

Geislingen/Steige, den 10. Oktober 2009

Aufschwung nach der Krise

## Rekordbesuch beim Autogipfel am 8. Oktober 2009 in Nürtingen

- **Rund 550 Besucher beim IFA-Kongress in Nürtingen**
- **Ministerpräsident Oettinger mit Bekenntnis zur individuellen Mobilität und Vertrauen in die in Baden-Württemberg ansässige Automobilindustrie**
- **Professor Winterkorn blickt mit Zuversicht in die automobilen Zukunft: Talsohle erreicht – spürbarer Aufschwung ab 2011**
- **Händler fordern neues Geschäftsmodell und intensiven Dialog zwischen Herstellern und Händler**

„Aufschwung nach der Krise, wie gut ist die Branche darauf vorbereitet?“, so lautete der Leitsatz unter dem das Institut für Automobilwirtschaft (IFA) zum 10. Tag der Automobilwirtschaft in das K3N-Kongresszentrum nach Nürtingen einlud. Prof. Dr. Willi Diez konnte rund 550 Gäste aus Automobilhandel und -industrie zum Jubiläumskongress begrüßen. Hauptredner waren der Ministerpräsident Baden-Württembergs, Günther H. Oettinger, und der Vorstandsvorsitzende der Volkswagen AG, Prof. Dr. Martin Winterkorn.

Die Fragestellung nach Möglichkeiten zur Schaffung nachhaltiger Impulse gab Diez auch an die beiden Keynote-Speaker, Günther H. Oettinger und Prof. Dr. Martin Winterkorn, weiter. Baden-Württembergs Ministerpräsident ging in seiner Eröffnungsrede auf die Bedeutung der individuellen Mobilität ein: „Ich bin davon überzeugt, dass in diesem Jahrhundert unverändert Wachstum für die individuelle Mobilität besteht.“ Auch die Elektromobilität war für ihn ein Themenschwerpunkt: „Nach der IAA mit all der dort gezeigten Elektromobilität war eine Prognose nie so schwierig wie heute.“ Die Elektromobilität sei für ihn nach heutigem Stand der Technik als ergänzende Komponente zu betrachten. Dennoch forderte Oettinger nicht zuletzt die in Baden-Württemberg ansässige Automobilindustrie auf, „sich mit der völlig neuen Wertschöpfungskette rechtzeitig auseinander zu setzen.“

### Situation der Automobilwirtschaft

Der im schwäbischen Leonberg geborene VW-Vorstandsvorsitzende Prof. Dr. Martin Winterkorn befasste sich anschließend mit dem Thema „Die Zukunft der Weltautomobilindustrie“. Er ließ es sich aber nicht nehmen, dem Ministerpräsidenten zunächst auf die Frage nach veränderten Konzernstrukturen zu antworten: „Mit dem neuen integrierten Automo-

bilkonzern verliert das Land Baden-Württemberg nichts an seiner Attraktivität. Alle Marken werden mit eigenen Headquarters, eigener Entwicklung, eigenem Vertrieb und eigener Markenidentität geführt. Das ist gut für Volkswagen, gut für Porsche und eben auch gut für das Autoland Baden-Württemberg.“

Professor Winterkorn bedankte sich ausdrücklich bei der Bundesregierung: „Mit der Umweltprämie hat sie den Automobilstandort Deutschland gestärkt und viele Arbeitsplätze gesichert.“ Den Neuwagenmarkt im nächsten Jahr sieht der VW-Chef „bei 2,7 bis 2,95 Millionen Pkw und Kombi, genau weiß es aber keiner.“ Der Automobilmarkt in Deutschland bleibt für ihn aber auch künftig eine stabile Größe. Ab 2015 prognostiziert Winterkorn wieder 3,3 Millionen Neuwagen pro Jahr. Auf die Frage, ob Volkswagen künftig auf den selbstständigen Händler baue oder die eigene Vertriebsorganisation forcieren, antwortete Winterkorn, dass zwischen „Autos herstellen und Autos verkaufen“ ein großer Unterschied bestehe. „Davon verstehen unsere Partner mehr. Das Retailgeschäft sollen unsere Händler machen.“

### **Automobilvertrieb unter ökonomischen und ökologischen Gesichtspunkten**

Im Anschluss an die Keynotes referierte der neue Leiter Vertrieb und Marketing Mercedes-Benz Cars, Dr. Joachim Schmidt, über „Vertrieb und Marketing zwischen Emotionen und Ökologie“: Das künftige Spannungsfeld für Daimler skizzierte er anhand der beiden auf der IAA präsentierten Fahrzeuge Mercedes SLS und Smart Elektrodrive. Trotz Energiedebatte spiele die Emotion auch künftig eine bedeutende Rolle. Und: es werde noch viele Jahre dauern, bis mit nennenswerten Absatz- und Bestandsgrößen im Segment der Elektrofahrzeuge zu rechnen sei.

Um Kostenaspekte im Automobilvertrieb ging es dann im nachfolgenden Referat von Karsten Engel, Leiter Vertrieb Deutschland BMW Group. Danach werde der Vertrieb künftig noch herausfordernder als bislang. Gerade im Premiumbereich, mit Kundenanforderungen auf hohem Niveau, werden Service und unterstützende Dienstleistungen immer wichtiger. Dies stelle hohe Anforderungen an Vertrieb und Handel. Wie sein Vorredner, Dr. Joachim Schmidt, prognostizierte Karsten Engel bezüglich des Neuwagenmarktes für das kommende Jahr ein Gesamtvolumen von 2,6 bis 2,8 Mio. Fahrzeuge, hinsichtlich des Premiumsegments liegt der Prognosewert bei 800.000 Pkw und Kombis. Dabei setzt er vor allem darauf, dass sich der Verkauf an gewerbliche Kunden deutlich erholt.

### **Servicegeschäft unter Druck**

Während den Abschluss des Vormittages die Referate von Willi Weber und Dirk Breuer – beide Toyota Deutschland – zur Ökologie-Offensive bei Fahrzeugen und im Autohaus bildeten, war ein wesentlicher Schwerpunkt am Nachmittag das Servicegeschäft. Dr. Michael Kern, Vorsitzender der Geschäftsleitung A.T.U Handels GmbH & Co. KG, präsentierte unter dem Titel „Der deutsche Kfz-Servicemarkt im Wandel“ Kennzahlen und Rahmenbedingungen des Servicemarktes. Seiner Analyse zufolge sei die Anzahl der Serviceaufträge seit 1996 kontinuierlich gesunken und werde auch noch weiter zurückgehen. Seiner Meinung nach ließen sich Marktanteile im Service künftig nur noch über Verdrängung hinzugewinnen. 2010 schätzt der A.T.U-Chef als sehr schwieriges Jahr sowohl für Hersteller und Händler ein. „Das dürfte aber denen helfen, die übrig bleiben“, so Kern. Jochen Coelsch, Direktor Ford Service Organisation Ford Werke GmbH, nahm in seinem Vortrag den „Kampf um den Kunden“ gerne auf. Coelsch ist davon überzeugt, dass sich die Umweltprämie für die Ford-

Werkstattspartner positiv auswirkt. Denn: Ford war mit einem Plus von 60.000 Neufahrzeugen einer der Gewinner der Abwrackprämie. Jetzt gelte es, den Kunden jüngerer Fahrzeuge über den Service in der Wertschöpfungskette zu halten und die eigenen Kunden zu loyalisieren.

### **Handel fordert gerechte Risikoverteilung**

Im letzten Veranstaltungsblock kam mit Hans-Jürgen Persy, Vorstandsvorsitzender Löhr & Becker AG, dann zunächst ein Handelsvertreter zu Wort. Er forderte ein verändertes Geschäftsmodell - vor allem hinsichtlich der Lastenverteilung zwischen Hersteller und Handel. „Ein ‚weiter so‘ könne es nicht geben. Jetzt gelte es, bestehende Zielkonflikte offen zu diskutieren und konsequent auszuräumen. „Die Rendite ist für beide Seiten der entscheidende Indikator für eine gesunde und leistungsfähige Partnerschaft“, so Persy. Den Abschluss des Jubiläumskongresses bildete schließlich das Referat von Rolf Schumann, Europa-Chef von Better-Place. Er ging auf die Möglichkeiten der Stromversorgung von Elektrofahrzeugen ein. Dabei spielen neben Ladestationen auch Batterie-Wechselstationen eine wesentliche Rolle. Die Reichweitenproblematik von Elektrofahrzeugen könnte seinen Ausführungen zufolge mit einer entsprechenden Infrastruktur nachhaltig reduziert werden.

In ihrer schwersten Krise hat die Autobranche während des „Automobilgipfels“ in Nürtingen den Blick nach vorn gerichtet. Der Branchentreff sollte gemäß des gewählten Mottos Chancen aufzeigen, nicht Probleme analysieren – und es gelang. Hersteller und Handel diskutierten nicht nur lebhaft über den Vertrieb und Service der Zukunft. Es standen ebenso neue Technologien sowie Ansätze, der Krise nachhaltig zu begegnen, im Mittelpunkt der Veranstaltung.

*Ansprechpartner:*

*Prof. Dr. Willi Diez*

*Prof. Dr. Stefan Reindl*

*mail@if-a-info.de*

*(0 73 31) 22-440*



Rund 550 Besucher des Autogipfels  
am 8. Oktober 2009 in Nürtingen



Prof. Dr. Martin Winterkorn referierte  
zur Zukunft der Weltautomobilindustrie