

22.01.2021 - 15:57 Uhr

AMAG: Im "Corona-Jahr" sehr solide gearbeitet



Cham (ots) -

Die AMAG Gruppe schliesst das herausfordernde Corona-Jahr 2020 mit einem konsolidierten Umsatz von CHF 4,0 Mrd. ab, CHF 0,7 Mrd. (-15 %) tiefer als im Vorjahr. Die Marken Volkswagen, Audi, SEAT, SKODA, und VW Nutzfahrzeuge konnten alle ihre Marktanteile in einem schrumpfenden Gesamtmarkt steigern. In den kommenden Jahren investiert die AMAG weiter in Nachhaltigkeit, neue Technologien und die Digitalisierung.

Am 3. Januar 2020 wurde die AMAG 75 Jahre alt, damals hätte niemand geahnt, dass das Jubiläumsjahr die Schweiz derart prägen würde. Das Corona-Virus und die damit einhergehenden Einschränkungen und Massnahmen haben auch deutliche Auswirkungen auf die Mobilitätsbranche und die AMAG. Mit dem acht Wochen lang dauernden Lockdown, dem damit verbundenen Wegfall des Autosalons Genf und der traditionellen Frühlingsausstellungen sowie der Schliessung der Verkaufsräume in den wichtigen Monaten März, April und Mai sind die Neuwagenverkäufe um 24 Prozent eingebrochen. Zudem kam seit März das internationale Mietwagengeschäft mit den weltweiten Reisebeschränkungen fast komplett zum Erliegen.

Dennoch blickt die AMAG mit einem Umsatz von CHF 4,0 Mrd. auf ein sehr solides 2020 zurück. Morten Hannesbo, CEO AMAG Group AG: "In herausfordernden Zeiten zeigt sich die Stärke der AMAG und die gute Zusammenarbeit der verschiedenen Unternehmen der Gruppe mit unseren Händlern und Partnern. Die Werkstätten haben 2020 sehr gut gearbeitet und es ist der Organisation auch gelungen, den Marktanteil aller unserer Marken zu steigern. Zudem musste keiner unserer Händler Konkurs anmelden. Das spricht für die Stärke unserer Partnerschaften."

Aktuell arbeiten 6472 Mitarbeitende in der AMAG Gruppe. Davon sind 728 Lernende.

2020 fokussierte die AMAG Gruppe weiter auf neue Dienstleistungen. So startete am 16. März AMAG Retail mit dem Online-Sales-Portal: Neu kann der Kunde sein Auto komplett online kaufen. Von der Auswahl über die Preisverhandlung bis hin zum Eintauschangebot und die Zulassung des neuen Autos ist alles online möglich. Das Ziel 100 Verkäufe in 100 Tagen wurde geschafft, bis Ende Jahr wurden über 300 Fahrzeuge auf diesem Weg verkauft. Ausserdem ist zehn Monate später klar, dass sehr viele Kundinnen und Kunden zumindest Teile des

Prozesses online machen, auch wenn der finale Kauf dann immer noch am Handelsplatz stattfindet. Das Online-Geschäft hat zu einem neuen Berufsbild geführt: dem virtuellen Autoverkäufer. Experten beraten dabei die Kunden nicht im Showroom, sondern eben online.

Autos: Nur für ein paar Stunden oder mehrere Jahre

Weiter hat die AMAG Gruppe ihr Angebotsportfolio für die Autonutzung weiter ausgebaut. Heute gibt es bei der AMAG Autos für einige wenige Stunden bis hin zu mehreren Jahren.

Kurzzeitsharing: Im Mai ist Ubeeqo gestartet. Das Produktportfolio von Ubeeqo Schweiz umfasst Carsharing für Privatkunden und Unternehmen. Dabei gibt es einerseits Carsharing-Flotten, die rund um die Uhr der Öffentlichkeit zur Verfügung stehen und von Einzelpersonen und Unternehmen genutzt werden können. Die Fahrzeuge sind an strategischen Standorten in Zürich, Basel, Bern, Luzern und Genf platziert und bieten Preise pro Stunde und Kilometer an. Andererseits können Pool-Fahrzeuge für ein grosses Unternehmen, eine Gemeinde oder für eine Überbauung angeboten werden. Diese Geschäftslösung wird mit einer monatlichen Pauschale verrechnet.

Klassische Fahrzeugmiete: Mit Europcar hat die AMAG das grösste Angebot im klassischen Mietwagengeschäft, das normalerweise zwischen einem Tag und wenigen Wochen genutzt wird. 2020 hat sich positiv ausgewirkt, dass Europcar in der Schweiz sehr stark im Binnenmarkt tätig ist. Damit konnte das zusammengebrochene internationale Geschäft etwas abgefedert werden.

Abomodell für 1 bis 12+ Monate: Das 2019 lancierte Abomodell Clyde, bei dem man ein Auto zwischen einem und zwölf Monaten oder auch länger nutzen kann, hat sich ebenfalls erfreulich entwickelt. Bis Ende 2020 konnten fast 900 Autos ausgeliefert werden. 2021 startet Clyde mit einem neuen Auftritt.

Leasing ab einem Jahr: Die AMAG Leasing, die verschiedenste Varianten - vom klassischen bis hin zum Vollkosten-Leasing - anbietet, kann auf ein erfolgreiches 2020 zurückblicken, denn die Anzahl Neuverträge konnte trotz gesunkenem Gesamtmarkt weiter -auf knapp 65'000 Verträge -gesteigert werden, das Portfolio wuchs um rund 8% auf knapp 175'000 Verträge.

Im April 2020 konnte die AMAG Leasing AG unter Führung der Credit Suisse mit 24 Schweizer Banken und einer Liechtensteinischen Bank einen neuen Konsortialkreditvertrag über CHF 1,9 Mrd. mit einer Laufzeit von fünf Jahren abschliessen.

Im September platzierte die AMAG Leasing AG die erste Schweizer Auto ABS-Anleihe nach dem Lockdown mit einem beachtlichen Volumen von CHF 250 Mio. Die mittels Leasingforderungen besicherte Anleihe hat eine erwartete Laufzeit von 3 Jahren und wurde durch Fitch und Standard & Poor's mit einem AAA-Rating bewertet.

Ein Autoleben lang: Und natürlich betreuen alle unsere Markenpartner, AMAG Retail und AMAG First die Kundenfahrzeuge gerne ein Leben lang. Im letzten Jahr hat sich erfreulicherweise gezeigt, dass die Kundinnen und Kunden ihre Fahrzeuge gerne der AMAG anvertrauen, so war die Auslastung der Werkstätten über das ganze Jahr sehr gut. Allein AMAG Retail hat 2020 über 39'000 Neuwagen und rund 30'000 Occasionen an Kunden abliefern können, AMAG First 1'325 Porsches.

Morten Hannesbo: "Heute kann die AMAG fast jedes Kundenbedürfnis rund um die motorisierte, individuelle Mobilität erfüllen, was die Kundinnen und Kunden auch schätzen. Das durften wir im vergangenen, besonderen Jahr erfahren, denn die Auslastung unserer Betriebe war sehr gut und die Verkäufe, auch bei Porsche, über Marktdurchschnitt. Zudem wurden unsere neuen Angebote sehr gut angenommen."

Automarkt deutlich im Minus, AMAG Marken mit Zuwächsen

Der Schweizer Automarkt ist 2020 deutlich eingebrochen und liegt mit 236'828 Einheiten und einem Minus von 24,0% auf dem Niveau wie 1980. Dem konnten sich auch die AMAG Marken nicht entziehen. Insgesamt konnten trotzdem 71'290 Personenwagen zugelassen werden. Damit konnte die AMAG ihren Marktanteil auf erstmals 30,1% steigern. Fünf AMAG Modelle liegen dabei in den Top-Ten der Modellrangliste, der SKODA Octavia ist zum vierten Mal auf dem Siegerpodest.

Volkswagen ist mit 26'417 Zulassungen weiterhin die Nummer 1 der Schweiz und hat 0,1% Marktanteil dazugewonnen. Mit Tiguan und Golf sind zwei Modelle in den Top-Ten. Zudem konnten seit seiner Lancierung im September über 1'000 VW ID.3 zugelassen werden

SKODA belegt mit 18'757 Zulassungen den vierten Platz und hat den Marktanteil um 0,2% steigern können. Neben dem meistgekauften Personenwagen und Lieblingsauto der Schweiz, dem neuen Octavia, ist auch der Karoq in den Top Ten.

Audi hat mit 14'862 Zulassungen den fünften Platz erreicht und den Marktanteil ebenfalls um 0,3%, steigern können. Mit dem Q3 hat auch Audi ein Modell in den Top-Ten. Und von der Modellreihe e-tron konnten 2020 rund 900 Einheiten verkauft werden.

SEAT, zusammen mit CUPRA, belegt erneut den sechsten Rang und konnte 11'254 Einheiten absetzen (+ 0,2% Marktanteil). Seit dem 1. November werden die Cupra-Modelle über ausgewählte Cupra-Händler angeboten, gleichzeitig mit der Lancierung des ersten eigenständigen Modells, dem Formentor.

VW Nutzfahrzeuge konnte 2020 8'315 Einheiten absetzen und hat damit einen Marktanteil von 20,1% erreicht. Erstmals führt VW Nutzfahrzeuge zudem die Rangliste der Freizeitmobile und Camper an.

Morten Hannesbo: "In diesem besonderen Jahr haben alle unsere Marken zulegen können, zudem haben wir über 4'406 'Steckerfahrzeuge' und weitere 7'676 Autos mit neuen Antrieben verkaufen können. Das ist eine tolle Leistung in dieser Zeit und zeigt, wie stark die Markenpartner unserer Marken aufgestellt sind und wie kundenorientiert sie arbeiten."

Investitionen in die Zukunft

2021 wird die AMAG weiter in ihre Geschäftseinheiten und die Infrastruktur investieren. Die AMAG Import AG plant am Standort Birrfeld ein neues Aus- und Weiterbildungszentrum für die gesamte Markenorganisation, ausgerichtet auf die Technologien der Zukunft.

Zum Jahreswechsel wurde die ganze Fahrzeug- und Teilelogistik in eine neue Firma überführt. Die mobilog AG wird ihre Logistikdienstleistungen auch Drittkunden anbieten. Am Standort Birrfeld/Lupfig ist der Bau eines neuen Auto-Lagerhauses geplant, zudem wird aktuell ein neues Karosserie- und Lackzentrum in Birrfeld gebaut.

Insgesamt investiert die AMAG am Standort Birrfeld in den kommenden Jahren rund 65 Millionen Franken.

Die AMAG Automobil und Motoren AG übernimmt per 1. April 2021 das VW- und VW-NF-Geschäft der Basler Grosspeter AG. Zudem werden in Biel, Noranco, Emmen und Bachenbülach neue Betriebe eröffnet, in Wettswil und Balerna zudem zwei neue Carrosserie Center. Anfang 2021 geht mit "AMAG Occasionen" ein neues Angebot und Qualitätsversprechen der AMAG an den Start, das für alle Standorte und Occasionen gelten wird. Am Standort Schinznach-Bad wurde am 4. Januar 2021 ein erster AMAG Classic Standort eröffnet, der sich um Old- und Youngtimer aller AMAG Marken kümmern wird.

Die AMAG Gruppe wird die Investitionen in den Bereichen Nachhaltigkeit, neue Technologien und Digitalisierung in den kommenden Jahren weiter steigern.

Helmut Ruhl, CFO und ab dem 1. März 2021 CEO der AMAG Gruppe: "Die AMAG hat 2020 und die Jahre davor sehr solide gearbeitet. Wir werden unser Kerngeschäft weiterhin hegen und pflegen. Für viele Anwendungen ist heute ein moderner Diesel oder Benzinmotor der richtige Antrieb. Und gleichzeitig gilt: Nachhaltigkeit ist kein Trend, sondern eine fundamentale Veränderung. Wir stehen am Beginn des "Elektrozeitalters". Und wir wollen uns zur führenden Anbieterin nachhaltiger individueller Mobilität entwickeln. Wir werden uns deswegen auch einen hinreichend ambitionierten Plan geben, um vor Ende des Jahrzehnts bilanziell CO2-neutral zu werden. Und wir wollen zeigen, dass die Präsenz im ganzen Land ein Vorteil ist - auch in einer digitalisierten Welt. Unsere Kunden verändern sich. Und auch wir werden digitaler und nachhaltiger. Ich freue mich sehr, mit dem starken AMAG Team und unseren Markenpartnern die Mobilität der Zukunft mit- und diesen Wandel ab März in meiner neuen Funktion zu gestalten."

Pressekontakt:

AMAG Group AG
Dino Graf
Leiter Group Communication
Telefon +41 44 269 53 00
presse@amag.ch

AMAG Group AG
Emanuel Steinbeck
Leiter Group PR & CSR
Telefon +41 44 269 53 04
presse@amag.ch

Medieninhalte



Morten Hannesbo, CEO AMAG Group AG (links), und Helmut Ruhl, CFO AMAG Group AG (rechts), vor dem neuen VW ID.4 in Cham (ZG). / Weiterer Text über ots und www.presseportal.ch/de/nr/100001252 / Die Verwendung dieses Bildes ist für redaktionelle Zwecke honorarfrei. Veröffentlichung bitte unter Quellenangabe: "obs/AMAG Group AG"

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100001252/100863761> abgerufen werden.