

1 Branche in Kürze

Auswirkungen der Corona-Pandemie

Die Corona-Krise geht bislang für die Kfz-Branche mit gravierenden Einbußen einher: Laut Statistischem Bundesamt entstand im Kfz-Handel (WZ-Code 45.1) ein Umsatzminus von rund 3% gegenüber 2019. Vor allem die Schließung der Verkaufsräume wirkte sich im ersten Halbjahr 2020 massiv aus. In der zweiten Jahreshälfte 2020 wuchs der Umsatz um 9,9% gegenüber dem Vorjahreszeitraum. Dabei haben Nachholeffekte eine wesentliche Rolle gespielt.

Auch die Zahl der Neuzulassungen ist stark eingebrochen. Nach Angaben des Kraftfahrt-Bundesamtes wurden in den ersten sechs Monaten 2020 nur noch rund 1,2 Mio. neue Pkw zugelassen. Das waren 34,5% weniger als im Vorjahreszeitraum. Im zweiten Halbjahr 2020 erholte sich die Branche dann deutlich. Insgesamt wurden 2020 rund 2,9 Mio. Neufahrzeuge zugelassen, was einem Minus von 19,1% gegenüber 2019 entspricht.

In Kapitel 3.1 finden sich schwerpunktmäßig weitere Informationen über die Folgen der Pandemie für den Kfz-Handel.

Steigerungen beim Gebrauchtwagengeschäft

Das Kfz-Gewerbe registrierte 2020 einen Umsatzrückgang von 0,7% auf rund 184,8 Mrd. €. Davon entfielen 62,9 Mrd. € auf den Pkw-Neuwagenhandel (-14,4%) und 82,2 Mrd. € auf den Gebrauchtwagenhandel (+18,6%). Der Lkw-Handel kam insgesamt auf knapp 12,2 Mrd. € (-8,8%). Die Serviceumsätze sind fast genauso stark geschrumpft

im Vergleich zum Jahr davor – auf rund 27,5 Mrd. € (-8,3%). Dies führte in vielen Betrieben zu weiter sinkenden Erträgen.

Über 7 Mio. Pkw wechselten 2020 die Besitzer, einschließlich Privatverkäufen. Das waren zwar weniger als 2019, dennoch stiegen die Umsätze um 18,6%, da die Gebrauchtwagenpreise deutlich angezogen haben.

Elektromobilität und Digitalisierung verändern die Rolle der Händler

Die Digitalisierung, die Transformation hin zur Elektromobilität, ein verändertes Käuferverhalten sowie die zunehmende Bedeutung des Internets beim Automobilkauf stellen den Autohandel vor große Herausforderungen. Häufig entstehen die Erstkontakte zu den Kunden über die Websites der Automobilhersteller oder über die Online-Autobörsen. Dabei könnte dem stationären Handel ein Teil des Neuwagengeschäfts verloren gehen. Zudem erweitern die Automobilhersteller eigene Onlineangebote und forcieren so den Neuwagen-Direktverkauf über das Internet. Für die Kfz-Händler entsteht langfristig die Gefahr, dass sie für die Fahrzeughersteller primär nur noch verkaufsunterstützend tätig sein könnten.

Die Elektromobilität wird das Kfz-Gewerbe auf Dauer massiv verändern, da Elektroautos viel weniger Wartung und weniger Ersatzteile benötigen als Verbrenner. Auch die strengeren gesetzlichen Vorgaben zum Klimaschutz werden die Hinwendung zur Elektromobilität beschleunigen.

Auszug aus Kap. 6: Chancen und Risiken im Überblick

Chancen
Zukunftssicheres Markenportfolio, marktgängige Modelle
Ausbau der Digitalisierung in den Geschäftsprozessen
Risiken
Lückenhafte Marktkenntnisse, unzureichende Digitalisierung
Massive Einbußen durch die Corona-Krise

Quelle: Branchendienst der Sparkassen-Finanzgruppe

Inhalt

1	Branche in Kürze	2
2	Branchenbeschreibung	4
3	Branche in Zahlen	6
3.1	Volkswirtschaftliche Kennzahlen	6
3.2	Branchenspezifische Kennzahlen der Sparkassen-Finanzgruppe	13
4	Branchenwettbewerb	17
4.1	Wettbewerbssituation	17
4.2	Bedeutende Unternehmen	20
5	Rahmenbedingungen	22
6	Trends und Perspektiven	25
	Glossar	30
	Programm der Branchenreports 2021	31
	Impressum	32

Hinweis zur Corona-Pandemie:

Der Branchenreport enthält alle Entwicklungen und Auswirkungen der Corona-Pandemie, sofern uns diese zum Redaktionsschluss (10.6.2021) vorlagen.

2 Branchenbeschreibung

Das Kraftfahrzeuggewerbe besteht aus dem Handel sowie dem Servicebereich mit dem Werkstatt- und Ersatzteilmarkt. Dieser Bericht umfasst den Handelsbereich mit den Segmenten Neu- und Gebrauchtwagen. Gebrauch- und Neufahrzeughändler erbringen häufig auch Werkstatt- und weitere Serviceleistungen rund um Reparaturen, Ersatzteilbeschaffung sowie zur Finanzierung.

Im Neuwagenvertrieb unterscheidet man ein- oder mehrstufige Vertragshändlersysteme. Bei der einstufigen Variante gibt es nur eine Einzelhandelsebene. Alle Vertragshändler haben in diesem Fall einen Vertrag mit dem jeweiligen Automobilhersteller. Mehrstufig ist ein Vertragshändlersystem dann, wenn es neben den Vertragshändlern – Haupt-, A- oder Direkthändler – noch eine weitere Absatzstufe mit Unter-, B- oder Partnerhändlern umfasst. Für die reinen Gebrauchtwagenhändler gibt es keine entsprechenden vertraglichen Regelungen mit Automobilherstellern.

Auf der Großhandelsebene agieren die jeweiligen nationalen Vertriebsgesellschaften, bei denen es sich entweder um herstellereigene Tochtergesellschaften oder um vertragsgebundene Importeure handelt, etwa Generalimporteure. Generell wickeln die meisten Hersteller den Absatz in bedeutenden Märkten mit ihren eigenen nationalen Vertriebsgesellschaften ab (z.B. Mercedes-Benz Vertrieb Deutschland). Damit sichern sie sich die Kontrolle über das Netz ihrer Vertragshändler und über die Marktbearbeitung.

Auf der Einzelhandelsebene gibt es im Neuwagenbereich zum einen den Direktvertrieb über werkeigene Niederlassungen und zum anderen die selbstständigen Vertragshändler. Auch Mischformen zwischen verschiedenen Vertriebsvarianten werden praktiziert, etwa Joint-Ventures zwischen Herstellern und privaten Autohäusern oder Betreibermodelle. Hier stellen die Hersteller einem Betreiber zu einer von ihm subventionierten Miete eine Autohaus-Immobilie zur Verfügung. Zu den Sonderformen zählt man gemeinhin die unabhängigen Leasinggesellschaften sowie die Vermittler.

Beim Direktvertrieb vermarktet ein Automobilhersteller seine Fahrzeuge ohne Einschaltung eines rechtlich und wirtschaftlich selbstständigen Händlers. Zentrale Verkaufsabteilungen vermarkten die Fahrzeuge direkt, etwa an Mitarbeiter, Behörden oder VIPs, zunehmend aber auch online an andere weitere Zielgruppen. Der Vertrieb über werkeigene Niederlassungen (Eigen-Retail) zählt ebenso zu dieser Kategorie wie der Onlinevertrieb durch den Hersteller.

Vertrieb mittels Vertragshändler

Die Automobilhersteller setzen hier auf den sogenannten Selektivvertrieb, wobei sie die Zahl ihrer Vertragshändler entsprechend ihrer vertriebspolitischen Ziele begrenzen. Dabei fordern sie von den Vertragshändlern die Erfüllung bestimmter qualitativer und quantitativer Standards.

Allerdings verändert das Internet den Markt grundlegend. Früher fuhren die Kunden zu den Händlern vor Ort, um die Fahrzeuge auszuwählen. Im Internet ist der Händler gleichsam per Mausklick austauschbar geworden.

Abbildung 2:
WZ-Code-Klassifizierung

WZ-Code	Wirtschaftsgliederung
45.1	Handel mit Kraftwagen
45.11	Handel mit Kraftwagen mit einem Gesamtgewicht von 3,5 t oder weniger
45.11.0	Handel mit Kraftwagen mit einem Gesamtgewicht von 3,5 t oder weniger. Diese Unterklasse umfasst: Groß- und Einzelhandel sowie Handelsvermittlung von neuen und gebrauchten Kraftwagen: Personenkraftwagen einschließlich Sonderfahrzeuge wie Krankenwagen, Kleinbusse usw. (mit einem Gesamtgewicht von 3,5 t oder weniger), Groß- und Einzelhandel mit sowie Handelsvermittlung von geländegängigen Kraftwagen (mit einem Gesamtgewicht von 3,5 t oder weniger)
45.19	Handel mit Kraftwagen mit einem Gesamtgewicht von mehr als 3,5 t
45.19.0	Handel mit Kraftwagen mit einem Gesamtgewicht von mehr als 3,5 t. Diese Unterklasse umfasst: Groß- und Einzelhandel sowie Handelsvermittlung von neuen und gebrauchten Kraftwagen: Lastkraftwagen, Anhänger und Sattelanhänger, Wohnwagen und Wohnmobile, Groß- und Einzelhandel mit sowie Handelsvermittlung von geländegängigen Kraftwagen (mit einem Gesamtgewicht von mehr als 3,5 t)

Quelle: Statistisches Bundesamt