

Händlernetzentwicklung: Die große Freiheit

Immer mehr Autohändler verlieren den Vertriebsvertrag, manche verzichten aber auch freiwillig darauf. Denn für den Neuwagenbezug gibt es Alternativen. *Von Bettina John*

München. Steigende Standards, neue Wettbewerber und die fortschreitende Digitalisierung: Das traditionelle [Vertragshändlersystem](#) gerät von allen Seiten unter Druck. Hersteller bauen ihre Netze um. Tendenz: weniger Vertragspartner, mehr Einheiten pro Händler.

Kleine Autohäuser bleiben da schnell auf der Strecke oder verzichten gleich freiwillig auf den Vertriebsvertrag. Neuwagen wollen die meisten aber trotzdem noch verkaufen – und nutzen andere Lieferquellen. Zum Beispiel [Delta, den europäischen Pionier in der Online-Beschaffung von Neuwagen aller Marken](#).

Das Unternehmen mit Sitz in der Schweiz sieht sich nicht als klassischen Großhändler, sondern als "Vermittler im Sinn der europäischen Verordnung", bringt also Kfz-Betriebe, die im Kundenauftrag ein Auto suchen, mit dem Angebot autorisierter Händler zusammen. Etwa 30 bis 35 Prozent der Delta-Kunden in Deutschland sind ehemalige Vertragshändler.



Fahrzeugverladung: Wer Neuwagen verkaufen will, muss sich nicht zwangsläufig an einen Hersteller binden. Überkapazitäten finden über Großhändler und Vermittler ihre Abnehmer.

(Foto: Volkswagen)

5000 Modelle und Versionen

5000 Modelle und Versionen der in zehn europäischen Ländern verfügbaren Fahrzeuge enthält die Delta-Datenbank. Neben diesen konfigurierbaren Autos, die ausschließlich von Markenhändlern kommen, werden seit Jahresbeginn auch Lagerfahrzeuge der Markenhändler-Lieferanten angeboten.

"Wir erwarten zukünftig damit circa 50 Prozent unseres Geschäftes abzudecken, die restlichen 50 Prozent werden konfigurierbar sein – besonders im deutschen Markt, wo die Nachfrage nach kurzfristig lieferbaren Fahrzeuge hoch ist", teilt Delta mit. Derzeit werden die Internetseiten überarbeitet, um den Zugriff auf die Lagerfahrzeuge zu vereinfachen.

Wie viele Fahrzeuge wurden 2015 über Delta insgesamt vermittelt wurden, will das Unternehmen nicht verraten: "Das Thema ist delikates", heißt es auf Anfrage der *Automobilwoche*. "Schon seit Jahren geben wir keine Zahlen bekannt. Wir möchten nicht, dass die Hersteller durch unsere Angaben Rückschlüsse ziehen und eventuell Gegenmaßnahmen veranlassen."

27.000 Autos pro Jahr

Auch über die 2003 gegründete B2B-Fahrzeughörse [ELN.de](#) können Autohäuser und Werkstätten Neuwagen aller Marken beziehen. Gelistet sind aktuell fast 40.000 Fahrzeuge, darunter 11.000 EU-Neuwagen und rund 9000 Tageszulassungen.

Unter den Angeboten dominierten Fahrzeuge des VW-Konzerns, sagt [Walter Schiel](#) von der ELN-Betreiber-Gesellschaft S&S. Lieferanten sind 55 Großhändler, der [Arnsberger Internet-Vermittler Berich](#) und seit Neuestem auch die von der [MeinAuto GmbH](#) betriebene Plattform Pro-Neuwagen. Deutschlandweit nutzen rund 750 Wiederverkäufer das ELN-System.

Mindestens 27.000 Autos pro Jahr beziehen die ELN-Partner, schätzt Schiel. Da S&S am Handelsgeschäft selbst nicht beteiligt ist, kann die Betreiber-Gesellschaft das Volumen nur hochrechnen und legt dabei einen Erfahrungswert von drei Fahrzeugen pro Händler und Monat zugrunde.

2012 wurde die Handelsmarke "Mehrmarken Center" eingeführt, etwa 150 ELN-Partner nutzen das Konzept mittlerweile. Fast alle sind oder waren Vertragshändler. "Wir führen darüber keine Statistik, schätzen aber rund 90 Prozent. Manche geben eine ihrer Marken ab oder rüsten eine Filiale um", sagt Schiel.

Geschäftsmodell durch Gebrauchtwagen stabilisieren

"Nur mit Service überleben ist sehr schwierig", bestätigt Willi Diez vom Geislinger Institut für Automobilwirtschaft (IFA). „Ohne Neuwagenverkauf kommen keine neuen Kunden in die Werkstatt. Wer die Servicebindung an einen Hersteller behalten will, muss auch irgendwie im Verkauf involviert sein."

Grundsätzlich hält er das traditionelle Vertragshändlerkonzept aber nicht für überholt: "Das Autohaus ist nach wie vor ein ganz modernes Konzept, und zwar das des One-Stop-Shopping", so der IFA-Experte. Der Trend, alle Bedürfnisse an einem Ort zu befriedigen, setze sich auch in anderen Branchen durch.

Allerdings habe sich die Handelslandschaft verändert, räumt Diez ein. "Der dramatischste Wandel in der Hersteller-Händler-Beziehung ist aus meiner Sicht, dass die Hersteller das Thema Größe im Handel völlig anders sehen als noch von zehn oder 15 Jahren".

Große Gruppen sind begehrt

Dies sei "teilweise eine 180-Grad-Wendung. Früher waren die großen Gruppen eher gefürchtet, und die Hersteller wollten lieber kleinere Händler. Heute sind die großen Gruppen als Vertragspartner begehrt, weil sie als einzige die notwendigen Stückzahlen bringen." Selbst kleinere Marken suchten inzwischen große Händler.

Beim Neuwagenbezug über Vermittler oder Großhändler sieht er für Händler vor allem eine Hürde: "Das Hauptproblem ist die Schwierigkeit, ein stabiles Geschäftsmodell aufzubauen, weil nicht gewährleistet ist, dass man als Händler immer die richtige Menge und Modellschichtung an Fahrzeugen bekommt", so der IFA-Direktor.

Diez sieht hier Parallelen zur Situation der freien Tankstellen: "Wenn der Kraftstoff-Absatz über die Markentankstellen gut läuft, bekommen die Freien keine Ware." Nur wenn es Überkapazitäten in Rotterdam gebe, hätten auch Freie eine Chance.

"Die Struktur und Verfügbarkeit der Fahrzeuge, die in Europa zirkulieren, bilden keine Basis für ein tragfähiges Geschäftsmodell. Was nützen dem Händler auf dem Land 20 Opel Insignia, wenn seine Kunden einen Corsa wollen?" Allerdings könne man das Geschäftsmodell durch einen parallelen Verkauf von Gebrauchtwagen stabilisieren – "was ja auch viele freie Händler mit Erfolg machen".