

A.T.U Auto-Teile-Unger Holding GmbH

Der deutsche Kfz-Service-Markt im Wandel

Dr. Michael Kern
CEO A.T.U
08. Oktober 2009



Dr. Michael Kern

Der deutsche Kfz-Service-Markt im Wandel



A.T.U in Zahlen



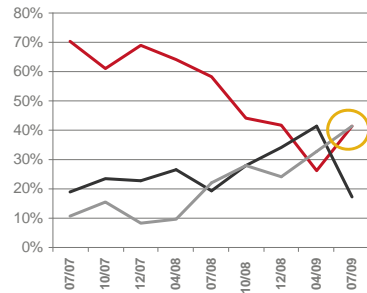
Daten und Fakten rund um A.T.U

- > 1985 Gründung durch Peter Unger
- > Umsatz 2008: 1,27 Mrd. Euro
- > über 600 Filialen in D, A, CZ, I und CH
- > mehr als 12.000 Mitarbeiter
- > Sortiment von ca. 140.000 verschiedenen Artikeln

Optimismus bei Branchenumfrage-Indikatoren angestiegen

Umsatzerwartungen für Kfz-Teilehandel

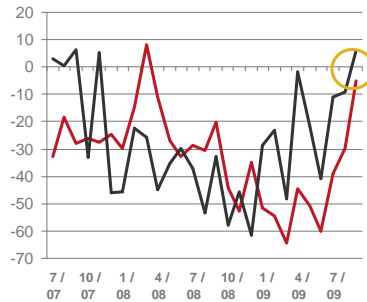
— steigend — stagnierend — rückläufig



Quelle: GVA Blitzabfrage Q2 2009

Ifo-Index Kfz-Teilehandel und -zubehör

— ifo-Index automotive parts and accessories — Current business sentiment

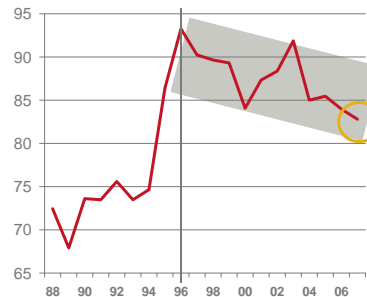


Quelle: Ifo Institute

Anzahl der Serviceaufträge sinkt bei gleichzeitiger Marktanteilserhöhung der Freien

Anzahl der Serviceaufträge in D sinkt

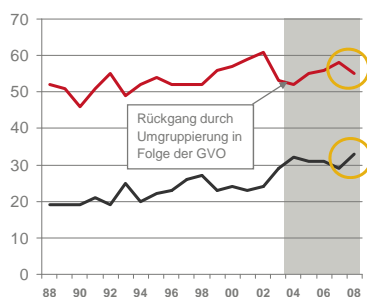
— Anzahl Serviceaufträge in Mio. Stk.



Quelle: DAT Report 2008

Marktanteil der OEM's fällt leicht – Freie Werkstätten gewinnen wieder

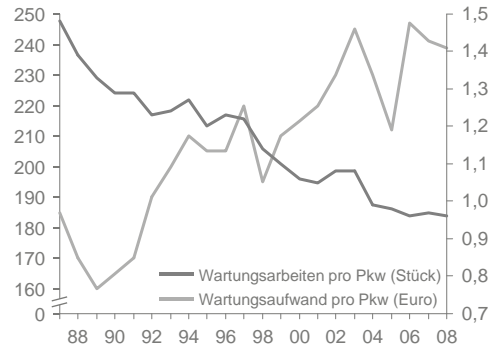
— MA OEM in % — MA Freie in %



Quelle: DAT Report 2008

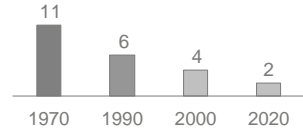
**Anzahl der Serviceaufträge wird dauerhaft zurückgehen
Wachstum nur durch Verdrängungswettbewerb möglich**

Entwicklung Aufwand und Anzahl der Aufträge



Quelle: DAT

**Wartung- u. Rep-Aufwand
je Pkw in Stunden pro Jahr**



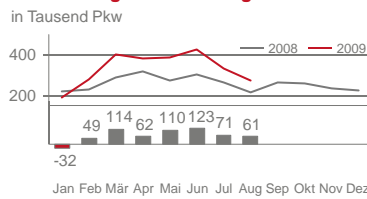
Quelle: Volk & Partner

- > im Jahr 2000 waren 440 Fahrzeuge erforderlich, um einen Mitarbeiter auszulasten
- > im Jahr 2020 werden es rund doppelt so viele sein
- > d.h. stabiler/steigender Umsatz nur durch Marktanteilsgewinne

Abwrackprämie hat dem Servicemarkt deutlich geschadet

- > Abwrackprämie verhilft Neuzulassungen ab Februar 2009 deutlich in Plus
- > 2 Mio. Anträge ausgeschöpft, davon rd. 600 Tausend Kurzzulassungen und Jahreswagen
- > Neuzulassungen gegenüber urspr. Prognose für 2009 ~ + 1 Mio. Fzg. auf 3,7 – 3,8 Mio.
- > bei 2 Mio. zusätzlich abgewrackten Pkw **entgehen dem Servicemarkt rund 800 Mio. € Servicevolumen**
- > für A.T.U ergeben sich aufgrund des Marktanteils **Belastungen im Umsatz** aus der Abwrackprämie von rund **3,7 Prozentpunkten**
- > teilweise **Kompensationseffekte** aus Ausrüstung von Abwrackprämienfahrzeugen mit **Winterreifen**

Entwicklung Neuzulassungen 2009



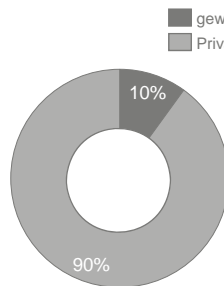
Effekte Abwrackprämie auf Pkw-Bestand



A.T.U stark im Privatkundengeschäft – verstärkter Ausbau des Flottengeschäfts

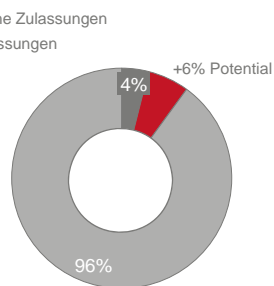
Aufteilung Fahrzeugbestand und Kundenstruktur A.T.U

Fahrzeugbestand in D



Quelle: Kfz

A.T.U Kunden



Quelle: A.T.U, gewichtet nach Umsatz

- > Kernsegment A.T.U Fahrzeuge älter als 3 Jahre
- > überwiegend Privatkundengeschäft
- > überdurchschnittlich preis-sensible Kunden
- > Aufbau Firmenkundengeschäft seit 2004
- > ~ 2.000 Großflottenkunden (> 50 Fahrzeuge), ~75.000 Mittelstandskunden (1-50 Fahrzeuge)
- > Insgesamt 400.000 Fahrzeuge unter Vertrag (nicht exklusiv)

A.T.U Strategie: Klare Abgrenzung gegenüber dem Wettbewerb durch Fokussierung

- > durch Konzentration auf den **Schnellservice** zurück zu den Wurzeln
- > Discounter-Strategie: **hohe Qualität zu günstigen Preisen** (20% bis 25% unter OE)
- > **hoher Werbedruck** durch Monatsbeilage (10 x jährlich mit einer Auflage von bis zu 22 Mio.)
- > **starke Marke** mit gestützter Bekanntheit von >90% bei deutschen Autofahrern
- > **Kernsegment** bleiben Fahrzeuge **zwischen 3 und 10 Jahren**
- > Skalenvorteile durch hohen Grad an Standardisierung in Organisation, Werbung, Einkauf, Vertrieb
- > Ausbau Flottengeschäft + neue Geschäftsfelder wie Glas, Smart Repair, Online, Autogas
- > klare **Margenvorteile** durch Ausschaltung der **Zwischenhandlungsstufen** durch direkten Einkauf beim Teilehersteller (i.d.R. OEM-Lieferanten) und Verkauf an Endkunden
- > kurzfristige Strategie:
 - Krise meistern durch **Kostenmaßnahmen**
 - verstärkte **Aktionsangebote** sorgen für erhöhte Aufmerksamkeit und Kundenfrequenz
 - Gewinnung von Kunden aus größer werdender **Insolvenzwelle** der Wettbewerber (Konsolidierungsprozess)