

04.06.2007 – 08:38 Uhr

Entwicklung des PW-Händlernetzes in der Schweiz: Moderates Wachstum in fast allen Markensegmenten

Freienbach (ots) -

Wie eine aktuelle Untersuchung der EurotaxGlass's International AG zeigt, hat die Anfang 2005 von der EU verordnete Liberalisierung des europäischen Automobilmarktes (Stichwort: Gruppenfreistellungsverordnung GVO) nicht zum prognostizierten "Garagensterben" in der Schweiz geführt – ganz im Gegenteil. Nach einem mehrjährigen Schrumpfungsprozess des Händlernetzes wuchs dieses – seit Inkrafttreten der GVO – um insgesamt 275 neue Betriebe (Stand: Mai 2007); in den zurückliegenden zwölf Monaten beträgt die Zunahme 77 Stützpunkte (+ 2,9 %).

Das insgesamt erfreuliche Wachstum erfolgt mit Blick auf den jeweiligen Status einer einzelnen Betriebsstätte uneinheitlich. Zahlreiche Betriebe, die von Importeuren im Rahmen der neuen Marktordnung keinen Vertrag mehr als Händler erhielten, konzentrierten sich in der Folge auf Service- und Reparaturarbeiten. Die damit einhergehende Veränderung der Marktstruktur lässt sich statistisch eindrücklich belegen: Insgesamt entfallen heute etwas mehr als ein Drittel aller Niederlassungen auf grosse Haupt- und Regionalvertretungen (1897 Betriebe; 37 %; + 9,8 %), während Lokalhändler, Agenten und Wiederverkäufer über nur noch wenig mehr Stützpunkte verfügen (1947 Betriebe; 38 %; - 10,5 %). Eine überdurchschnittliche Zunahme von Werkstätten konnte in den zurückliegenden zwölf Monaten im Segment der Servicestationen verzeichnet werden (1334 Betriebe; 26%; + 18,4 %).

Regional betrachtet zeigt sich ungeachtet aller Veränderungen anteilmässig praktisch das gleiche Bild wie in der vorangehenden Beobachtungsperiode: Die mit Abstand meisten Unternehmen (3776 Betriebe; 73 %; + 2 %) haben ihren Sitz in der Deutschschweiz, gefolgt von der Romandie (1116 Betriebe; 21.5 %; + 4 %) und dem Tessin (286 Betriebe; 5.5 %; + 4 %).

Trotz der gesamthaft positiven Entwicklung des PW-Marken-Händlernetzes in der Schweiz lohnt sich ein vertiefter Blick in die Statistik. Auffällig ist zum Beispiel, dass nur etwas mehr als die Hälfte der neuen Betriebe (43 von 77) zu den 31 verkaufsstärksten Markenvertretungen gehören. Etwas relativiert wird diese Feststellung allerdings, wenn man berücksichtigt, dass allein Renault aufgrund seines neu strukturierten Händlernetzes seit Jahresbeginn auf nicht weniger als 43 bisherige Stützpunkte verzichtet. Im Gegensatz dazu expandiert die zur Alcopia-Gruppe gehörende Marke SsangYong weiter stark: In den zurückliegenden zwölf Monaten wurden 19 zusätzliche Betriebe (+ 37,8 %) eröffnet, womit die Verkaufs- und Service-Stützpunkte in der Schweiz bereits auf 70 Betriebe angewachsen sind.

Obschon Opel im Vergleich zur letztjährigen Erhebung gleich viele und Peugeot 6 neue Stützpunkte aufweist, verkleinerte sich das Händlernetz der Volumenmarken in der Schweiz (Opel, VW, Renault, Ford, Toyota, Peugeot) im Beobachtungszeitraum um insgesamt 64

Betriebe (- 3,8 %). 38 neue Betriebe (+ 3,1 %) zählt das Segment der mittelgrossen Marken (Subaru, Fiat, Nissan, Mazda, Honda, Skoda, Citroen), wobei Skoda 25, Honda 6 und Subaru 4 neue Stützpunkte eröffneten. Nur ungemein geringer ist das Wachstum im Segment der kleinen Marken (Suzuki, Mitsubishi, Hyundai, Chevrolet/Daewoo, Kia, Seat, Daihatsu), welche gegenüber 2006 insgesamt über 35 neue Betriebe (+ 3,7 %) verfügen. Angeführt wird die Expansion von Suzuki mit 19 zusätzlichen Stützpunkten, gefolgt von Daihatsu mit 15, Chevrolet mit 10 und Kia mit 9.

Der guten Konjunktur ist es wohl schliesslich zuzuschreiben, dass auch das Händlernetz im Segment der sogenannten Premiummarken (Audi, Alfa Romeo, BMW, Mercedes, Volvo, Saab) um 21 Betriebe (+ 3,2 %) wuchs, wobei allein für Audi 13 und für Saab 5 neue Stützpunkte geschaffen wurden. Zu guter Letzt glauben auch die Vertreter aus dem Segment der etablierten Nischenmarken (Chrysler - inkl. Jeep und Dodge, MINI, Land Rover, Smart, Porsche) an die Kaufkraft ihrer Klientel. Mit 13 zusätzlichen Betrieben (+ 5,9 %) sollen die Marktanteile erhöht und der Zugang der Kundschaft zu flächendeckenden Serviceleistungen weiter verbessert werden.

Angesichts der guten Arbeitsmarktlage, des voraussichtlich erneut ansteigenden Lohnniveaus aber auch mit Blick auf den hohen Bestand alter und ersatzbedürftiger Fahrzeuge dürfte die Händlernetzentwicklung in der Schweiz auch weiterhin positiv verlaufen.

Anmerkung zum verwendeten Datenmaterial: Auf Anfrage können Detaildaten zum PW-Marken-Händlernetz in der Schweiz (Stand: Mai 2007) bei EurotaxGlass's International AG, Division Schweiz, bezogen werden.

Über Eurotax

EurotaxGlass's ist Europas führender Anbieter von entscheidungsrelevanten Informationen, Analysen, Daten, Lösungen und Business Intelligence Dienstleistungen für die Automobilindustrie. Das Unternehmen mit Sitz in Freienbach SZ ist heute mit 650 Mitarbeitern in 28 Ländern tätig. Für weitere Informationen besuchen Sie uns bitte auf www.eurotaxglass.com.

Kontakt:

EurotaxGlass's International AG
Division Schweiz
Roger Wassmer
Wolleraustrasse 11a
8807 Freienbach
Tel.: +41/55/415'81'00 (G)
Mobile: +41/79/431'46'11
E-Mail: roger.wassmer@eurotaxglass.ch