
Autohandel nach dem Lockdown: Von Entwarnung keine Spur

Von Rainer Strang,cen

Die Bilanz der Autohändler jedenfalls fällt nach den ersten sechs Tagen geöffneter Showräume ernüchternd aus. Zwar hatte niemand damit gerechnet, dass die Kunden nach der staatlich verordneten Schließung des stationären Handels vor den Betrieben Schlange stehen würden. Dass das Interesse an neuen Autos aber so gering zu sein scheint, hat viele Händler doch überrascht und neue Sorgen geschürt. Der Ruf nach finanzieller Förderung durch die öffentliche Hand wird lauter – nicht nur beim Handel, sondern auch bei Herstellern und Zulieferern.

In den Ausstellungsräumen des Autohauses Gieraths an der Kölner Straße in Bensberg sieht eigentlich alles wie immer aus – bis auf die Desinfektionsmittel, die auf den Schreibtischen der Verkaufsberater stehen, Hinweisschildern, die Kunden daran erinnern, 1,5 Meter Sicherheitsabstand einzuhalten und die Distanzmarkierungen vor dem Schalter Kasse/Information. Nur wenige Kunden schauen sich an diesem Sonnabendmorgen die blankpolierten Neuwagen von Opel, Hyundai und Seat an. Es ist ruhig im Autohaus Gieraths.

Viel Betrieb war nur an den ersten Tagen

Dabei war die erste Woche nach dem Shutdown für den Familienbetrieb gar nicht so schlecht angelaufen. „An den ersten beiden Tagen ist das Kundeninteresse sogar überraschend groß gewesen“, sagt Mit-Geschäftsführerin Gabriele Gieraths. Danach seien die Besuche allerdings deutlich zurückgegangen. Obwohl Gabriele Gieraths Optimistin ist, blickt sie skeptisch in die Zukunft. Mit ihren zwölf Verkaufsberaterinnen und -beratern, die aus der Kurzarbeit zurückgekehrt sind, klappert sie die Bestandskunden ab. „An die Gewinnung neuer Kunden ist jetzt nicht zu denken“, so die Unternehmerin. Am Himmel des deutschen Automobilhandels ziehen erneut dunkle Wolken auf.

Der fünfwöchige Shutdown hat zu massiven Umsatzeinbrüchen geführt. Viele Unternehmen haben bis zu 80 Prozent weniger Neuwagen verkauft als sonst. Umso größer war die Erleichterung, als die Bundesregierung den stationären Autohandel ab 20. April wieder freigab. Nur die Bayern, Berliner und Brandenburger mussten sich auf Beschluss ihrer Landesregierungen bis zu einer Woche länger gedulden. „Die Öffnung war ein wichtiges Signal an die Autohäuser“, schwärmte Jürgen Karpinski, Präsident des Zentralverbands Deutsches Kraftfahrzeuggewerbe (ZDK), und hoffte: „So lässt sich zumindest noch ein Teil des weitgehend verloren gegangenen und besonders wichtigen Frühjahrsgeschäfts retten.“

Die Lager stehen voller Autos

An Ware mangelt es nicht. Die Lager des Handels sind prall gefüllt, weswegen Experten in den kommenden Wochen mit hohen Rabatten rechnen. Die Gieraths haben 80 neue Opel Corsa-e bestellt und wünschen sich nichts sehnlicher als einen zügigen Abverkauf der Elektroautos. Nimmt man allerdings die erste Woche nach dem Shutdown als Indikator, werden sich die Hoffnungen von ZDK-Präsident Karpinski kaum erfüllen.

„Am Montag brummte der Laden. Da sind auch viele Sehleute gekommen. Kein Wunder, nachdem die Menschen fünf Wochen lang eingesperrt waren. Das Interesse währte aber nur einen Tag“, resümiert Burkhard Weller, Geschäftsführer der Weller Gruppe, die

zwischen Bad Homburg und Hamburg an 16 Standorten BMW/Mini und in 14 Betrieben Toyota/Lexus verkauft. In der ersten Woche nach dem Shutdown seien die Verkäufe um 50 Prozent eingebrochen. „Damit fährt man keinen Laden schwarz“, so Weller. Jetzt komme es darauf an, Zuversicht auszustrahlen und den Kunden Mut zu machen. Weller: „In diesen unsicheren Zeiten hat der Autoverkauf viel mit Psychologie zu tun.“

Zehn bis 50 Prozent des normalen Geschäfts

Frank Göthling, der in seinen acht Vertriebsstützpunkten in der Region Rhein/Main alle Volumenmarken des Volkswagen Konzerns vertreibt, erlebte in der vergangenen Woche ein Wechselbad der Gefühle. „Es gab Tage, wo nichts los war. An anderen Tagen war etwas mehr los“, zieht er Bilanz. Je nach Marke und Klientel mussten sich der Chef von Göthling & Kaufmann und seine Mannschaft mit zehn bis 50 Prozent des normalen Geschäfts zufriedengeben.

Angeichts solcher Schwierigkeiten unterstützt FCA Germany seine Händler mit der Sonderaktion „Di più“ (noch mehr). Bei Fiat, Abarth, Alfa Romeo und Jeep heißt das: Jetzt kaufen und erst im Januar 2021 die erste von bis zu 48 Raten zahlen. „Di più“ ist ohne Anzahlung und mit Zinssätzen von null bis maximal 2,99 Prozent modular aufgebaut. „Wir wollen mit diesem Programm einen zügigen Neustart der Verkaufsaktivitäten unserer Handelspartner unterstützen“, sagt Maria Grazia Davino, Vorstandsvorsitzende von FCA Germany in Frankfurt. Es gäbe nichts Schlimmeres als Stillstand.

Audi will seinen Händlern ebenfalls mit speziellen Kundenprogrammen den Wiedereinstieg in das stationäre Geschäft erleichtern. Dazu zählen attraktive Finanzierungskonditionen, kostenlose Serviceangebote und Prämien für Lagerwagen. Ford schenkt Käufern eines Lagerfahrzeugs oder eines neu bestellten Ford Kuga mit Plug-in-Hybridantrieb die ersten drei Monatsraten der Finanzierung.

Welle von Insolvenzen

Trotz Öffnung der Betriebe haben nach einer Analyse des Fachmagazins „Autohaus“ über 60 Prozent der Autohändler Angst ums Überleben ihres Unternehmens. Constantin M. Gall von der renommierten Wirtschaftsprüfungsgesellschaft Ernst & Young befürchtet eine Welle von Insolvenzen. „Die Insolvenzwelle steigt“, prophezeit auch Prof. Stefan Bratzel, Direktor des Center of Automotive Management (CAM) in Bergisch Gladbach. Kurzarbeit, zunehmende Arbeitslosigkeit und Rezession lähmen die Lust am Autokauf.

Laut einer Studie der Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) haben die Pandemie und die Maßnahmen zur Eindämmung des Virus die Verbraucherstimmung im April schwer getroffen. Einkommenserwartung und Anschaffungsneigung befänden sich im freien Fall. Für den Mai erwartet die GfK einen historischen Tiefstand. „Dem Konsumklima dürften in den nächsten Monaten schwierige Zeiten bevorstehen,“ prognostiziert GfK-Konsumexperte Rolf Bürkl. Die Verbraucher gingen davon aus, dass Deutschland durch die Corona-Krise in eine schwere Rezession stürzen werde. Die Verunsicherung unter den Konsumenten sei riesig. Die Anschaffungsneigung geriete in den Strudel der abstürzenden Einkommensaussichten. Der Geschäftsklimaindex des Münchner Ifo-Instituts rutschte im April in ein „historisches Tief“. „Die Stimmung unter den deutschen Unternehmen ist katastrophal“, stellt ifo-Präsident Clemens Fuest fest.

Branche fordert Kaufanreize

In dieser kritischen Situation rufen Analysten und Betroffene nach einer weiteren staatlichen Unterstützung. Zusätzliche Kaufprämien für Elektro- und Hybridautos sowie für Verbrenner mit der neuesten Schadstoffnorm hält ZDK-Vizepräsident Thomas Peckruhn jetzt für „extrem wichtig“. Constantin M. Gall sieht das ebenso. In diesem

Zusammenhang verweist der Handel auf die Abwrackprämie, mit der der Staat im Finanzkrisenjahr 2009 die Nachfrage nach neuen Autos stimulierte. ZDK-Präsident Karpinski mahnt zudem die von der Bundesregierung schon zu Jahresbeginn versprochene Erhöhung der Umweltpremie für Elektrofahrzeuge an. Viele Interessenten hätten in Erwartung der höheren Prämie mit monatelanger Kaufzurückhaltung reagiert.

Automobilhersteller und Zulieferer schließen sich den Forderungen des Handels nach Kaufanreizen an. Nach den Worten von Hildegard Müller, Präsidentin des Verbands der Automobilindustrie (VDA), sei es wichtig, dass entsprechende Maßnahmen bald beschlossen und möglichst viele Fahrzeugsegmente berücksichtigt würden. „Nur mit einer solchen Breitenwirkung ergibt sich ein signifikanter Effekt auf die Kaufentscheidungen der Kunden und damit auf die Produktion und die gesamte Wertschöpfungskette“, so Müller wohl wissend, dass der Kauf von Elektroautos und Plug-in-Hybriden bereits staatlich gefördert wird. Als Kaufanreiz im Gespräch ist auch eine vorübergehende Senkung der Mehrwertsteuer, die viele für wirksamer halten als das Modell Abwrackprämie. Beide Themenkomplexe werden wohl auf der Agenda des Video-Autogipfels stehen, zu dem Bundeskanzlerin Angela Merkel Branchenvertreter am 5. Mai eingeladen hat.

Heftige Kritik übt Burkhard Weller in diesem Zusammenhang an der „Ankündigungspolitik“ von Bundeswirtschaftsminister Peter Altmaier. „Sobald die Politik über Kaufanreize diskutiert oder in Aussicht stellt, warten die Kunden so lange, bis es so weit ist“, sagt Weller und fordert deshalb schnelle Entscheidungen rückwirkend zum 20. April, wo der stationäre Handel seinen Betrieb wieder aufnehmen durfte. Alles andere sei gegenüber den Kunden ungerecht.

Der Markt ist eingebrochen

Ebenso wie der Automobilhandel befinden sich auch die Hersteller Corona bedingt in einer äußerst kritischen Lage. In Europa sind im März 853.100 Pkw neu zugelassen worden, 52 Prozent weniger als im Vorjahresmonat. In Deutschland haben die Neuzulassungen um 38 Prozent nachgegeben. Laut VDA hat der europäische Markt das erste Quartal 2020 mit einem deutlichen Minus abgeschlossen: 3,1 Mio. Neufahrzeuge entsprächen einem Rückgang von 26 Prozent gegenüber dem Vorjahresquartal.

Die schlechten Nachrichten reißen nicht ab. Volkswagen hat für das laufende Jahr eine Gewinnwarnung veröffentlicht. Beim Premiumhersteller Daimler ist das Ergebnis vor Zinsen und Steuern im ersten Quartal um 78 Prozent auf 617 Millionen Euro eingebrochen. Ford hat im selben Zeitraum einen Verlust von 1,8 Milliarden Euro eingefahren. Auch PSA meldet hohe Verluste bei Absatz und Umsatz. Autoexperte Ferdinand Dudenhöffer erwartet, dass die deutsche Automobilproduktion im laufenden Jahr auf 3,8 Millionen Fahrzeuge sinken könnte. Das wären 900.000 Autos weniger als im vergangenen Jahr.

Produktion startet unter erschwerten Bedingungen

Derweil fahren Automobilhersteller und Zulieferer ihre seit Wochen ruhende Produktion unter schwierigen Rahmenbedingungen allmählich wieder hoch. Die aktuellen Hygiene- und Gesundheitsvorschriften führen zu massiven Einschnitten im Produktionsablauf. In den Fabriken arbeiten weniger Menschen, um die Abstände einzuhalten. Taktzeiten verlängern sich. Es werden weniger Schichten gefahren. Kurzarbeit wird die Werke noch lange begleiten. Bis die Produktion wieder Vor-Corona-Niveau erreicht, werden wahrscheinlich Monate vergehen.

Kritische Faktoren: Nachfrage und Lieferketten

Die Zukunft der Branche hängt nach Expertenmeinung vor allem von zwei kritischen Faktoren ab: der weiteren Entwicklung der Nachfrage und funktionierenden internationalen Lieferketten. Nach Überzeugung von Ernst & Young ist die Zulieferkette die Achillesferse der gesamten Industrie. Im schlimmsten Fall stünden die Werke schon nach wenigen Tagen wieder still, weil wichtige Teile fehlen.

„Nach der Erarbeitung eines umfangreichen Maßnahmenkatalogs zum Gesundheitsschutz der Belegschaft haben wir auch den Wiederaufbau unserer Lieferketten vorangetrieben,“ betont Ralf Brandstätter, Chief Operation Officer bei der Volkswagen AG. Der Produktionsanlauf erfolge „entsprechend der derzeitigen Verfügbarkeit von Teilen, der staatlichen Auflagen in Deutschland und Europa und der Entwicklung in den Vertriebsmärkten“. „Unsere Planungen für den Wiederanlauf des Betriebs basieren darauf, wie sich die Bedingungen entwickeln und welche Vorgaben wir vor Ort von den Regierungsstellen erhalten“, sagt Stuart Rowley, Präsident bei Ford Europa.

Schutz der Belegschaft hat Priorität

So wie VW und Ford agieren alle Hersteller und betonen unisono, dass der Schutz der Belegschaft bei Wiederaufnahme und Hochfahren der Fertigung höchste Priorität genieße. Bei Audi haben Fertigungsabschnitts- und Gruppenleiter zusammen mit Experten aus Arbeitssicherheit, Gesundheitswesen, Industrial Engineering und Betriebsrat jeden einzelnen Arbeitsplatz analysiert und Verbesserungsvorschläge erarbeitet. Erst mit Zustimmung aller Beteiligten gilt ein Arbeitsplatz als „Corona-ready“.

Mit einer Rückkehr zur Normalität rechnet Automobilhändler Burkhard Weller frühestens im nächsten Jahr. Die weltweit verzahnten Lieferketten seien noch viel zu fragil. „Der Erfolg unseres Geschäfts hängt von vielen Faktoren ab, die wir als letztes Glied der Wertschöpfungskette nicht beeinflussen können.“ Frank Göthling bedauert deshalb auch, dass der Handel nicht in der Lage ist, Kunden bei Neubestellungen einen verbindlichen Liefertermin zu nennen. Das mache das Geschäft nicht einfacher. (ampnet/rs)

Bilder zum Artikel



Gabriele Gieraths.

Foto: Auto-Medienportal.Net/Rainer Strang