



Autohaus Bleuel GmbH . Postfach 3148 . 50146 Kerpen – Sindorf

Per Telefax vorab: 0228-9127153

Herrn

Jürgen Karpinski

Präsident des Zentralverbands

Deutsches Kraftfahrzeuggewerbe e.V.

Franz-Lohe-Str. 21

53129 Bonn

Kerpen, 13.03.2015

Branchensterben – langsam, aber sicher!

Hier: Feststellung/Beschwerde über Untätigkeit der jeweiligen Gremien

Sehr geehrter Herr Karpinski,

zum 1. Oktober 2015 jährt sich zum 60. Mal der Tag, an dem ich mit exakt 14 Jahren in der KFZ-Branche meinen Berufsweg startete. Gut 11 Jahre später, am 01.01.1967, begann ich mit der Selbstständigkeit.

Seit knapp 10 Jahren sind meine beiden Söhne Timo und Markus (beides ausgebildete KFZ-Betriebswirte und –mechanikermeister) alleinige geschäftsführende Gesellschafter unserer Firma. Ich bin seitdem nur noch Prokurist. So ist die Nachfolge geregelt. Ich unterstütze meine Söhne immer noch bei der Bewältigung, speziell der seltenen, aber schwierigen Aufgaben, wie sie sich im Tagesgeschäft immer wieder ergeben.

Wir wollen gemeinsam mit unseren Familien und unseren Mitarbeitern Anfang 2017 das 50jährige Firmenjubiläum feiern und sind optimistisch, dass dies möglich sein wird.

Mit zunehmender Sorge beobachte ich bei allem mir angeborenen und seit Jahren praktizierten Optimismus die negativen Entwicklungen unserer Branche, studiere seit vielen Jahren diverse Fachmagazine und entsprechende Fachbücher und habe bis vor 10 – 12 Jahren intensiv Seminare unterschiedlicher Zielsetzung und unterschiedlicher Themen aufmerksam besucht und dabei Erlerntes, sofern es für uns sinnvoll und nützlich war, in unser Alltagsgeschäft eingebaut.

Anschrift:
Autohaus Bleuel GmbH
Service u. Verwaltung Fzg. Handel
Dieselstrasse 22-24 Visteonstraße 1 / Europaring
50170 Kerpen-Sindorf

Telefon:
(02273) 95 95-0
Telefax:
(02273) 95 95-90 Fzg. Handel
-50 Service u. Verwaltung

Internet/Mail:
www.autobleuel.de
info@autobleuel.de

Geschäftsführer:
Timo u. Markus Bleuel
St.-Nr.: 209/67260039
USt.-Id.-Nr.: DE 121852135
Amtsgericht: Köln HRB 41890

Banken:
Commerzbank Kerpen
Kto.: 528 211 100 (BLZ 371 800 40)
BIC: DRESDEFF370
IBAN: DE28 3708 0040 0528 2111 00
Kreissparkasse Kerpen-Sindorf
Kto.: 162 007 080 (BLZ 370 602 99)
BIC/SWIFT: COKSDE33
IBAN: DE71 3706 0289 0162 0070 80

Ich beklage:

1. das z.T. diktatorische, anmaßende, respektlose, ja, unqualifizierte Vorgehen der Hersteller/Importeure mit den Händlern, kurzfristige Konditions- und Prämienprogrammänderungen, sowie die Aufgabe von Vorschriften unterschiedlicher Art, die der Händler zu beachten hat – auch mit dem Ziel, Verluste durch Nichtbeachtung solcher Herstellerweisungen zu vermeiden.

Wenn eine Hersteller-Email beispielsweise am 27.02.2015 verfasst und dann am 28.02.15 bzw. erst 02.03.15 das Haus des Händlers erreicht, aber die Erledigungsfrist gleichzeitig für den 02.03.15 vorgegeben wird, so bezeichne ich dies als respektlose und nicht erfüllbare, unrealistische Vorgehensweise, ja, man kann auch Schikane sagen. Weitere ähnliche Vorkommnisse erspare ich mir hier aufzulisten, kann sie aber von sämtlichen vier Herstellern, die wir als Händler vertreten, vorweisen.

2. a) Dem Interbrand-Wettbewerb ist stets Tür und Tor geöffnet. Nicht nur der Händlerkollege einer anderen Marke ist der schlimmste Wettbewerber, sondern gleichermaßen der, der die gleiche Marke in einem anderen Gebiet vertritt. Im Internet bewerben außerdem desöfteren Kollegen ihre Produkte zu Preisen, bei denen man unter Einrechnung sämtlicher aktueller Ein- und Verkaufsprämien etc. zum Einstandspreis oder teilweise weit darunter seine hochwertigen Wirtschaftsgüter feilbietet.

Ein Wahnsinn sondergleichen, der zum Ruin des Einzelnen führt, ja, wie von mir befürchtet, großen Teilen der Branche das Leben schwer macht oder es gar aufs Spiel setzt.

Was ist mit wachsendem Preiskrieg/ruinösen Wettbewerb?

Es muss einfach zudem ein großes Preis-/Rabatt- oder Prämiengefälle zwischen großen und kleinen Händlern praktiziert werden – durch nichts anderes ist der extreme Preiskampf und manches Preisangebot nachvollziehbar. **Gleichbehandlung** gibt es nicht mehr.

b) **Wo bleibt die Preisbindung der zweiten Hand**, wie dies auf dem Buch-, Zeitschriften-, Tabakwarenssektor und vielen weiteren Produktgruppen unseres alltäglichen Lebens immer noch ungestört praktiziert und Gesetz ist, von jedermann respektiert wird und niemand den Preisbrecher spielt?

Welche Bedeutung hat die UPE noch – ausschließlich Herstellerwerkzeug?

Wenn Preisgleichheit gegeben ist, muss sich jeder Anbieter dem Markt mit vielen persönlichen zusätzlichen Qualifizierungen stellen, obwohl das von ihm verkaufte Produkt im angebotenen Marktpreis dem des Kollegen absolut gleicht. Marktwirtschaftlicher Wettbewerb ist immer noch gegeben, denn es befinden sich mehr als 30 Hersteller/Importeure mit ihren unterschiedlichen Produkten am Markt. Deren individuelle Preisbindung jedes einzelnen Produkts hätte trotzdem Grenzen.

Der allseits bekannte Begriff, dass „der eine dem anderen sein Teufel“ ist, muss ein Ende haben! Dies speziell bei sich zu 100% gleichenden Produkten.

c) Unzählige Hersteller-Fallstricke werden in Form komplizierter individueller Prämiesysteme und –versprechungen zeitlich unterschiedlichst gestaltet, um mit solchen Trickereien diesen Prämienzahlungen letztendlich zu entgehen bzw. Rückforderungsrechte pp. (später bei Expertenüberprüfungen vor Ort) zu realisieren.

d) Wir erleben einen täglich wachsenden, immer weiter um sich greifenden sogenannten „Beratungsdiebstahl“. Unter Vortäuschung von perfekt inszeniertem Kaufinteresse suchen per Internet „Vorgebildete“ die dort aufgelesenen EU-, Neuwagen- und Gebrauchtwagenangebote auch vor Ort.

Man geht dann so „vorbelastet“ zum örtlichen etablierten und seit vielen Jahrzehnten ansässigen Markenhändler, sucht dort das qualifizierte Verkäufergespräch mit ausführlicher Probefahrt, Produktkonfiguration, Finanzierungsangeboten, max. Gebrauchtwageneintausch usw., um ein Individualangebot von diesem zu erschleichen.

Dann wird beim Preisbrecher gekauft, obwohl dieser keine vorgenannten Leistungen erbracht hat.

Dies wohl von vorneherein wissend, dass man damit die Konditionen des Preisbrechers im Internet nicht erreicht, aber mit dessen Angebotspalette auf den örtlichen Händler einen gnadenlosen Preisdruck ausübt bzw. dies versucht.

Der Zeitaufwand des Händlers beträgt in der Regel hierfür ca. 2 Stunden, ohne dass er hierfür bisher eine Gebühren- oder Aufwandsberechnung aufmachen könnte.

Diesen sogenannten Kaufinteressenten muss begegnet werden. Die Allgemein- und Fachpresse muss permanent mit Aufklärungen/Beschuldigungen dieses Käufer-Klientels und der sogenannten, am Markt als solche auftretenden „Händlerkollegen“ in permanenter Form begegnet werden.

Welcher Notar, Rechtsanwalt, Architekt, Ärzte aller Couleur oder sonstiger Freiberufler erbringt einen solchen Aufwand gegenüber jedem, der ihn kontaktiert, ohne ihm die damit verbundene Gebührenberechnung zu präsentieren? Es muss zur Vorschrift werden, dass eine solch ausführliche Beratung mit ca. 150 – 200 € Gebühren, ähnlich den Anwalts- und Notargebührenordnungen, belegt wird, die dann beim Verkauf angerechnet werden müssen.

3. Im Werkstatt-Servicebereich verhält es sich ähnlich katastrophal:

a) Versicherungsgesellschaften lenken bei Inspektionen, Kaskoschadensfällen etc. ihre Kunden in sogenannte Partner-/Vertragswerkstätten, mit denen sie ähnliche Dumpingpreise/-stundensätze und Materialverrechnungssysteme ausgehandelt haben, wie sie der Fahrzeughersteller bei der Garantievergütung der Werkstatt vertragsmäßig zu deren Selbstkostenerstattungspreisen auch vergütet bzw. unterschreitet diese z.T. noch erheblich.

b) Die von den Herstellern in den letzten Jahren weitgehend als kundenfreundliche ins Leben gerufene Reduzierung der Wartungsintervalle ist kontraproduktiv für die angeblich so lukrative und beabsichtigte Maximierung des Werkstattgeschäftes.

Auch die beobachtete Reduzierung der Fahrzeugnutzung durch den Autofahrer selbst, die Kostenentwicklung (geplante Mautgebühr pp.), das mittlerweile großflächig eingeführte Car-Sharing, neue Beförderungsmöglichkeiten durch Einsatz von Fernbussen, Fahrgemeinschaften etc. führen mit Sicherheit nicht dazu, dass das Werkstatt-, After-Sales- bzw. Service-Geschäft sich aufwärts entwickelt.

c) Großabnehmer und von ihnen gesteuerte Fleetkunden verhalten sich ähnlich und schließen sich dieser Preistreiberei gerne an. Der Werkstatt und dem Markenhandel wird so „jede Luft zur Lust“ genommen, zumal auch sogenannte freie Werkstätten - also markenungebundene - als Servicepartner dem Fahrzeugnutzer vorgeschrieben werden, obwohl sie nur teilqualifiziert sind.

d) Wenn Hersteller in ihren eigenen Werksniederlassungen profitabel arbeiten würden, hätte man längst den ein oder anderen „brüchigen“ Händler übernommen, wie z.B. ihn so bedrängt und provoziert und zum Zwangsverkauf oder zur Geschäftsaufgabe gedrängt.

DB hat aber festgestellt, dass man mit dem Händler-Dasein – trotz protziger Bauten an Premiumstandorten – langfristig keine/mangelhafte Profite einfährt und bietet seit einiger Zeit ihre Werksniederlassungen teilweise, in Zweit- oder Drittlagen blauäugig errichtet, sogenannten Investoren wie abgestandenes Bier zum Kaufpreis günstigst an.

e) Die Optimierung der Stellung sogenannter „freier Werkstätten (oder -ketten)“ ist vom Gesetzgeber in den letzten Jahren weitgehend zu Lasten der Stellung der Vertragswerkstatt liberalisiert und diesen weitgehend gleich gestellt worden.

Die Vertragswerkstatt muss umfangreiche CI- und von den Herstellern laufend diktierte weitere Einrichtungen schaffen, die Mitarbeiterseminare umfangreich besuchen und hat dem gesamten Servicegeschehen kostenintensive, umfangreiche Auflagen/Aufgaben auferlegt.

Von fairem Wettbewerb kann beileibe nicht mehr die Rede sein, da die freie Werkstatt allenfalls beim Kollegen abguckt, was sie machen kann und bei festgestellten aufwendigeren Reparaturen diese gegenüber dem Kunden gar vollständig ablehnt und problemlösend an die Vertragswerkstatt verweist.

Diese kann dann sozusagen den technisch aufwendigen Rest erledigen oder per Garantie abwickeln.

Es muss, wie in vielen anderen Wirtschaftsbereichen auch ständig praktiziert, Druck auf den Gesetzgeber von Berlin bis Brüssel aktiv stattfinden.

Das ist auch bestimmt eine wesentliche Aufgabe der gewählten Verbandsfunktionäre und -oberen, denn sie haben vornehmlich Mitgliederinteressen wahrzunehmen und massive Vorgaben zu erbringen, wenn, wie hier, die Branche aus dem Ruder läuft.

Die in den Presseorganen und auch von den freien Werkstätten eigen belobigte „qualitativ aber viel günstigere gleichwertige Arbeitserledigung“ ist eine Farce und jedem zweiten Kunden zumindest bekannt, der allerdings immer wieder, um seinen Geldbeutel zu schonen, auf Lockangebote pp. der freien Werkstätten reagiert und zumindest mit Ölwechsel, Einfachreparaturen und kleinen Wartungen pp. die lukrativen Aufträge nach dort vergibt.

f) Die seit jeher total unrentabel arbeitenden, bereits genannten Werksniederlassungen betreiben oft umfangreiches Mobbing mit Dumpingpreisen etc. zu Lasten ihrer Händlerkollegen in der Nähe, und zwar solange bis teurere aber hochqualifizierte und kompetent arbeitende kleine Nachbarkollege schließlich aufgibt (aufgeben muss).

Tolle, hochqualifizierte Handwerker, die die kaufmännischen Prämissen nicht ständig im Alltag pflegen konnten, sind deshalb im Laufe der letzten Jahre auf der Strecke geblieben.

Die bekannten Insolvenzzahlen und zusätzlich freiwillige Betriebsaufgaben stellen diese These unter Beweis. Von 2000 – 2014 waren es insgesamt rund 20.000!

Die Folgen dieser Machenschaften der Werksniederlassungen betreffen sämtliche Bereiche des angrenzenden Händlerkollegen-Autohauses, sowohl im Fahrzeughandel als auch im Handwerks-/Service-Bereich.

g) Ich prophezeie, dass in 10 – 15 Jahren nur noch 200/300 große Händlerketten, die sich schon seit 10 – 20 Jahren durch kompromisslos fordernden, ja, drohenden Auftritt unzählige/vielschichtige Vorteile bei den Herstellern verschafft haben, existieren, nachdem sie alle kleinen und kleineren endgültig, wie o.a., aus dem Markt gedrängt haben.

4. Die Bilanzzahlen der Fahrzeughersteller münden seit Jahren und fast ausnahmslos in Traumergebnissen von 10% oder mehr, gemessen am Umsatz der Konzerne.

Die untergeordnete und vom Hersteller-good-will total abhängige Vertragshändlerbranche bringt es (in der Regel geschönt) auf durchschnittliche Rendite von maximal 1% = kaufmännisch kläglich!

Dies wird oft nur erreicht, wenn gesetzlich geforderte oder steuerlich erlaubte Rückstellungen ganz oder größtenteils außen vor bleiben. Die Banken müssen schließlich „vorschriftsmäßig bedient und zufriedengestellt“ werden, um laufende Kredite nicht zu gefährden bzw. so die Insolvenz zu vermeiden.

Beweis für vorstehende Elendsbeschreibung ist das neueste Zitat von Herrn Frommen, Ulrich, ZDK-Vizepräsident, wonach „der deutsche Autohandel in der Lage ist, bei 110 Milliarden € Umsatz keinen Ertrag zu erwirtschaften“. Toll!

5. Fazit:

Die großen unserer Branche machen aber künftig weiter wie bisher! Sowohl beim Ein- als auch beim Verkauf.

Aus den ca. 40.000 sogenannten KFZ-Betrieben insgesamt und unterschiedlichster Größenordnung mit insgesamt rund 500.000 Beschäftigten (diese bilden z.Zt. ca. 1,3% aller Beschäftigten in der BRD) werden in wenigen Jahren weitere 75 – 85% freiwillig oder zwangsweise wegbrechen.

Nur jemand, dem alle Sinne abhandengekommen sind, kann diese Entwicklung ohne Protest und persönlichen Einsatz - zu dem ich hiermit Sie und Ihre Kollegen in den entsprechenden Gremien aufrufe – taten- und gedankenlos, sich weiterhin passiv verhaltend, zusehen. Aber Achtung: Jetzt wurden wir von den Medien informiert, dass zu befürchten ist, dass 4 – 5 Konzerne mehr als 80% des Marktes beherrschen, die die Bevölkerung mit Artikeln des täglichen Bedarfs – dann aber zu regional ja bundesweit extrem ansteigenden Kosten der Lebenshaltung - „versorgen“.

Kein Verband, keine Interessenvertretung, kein Medienvertreter etc. nimmt sich diesem heiklen, schwierigen und umfassenden Problemthema an, obwohl man zunehmend den Ruin der Einzelunternehmen und weiter Teile der Branche tagtäglich aufnimmt/sieht/erfährt.

Es ist halt nicht schick und fördert auch nicht das Ego des Einzelnen, wenn man sich diesem Problembereich nähert oder Kraft seines Amtes massiv gegen diese von mir oben aufgeführte Detailschilderung annimmt und deren Beseitigung erkämpft.

Es ist endlich an der Zeit, dass man nach dem Vorbild anderer Organisationen massiv und mit Unterstützung vieler künftig betroffener das Thema gemeinsam angeht.

Sie müssen hierzu die Initiative ergreifen und entsprechende Aufrufe starten!

Warum schafft es beispielsweise die GDL oder die Vereinigung der Lufthansa-Piloten als relativ kleine, unbedeutende und selbst ernannte Interessenvertretungen, viele Streiks zu inszenieren und die Öffentlichkeit für die Durchsetzung Ihrer Belange zumindest teilweise zu begeistern, obwohl diese Öffentlichkeit unter den Streikmaßnahmen pp. sehr leidet.

Nehmen wir uns doch deren Kampfbereitschaft und gezielte Vorgehensweise als leuchtendes Vorbild. Vielleicht gehorcht die Politik dann doch?

Die Politik wird sich dann nicht, wie von mir in den weitläufigen oben aufgeführten Darlegungen gegen unsere Branche stellen und Gesetze und Verordnungen erlassen oder gar von Brüssel aus kommend tolerieren, die mit freier Marktwirtschaft im weitesten Sinne nichts mehr gemeinsam haben.

Warum soll ein hochwertiges Wirtschaftsgut nicht in der gesamten EU oder zumindest in der BRD zum gleichen Preis gehandelt werden?

Mit herzlichen und freundlichen Grüßen


ppa. Rudolf Bleuel

P.S. Auto-Bild Nr. 11 vom 13.03.2015:

Test der 1.000 besten Autohäuser Deutschlands – wir sind dabei!