

## Pressemeldung

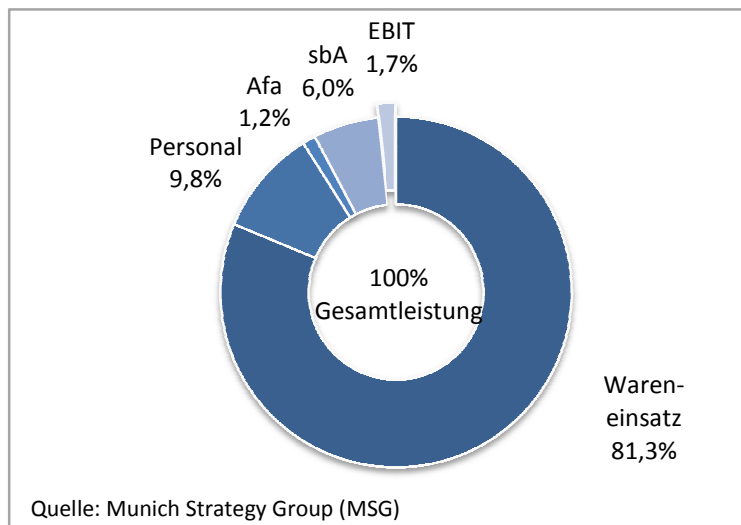
08. August 2008

### Autohandel in Deutschland mitten in Konsolidierungsphase – Strategien von der Stange greifen nicht.

*Aktuelle Studie belegt Renditeschwäche im Autohandel und untersucht häufig angewendete Strategien hinsichtlich ihrer Erfolgsaussichten*

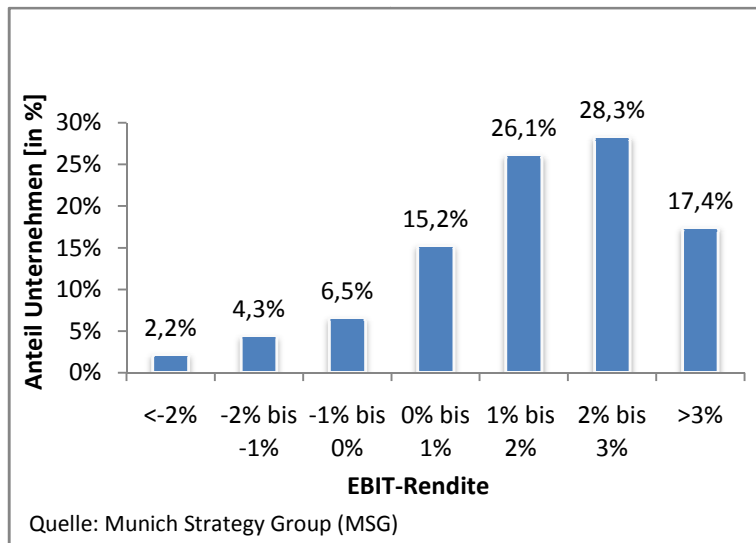
Die Debatte um den Klimaschutz, stark steigende Treibstoffkosten oder die Neuordnung der KFZ-Steuer nach Schadstoffausstoß sind nur einige Themen, die den Markt für Automobilhändler äußerst schwierig gestalten. Hinzu kommen wachsende Anforderungen der Hersteller hinsichtlich der Präsentation ihrer Fahrzeuge, wachsende Modellvielfalt und kürzer werdende Modelllebenszyklen.

Das Ergebnis ist eine durchschnittliche EBIT-Rendite von gerade einmal 1,7% - zu wenig, um ein schwieriges Jahr, beispielsweise nach einer Mehrwertsteuererhöhung, unbeschadet zu überstehen. Das Ergebnis sind die vielen Autohäuser, die heute in der Krise stecken.



Durchschnittliche GuV Relationen im Autohandel (in % der Gesamtleistung)

Umsatzwachstum, Diversifizierung des Markenportfolios und regionale Ausbreitung durch den Zukauf von Standorten sind drei häufig diskutierte Strategien im Automobilhandel. Eine aktuelle Untersuchung der Munich Strategy Group (MSG), bei der rund 50 deutsche Automobilhandelsunternehmen eingehend analysiert wurden, stellt diese Strategien hinsichtlich der Auswirkung auf die Ertragskraft auf den Prüfstand.



Verteilung der analysierten Unternehmen nach EBIT-Klassen

Die Studie der Münchener Strategieberater kommt zu dem Ergebnis, dass es „das“ Erfolgsrezept schlecht hin nicht gibt. Vielmehr führt keine der oben genannten Strategien per se zu einer signifikant höheren Ertragskraft. Dennoch gibt es Autohäuser, die auch in schlechten Zeiten noch profitabel wirtschaften. Diese zeichnen sich in der Regel dadurch aus, dass sie ihr Markt- und Wettbewerbsumfeld, die eigene Leistungsfähigkeit sowie die Erfolgsfaktoren in ihrem Marktgebiet sehr gründlich analysiert haben und die entsprechenden Schlussfolgerungen für ihre eigene Strategie abgeleitet haben.

Die Studie gibt darüber hinaus Handlungsempfehlungen für die Entwicklung einer individuellen Unternehmensstrategie im Autohaus und nennt die wesentlichen Stolpersteine auf dem Weg dorthin.

Die vollständigen Ergebnisse der Untersuchung können gegen eine Schutzgebühr von € 25,00 zzgl. MwSt. angefordert werden unter

Munich Strategy GmbH & Co. KG  
 Frau Katrin Große  
 Prinzregentenstr. 91  
 81677 München  
 Telefon: +49-89-414244980  
 E-Mail: info@munich-strategy.com