

A&W Verlag GmbH
z.H. Herrn Gerhard Lustig

Inkustraße 16
3400 Klosterneuburg

Wien, am 6.5.2018

Betreff: Ihr Artikel „Agentenmodell: Autohandel auf Abruf?“

Sehr geehrter Herr Lustig!

Bezugnehmend auf Ihren Artikel „Agentenmodell: Autohandel auf Abruf?“ in der AutoInformation Nr. 2418, vom 4. Mai 2018 wollen wir wie folgt Stellung nehmen:

Das Agentensystem ist aus unserer Sicht ein durchaus praktikables und könnte - unter gewissen Voraussetzungen - den derzeit großteils defizitären Automobilverkauf in eine für alle Seiten ertragreichere Zukunft führen. Natürlich ist eine vertragliche Absicherung notwendig sowie auch eine entsprechende Vergütung für den Handel, welche nicht nur die Kosten der Betriebe abdecken muss, sondern auch einen entsprechenden Gewinn ermöglicht.

Der Vorteil für den Importeur/Hersteller ist, dass er die Preissteuerung komplett in den eigenen Händen hält und entsprechend am Markt agieren kann. Im Gegenzug entfällt für die Händler die Komplexität der Boni und Aktionen sowie deren Abwicklung und es kann die volle Konzentration auf Markt und Kunden gerichtet werden.

Nachteilig sehen die Importeure die dann fehlende Möglichkeit durch diverse Aktionen Druck auf die Händler auszuüben um künstlich Zulassungszahlen auf Kosten der Betriebe zu generieren. Dieses derzeit sehr geliebte Instrument der Importeure würde dann finanziell komplett zu deren Lasten gehen. Dasselbe gilt für die Finanzierung der Vorführgewagen und Ausstellungsfahrzeuge. Für den Handel wiederum würde dadurch ein hohes finanzielles Risiko wegfallen, die tägliche Arbeit wesentlich erleichtert werden und die Chance bestehen, dass sich der Markt wieder zu einem gesunden Neuwagenmarkt entwickelt.

Der VÖK ist der Dachverband aller in Österreich vereinsmäßig konstituierten Kfz-Markenvereine. Derzeit sind 15 Markenvereine mit über 23 Automarken und einem Marktanteil von 90% im VÖK vertreten. Er ist aber auch offen für Direktmitgliedschaften von physischen oder juristischen Personen, die Inhaber eines Kfz-Betriebes in Österreich sind.

Zielsetzung ist die Unterstützung seiner Mitglieder auf rechtlichem, sozialem und betriebswirtschaftlichem Gebiet, wobei insbesondere ein ständiger Gedankenaustausch der Mitglieder auf fachlichem Gebiet vorgesehen ist. Der VÖK arbeitet eng mit Markenvereinen, Bundesgremium, Bundesinnung, Importeuren, Kfz-Versicherungen, Politik und der Fachpresse zusammen, um für die Kfz-Betriebe optimale Rahmenbedingungen zu schaffen.

ALFA ROMEO • AUDI • BMW • CITROËN • DACIA • FIAT • FORD • JAGUAR • KIA • LANCIA • LAND ROVER • MAZDA • MERCEDES-BENZ • MINI • MITSUBISHI • NISSAN • OPEL • PEUGEOT • RENAULT • SEAT • ŠKODA • VOLVO • VOLKSWAGEN

Nicht ganz teilen kann ich Ihre Besorgnis, dass der Importeur oder Hersteller den digitalen Kunden am Handel vorbei bedienen könnte. Bei Produkten ab einem gewissen Kostenpunkt und Komplexität - wie Immobilien, Yachten oder Autos - wird der Kunde immer eine zusätzliche persönliche Beratung verlangen bzw. einen Ansprechpartner wünschen falls es Rückfragen, Reklamationen, Garantieleistungen oder weiterer Erklärungen bedarf. Der ständige Vergleich unserer Produkte mit der Amazon Ware oder Smartphones ist nicht treffend und fehl am Platz.

Der Hersteller kann gerne über das Internet direkt verkaufen – allerdings muss der Kunde dabei seinen Wunschhändler für die Auslieferung bekannt geben, welcher dann auch die Abwicklungs- und Betreuungspauschale erhalten muss. Der ständige und direkte Kontakt ist in unserer Branche unumgänglich um erfolgreich zu sein – noch viel stärker in den ländlichen Gebieten.

Da die Vorinformation großteils bereits im Internet stattfindet hat sich zwar die Dauer des ersten Besuches reduziert dafür aber die Häufigkeit der Besuche wiederum vermehrt.

Speziell die Dauer der Auslieferung ist aufgrund der zunehmenden Digitalisierung unserer Produkte um ein Vielfaches angestiegen. Wo früher 30 Minuten bei einem Mittelklassefahrzeug ausreichend waren sind heutzutage um die zwei Stunden anzusetzen. Zusätzlich ist mit einem zweiten oder dritten Termin zu rechnen, da die komplexen und erklärungsintensiven Systeme beim ersten Auslieferungstermin für den Kunden gar nicht begreifbar sind.

Das Agenturmodell kann durchaus DIE Lösung, sowohl für den Handel als auch für die Hersteller sein, derzeit fehlt es lediglich am Mut es zu wagen.

Mit freundlichen Grüßen



Stefan Hutschinski
Obmann