

17.01.2014 - 14:15 Uhr

AMAG startet mit gutem Ergebnis ins neue Jahr: Erfreuliche Resultate in einem schwierigen Auto-Jahr 2013

Zürich (ots) -

- Marktanteil der AMAG-Marken erstmals auf 29%
- VW erneut die meistgekaufteste Personenwagen-Marke der Schweiz
- Marktanteilsrekord von Audi mit 6,9%
- Umsatz 2013 beträgt 4,5 Mia. Franken
- VW Nutzfahrzeuge mit Rekordergebnis seit Importbeginn
- Rekord-Jahr für SEAT, Marktanteil erstmals 3%
- Noch stärkere Fokussierung auf die Steigerung der Kundenzufriedenheit
- Erstes komplettes Jahr unter den neuen CO2-Vorgaben erfolgreich gemeistert

Dank einer Vielzahl neuer Modelle, einer ungebrochen hohen Kundenloyalität und grossem Kundenvertrauen konnte der Marktanteil von VW, Audi, SKODA und SEAT auf 29% (+0,2%) gesteigert werden. Die AMAG schliesst ein wirtschaftlich stabiles Jahr trotz leicht rückläufigem Markt mit einem konsolidierten Umsatz von 4,5 Milliarden Franken ab. 2013 beschäftigte die gesamte Organisation 5'400 Mitarbeitende, davon 650 Lernende. 2014 erwartet die AMAG eine angespannte Wirtschaftslage und setzt den Fokus noch stärker auf die Kundenzufriedenheit.

2013 wurden gesamthaft 307'885 Personenwagen neu zugelassen - 6,2% weniger als noch im Vorjahr. Dennoch konnten die Marken der AMAG - Volkswagen, Audi, SKODA, SEAT und Volkswagen Nutzfahrzeuge - erneut Marktanteile dazugewinnen. VW ist zum wiederholten Mal und mit 40'925 Einheiten die meistgekaufteste Marke der Schweiz (Marktanteil: 13,3%). Volkswagen ist damit bereits zum 14ten Mal in Serie die Nummer 1 der Schweiz und auch der VW Golf steht einmal mehr zuoberst auf dem Podest - dies zum 38sten Mal. Audi konnte den Marktanteil leicht steigern (+0,2%) und folgt mit einem Marktanteil von 6,9% auf Rang 2. Die Marke mit den vier Ringen führt mit 21'254 neu zugelassenen Fahrzeugen weiterhin das Premiumsegment an. SKODA kann den Marktanteil vom Vorjahr halten (5,8%) und landet mit 17'939 Neuzulassungen auf Rang 4 - gleich hinter zwei Premiummarken. Der SKODA Octavia ist nach dem VW Golf wiederum das zweitbeliebteste Auto der Schweiz. SEAT legt ein Rekordjahr hin und knackt mit insgesamt 9'159 immatrikulierten Fahrzeugen erstmals die wichtige Marke von 3% Marktanteil (Marktanteil: +0,3% / Zulassungen: +2,5%).

Nach dem steten Marktanteilszuwachs der vergangenen Jahre konnte VW Nutzfahrzeuge seine starke Position im hart umkämpften Markt der leichten Nutzfahrzeuge 2013 mit 9'742 zugelassenen Einheiten (davon 3'420 als Personenwagen zugelassen) weiter ausbauen und damit ein neues Rekordergebnis seit Importbeginn realisieren (Marktanteil kumuliert inkl. Personenwagenzulassungen: 23,2% / Marktanteil leichte Nutzfahrzeuge exkl. Personenwagenzulassungen: 19,9%). Auch von SKODA wurden 74 Praktik in diesem Segment zugelassen.

Insgesamt wurden 89'277 Personenwagen der Marken VW, Audi, SKODA und SEAT in der Schweiz neu zugelassen. Hinzu kommen 6'378 leichte Nutzfahrzeuge von VW und SKODA. Daraus ergibt sich für das Jahr 2013 ein Total von 95'655 neu zugelassenen Fahrzeugen aus dem Markenportfolio der AMAG.

Auch die neu gegründete AMAG First AG (ehemals AMAG Porsche RETAIL), die als grösste Porsche Handelsorganisation der Schweiz seit Juli 2013 auch Bentley ins Portfolio aufgenommen hat, schliesst das Jahr mit 1'347 Neuzulassungen über Vorjahr ab (+7,5%). Der neue Bentley Showroom am Standort Zug wird im dann im neuen Markenauftritt im Herbst 2014 eingeweiht, dennoch wurden im vergangenen Jahr bereits sechs Fahrzeuge verkauft.

Die AMAG Leasing AG knüpft nahtlos an die Erfolge der letzten Jahre an und schliesst 2013 mit einem neuen Rekordergebnis ab: 117'989 laufende Leasingverträge (+6% ggü Vorjahr). Besonders erfreulich entwickelt sich das Leasing-Geschäft im Bereich des Fleetmanagements, welcher ein doppelt so schnelles Bestandeswachstum wie das restliche Portefeuille aufweist (>12%).

Mit dem Ende August 2013 in der Schweiz neu eingeführten Occasionsbrand «Das WeltAuto.» hat die AMAG einen wichtigen Meilenstein für die zukünftige Ausrichtung des Gebrauchtwagengeschäfts innerhalb der Gruppe gelegt. «Das WeltAuto.» ist als Occasionsbrand von VW, SKODA, SEAT und Volkswagen Nutzfahrzeuge Teil einer langfristigen Strategie der AMAG und des Volkswagen Konzerns auf dem Occasions-Markt Schweiz. Erster Partnerbetrieb, der den neuen Occasionsbrand erfolgreich vor Ort umsetzte, ist die AMAG Biel. Weitere Betriebe werden folgen und mittelfristig die bestehenden Occasionsmarken der AMAG (100% AMAG Occasionen / ROC) ablösen.

Morten Hannesbo, CEO der AMAG, ist zufrieden mit der Performance der Marken der Volkswagen AG in der Schweiz: «Obwohl die Wirtschaftslage stabil war, blieb der Markt 2013 nur sehr schwierig einzuschätzen. Dass wir unter diesen Bedingungen und den hohen Erwartungen aufgrund der Ergebnisse im Vorjahr dennoch wieder den Marktanteil steigern konnten, zeigt wie gross das Vertrauen in die Marken und die Leistungen unserer Händler und Servicepartner ist. Es ist unseren Partnern neuerlich gelungen, im schwierigen Marktumfeld mit guter Servicequalität Kunden für unsere Produkte und Dienstleistungen zu gewinnen. Mit dem neuen Unternehmensauftritt der AMAG - der weit mehr beinhaltet als bloss ein neues Logo - werden wir in Zukunft noch näher an unseren Kundinnen und Kunden sein.»

Neuer Auftritt legt wichtigen Grundstein für die Zukunft

Im September tat die AMAG einen grossen und wichtigen Schritt: Nach über 70 Jahren hat sie sich vom alten Logo getrennt und einen zeitgemässen und einheitlichen Auftritt eingeführt, der die einzelnen Automarken noch besser in den Vordergrund stellt. Das neue Logo ermöglicht es der AMAG den Kundinnen und Kunden gegenüber schlicht aber doch einprägsam und modern aufzutreten und den Gedanken des «Haus der Marken» besser nach aussen zu tragen. «Ich bin sehr zufrieden mit dem Resultat, das unseren höchsten Dienstleistungsanspruch perfekt verkörpert. Es freut mich, dass der neue Auftritt so positiv aufgenommen wurde - extern wie intern. Ich bin überzeugt, die AMAG muss sich zukünftig über eine absolute Kundenorientierung positionieren. Unser Fokus auf die Kundenzufriedenheit hat sich durch den neuen Auftritt noch verstärkt», so Hannesbo zum neuen Auftritt der AMAG.

Kundenzufriedenheit als Schlüssel zum Erfolg

Die AMAG Betriebe haben in den vergangenen Jahren konsequent am gegenüber Kundinnen und Kunden gearbeitet und stete Verbesserungen herbeigeführt. Dennoch bleibt laut Hannesbo noch Luft nach oben: «Wir wissen, dass die Kundenzufriedenheit bei den eigenen und freien Markenbetrieben einen sehr hohen Stellenwert geniesst. Dass zeigen auch die erneut gestiegenen Werte der Kundenbefragungen. Wenn wir langfristig 33% Marktanteil erreichen wollen, können wir dies aus meiner Sicht aber nur, wenn wir dieses entscheidende Selbstverständnis weiter professionalisieren. Genau zu diesem Zweck haben wir mit der AMAG Academy unser eigenes Kompetenzzentrum ins Leben gerufen.» Die AMAG Academy wurde Mitte 2013 gegründet. Sie wird das innovative Kompetenzzentrum für Aus- und Weiterbildung sowie Unternehmens- und Persönlichkeitsentwicklung für die gesamte AMAG Gruppe und die ganze Organisation. Damit werden alle Personal- und Unternehmensentwicklungsaktivitäten der AMAG Gruppe in der AMAG Academy zusammengeführt. Mittelfristig ist der Bau einer «echten» Academy in Birrfeld/Lupfig geplant. Die Projektausschreibung erfolgt in diesen Tagen.

Erwartungen für das Auto-Jahr 2014 liegen im Rahmen des Vorjahres

«Auch 2014 haben wir mit den neuen, innovativen Produkten des starken Partners Volkswagen AG beste Voraussetzungen. Mit den immer sparsameren Modellen und dem steten Ausbau der Modellpalette sind wir für das kommende Jahr gut aufgestellt. Volumenmodelle wie etwa der VW Golf, SKODA Octavia, Audi A3 oder SEAT Leon werden ihr Potenzial mit weiteren attraktiven Varianten auch 2014 wieder unter Beweis stellen. Ich rechne 2014 mit einem Gesamtmarkt von gut 300'000 neuzugelassenen Personenwagen», wagt Hannesbo eine erste Prognose und fügt kritisch an: «Das Auto-Jahr 2014 wird keinen Deut einfacher werden und mit Sicherheit wieder eine Vielzahl an Herausforderungen für die Schweizer Wirtschaft und die Automobilbranche im Speziellen mit sich bringen. Nur wenn wir unsere Kundinnen und Kunden auch im neuen Jahr mit einem noch besseren und umfassenderen Service begeistern können, können wir uns im knallharten Marktumfeld weiterhin so erfolgreich behaupten.»

Der Gesamtumsatz der AMAG Gruppe liegt 2013 erneut bei 4,5 Mia. Franken.

Zahlen: MOFIS / AMAG intern

Kontakt:

AMAG Automobil- und Motoren AG
Dino Graf

Leiter Corporate Communication
Telefon 056 463 93 51
presse@amag.ch

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100001252/100749937> abgerufen werden.