Kredite überhaupt verweigert.

Der Fachausschuss 2Rad hat daher die Hauptfragen und Problemfelder zusammengestellt und ersucht die Hersteller und Importeur um entsprechende Antworten auf die brennendsten Fragen.

Der Zweiradhandel wird bei den Grundsatzentscheidungen wohl kaum ein besonderes Mitspracherecht beanspruchen können. Was wir jedoch einfordern, sind klare Aussagen.

Eine faire Partnerschaft erfordert nun einmal auch faire und transparente Spielregeln, um auch künftighin gemeinsame Erfolge sicherstellen zu können.

Wir warten daher gespannt und mit großem Interesse auf die diesbezüglichen Herstelleraussagen, da damit auch für viele von uns die unternehmerische Zukunft untrennbar verbunden ist und übermitteln hiermit folgende

## **RESOLUTION**

### **1. Kundeneigenschaft/Motivation**

- Wir sind selbständige Unternehmer die fast ausschließlich persönlich haften.
- Daher sind wir von Haus aus, aus ureigenstem Interesse motiviert, soviel Motorräder, Teile, Zubehör und Bekleidung wie irgend möglich zu verkaufen.

- Es ist demgemäß nicht unbedingt notwendig, uns zu motivieren. Die Basis einer gedeihlichen Zusammenarbeit ist allerdings, einen respektvollen Umgang miteinander zu pflegen. Wir wünschen uns, nicht nur theoretisch, sondern auch praktisch als Kunde des Herstellers wahrgenommen zu werden.
- Das ist umso wichtiger, als unser Kunde das gleiche und noch viel mehr von uns erwartet. Wir verkaufen (positive) Emotionen. Das müssen wir unseren Kunden tagtäglich vermitteln. Gleiches erwarten wir uns gegenüber vom Hersteller.

**Wir als Kunden vom Hersteller/Importeur erwarten uns, auch als Kunde behandelt zu werden!**

**Wie sieht das der Hersteller/Importeur aus seiner Perspektive?**

## **2. Händlerverband**

- Bei etlichen Autoimporteuren existiert ein Markenhändlerverband, der entscheidende Fragen mit dem Hersteller/Importeur diskutiert.
- Wir sehen die Sinnhaftigkeit auch im Zweiradhandel gegeben, bei jeder Marke einen Händlerverband zu etablieren, wo es noch keinen gibt. Die Kommunikation und die Zusammenarbeit würde dadurch erleichtert und die in Punkt 1) gewünschte Stärkung der Kundeneigenschaft entsprechend gefördert werden.

**Wir sehen die Notwendigkeit, einen Händlerverband bei jeder Marke zu etablieren, um die Kommunikation mit dem Hersteller/Importeur zu verbessern und zu optimieren!**

**Schließt sich der Importeur/Hersteller dieser Meinung an? Wenn der Importeur die Gründung eines Händlerverbandes für die eigene Marke ablehnt, was ist die Begründung?**

## **3. Ertragssituation**

- Ohne die nachhaltige Erwirtschaftung von Erträgen keine betriebliche Zukunft. Leider gibt es viele Punkte die die Ertragsmöglichkeiten der Branche in den letzten Jahren immer weiter geschmälert haben:
- Margenkürzungen
- Reduzierung der finanziellen Unterstützungen für: Marketingaktivitäten, Vorführer, Pressebikes, Sonderrabatte für Spezialkunden, Investitionen etc
- im Gegenzug Erhöhung der finanziellen Aufwendungen bei: Ladenbau (s. eigener Punkt Investitionen), Prospekte, Schulungen, bürokratischen Anforderungen.
- nicht kostendeckende Garantieabwicklung.
- der Onlinehandel, auch aus dem Ausland, insbesondere im Zubehör und Teilehandel.

- Wir sind ordentliche Kaufleute und daher verpflichtet, auf genügend Ertragskraft in unseren Unternehmen zu achten. Bei vielen Kollegen ist die Grenze des vertretbaren leider schon deutlich unterschritten.

**Wir können in vielen Fällen mit den zu erwirtschaftenden Erträgen leider nicht mehr positiv wirtschaften und erwarten vom Hersteller/Importeur, dass die Rahmenbedingungen zeitnah geändert werden und es für alle Kollegen wieder möglich wird, in ihren Betrieben positiv zu bilanzieren und es darüber hinaus auch wieder möglich wird, entsprechende Reserven anlegen zu können!**

**Wo sieht der Hersteller/Importeur Möglichkeiten, die Rahmenbedingungen, die im Einflussbereich des Herstellers/Importeurs liegen, im Gegensatz zu der Entwicklung der letzten Jahre, wieder zu verbessern?**

#### **4. Investitionen**

- ohne Investition Stillstand. Stillstand bedeutet Rückschritt.
- Investitionen, die durch den Hersteller/Importeur vorgegeben werden, müssen allerdings in einer sinnvollen Zeitspanne verdient werden können.
- Die Forderungen der Hersteller/Importeure werden obigem Anspruch oftmals nicht gerecht.

**Stark fallende Erträge und gleichzeitig hochgeschraubte Standards bedeuten den sicheren wirtschaftlichen Untergang für viele Betriebe.**

**Welche Politik wird der Hersteller/Importeur zukünftig verfolgen? Gibt es alternative Ansätze (höhere Stützungen seitens des Herstellers etc)?**

#### **5. Laufzeit/Kündigungsfrist Händlerverträge**

- Es wurde von den Autoimporteuren im Zuge der Mittelstandsinitiative mit dem Autohandel vereinbart, dass trotz des Wegfalls der GVO eine 2jährige Kündigungsfrist beibehalten wird.
- dies scheint unter dem Aspekt mehr als sinnvoll, als es sich bei einem KFZ-Betrieb um ein äußerst kapitalintensives Unternehmen handelt und
- das notwendige Erscheinungsbild eines 2Radbetriebes sehr speziell ist und daher nur mit großem Kostenaufwand veränderbar ist.
- es gibt auch immer öfter Probleme von Mitgliedsfirmen in ihren Verhandlungen mit den Banken, die die Tatsache von äußerst kurzfristigen Händlerverträgen als äußerst negativ in der Bonitätsbeurteilung bewerten und Kredite daher extrem teuer, oder sogar unmöglich werden.

**Wir denken, dass es recht und billig ist, eine Mindestlaufzeit der Händlerverträge von 2 Jahren anzustreben, oder noch besser, analog zur Autobranche, unbefristete Verträge mit 2 jähriger Kündigungsfrist.**

**Bei größeren Investitionen müsste die garantierte Laufzeit in Relation zur getätigten Investition stehen!**

**Ist der Hersteller/Importeur dazu bereit?**

## **6. Zukunftsperspektiven**

- die Zeiten waren schon immer im Wandel und werden das auch künftighin sein.
- Manche Hersteller im Autobereich beginnen bei einigen Modellen jetzt schon mit einer Direktvermarktungsschiene oder auch mit einer stark reduzierten Stützpunkthändlerpolitik.
- Auch der Onlinehandel durch den Hersteller/Importeur gehört als mögliches Szenario hier angeführt.

**Kennzeichen einer fairen Partnerschaft ist, dass mit offenen Karten gespielt wird.**

- **Wo sieht uns der Hersteller/Importeur in den nächsten 5 bis 10 Jahren in seiner Vertriebskette?**
- **Welche Stellung bekommen wir zugeordnet?**
- **Werden wir da noch eine Rolle spielen? Wenn ja, welche?**
- **Mit welchen Geschäftsfeldern werden wir unsere notwendigen Erträge erwirtschaften können? Welche werden wegfallen oder durch den Hersteller/Importeur selbst übernommen oder auf einige wenige Vertriebspartner konzentriert werden?**

**Wir ersuchen daher um klare Aussagen, wohin der Weg geht!**

Fachausschuss Zweirad am 12.3.2015