

Pressemitteilung

16. Branchenforum des VMF

„Neue Hersteller – neue Vertriebsmodelle“

Neue Hersteller verändern den Markt / Vertriebsmodelle ändern sich / Worauf sich Marktteilnehmer einstellen müssen / Studie zum Agenturmodell im Autohandel

München, April 2024. Bereits zum 16. Mal fand das Branchenforum des Verbandes markenunabhängiger Mobilitäts- und Fuhrparkmanagementgesellschaften e.V. (VMF) statt. Unter dem Schwerpunktthema „Neue Hersteller – neue Vertriebsmodelle“ diskutierten die Teilnehmenden über die Herausforderungen und Chancen, die sich durch den Eintritt neuer Hersteller in den Markt und den Wandel in den Vertriebswegen ergeben.

Regelmäßig präsentiert, analysiert und diskutiert der Verband mit Mitgliedern und Premiumpartnern die wichtigsten Zukunftsthemen, die den gemeinsamen Markt bewegen und verändern werden. „Die Situation und die Märkte werden immer komplexer und wir merken, dass auch deswegen die Verbandsarbeit, der Austausch und der gegenseitige Know-how-Transfer für alle Beteiligten immer wertvoller wird“, unterstreicht Frank Hägele, Vorstandsvorsitzender des VMF. „Gute operative und strategische Entscheidungen können nur diejenigen umsetzen, die den Markt einschätzen können.“

Zu Beginn des Branchenforums blickten Hägele und VMF-Geschäftsstellenleiter Dieter Brandl noch mal auf das erfolgreiche Jahr 2023 zurück, in dem der VMF nicht nur sein 25-jähriges Jubiläum feiern, sondern auch weiter in Arbeitskreisen und mit Projekt-Teams an branchenrelevanten Themen arbeiten konnte. Dabei war auch die Erweiterung des Netzwerkes der Mitglieder und Premiumpartner ein Thema. „Wir führen viele und intensive Gespräche mit Unternehmen, die durch ihre Expertise den VMF für Mitglieder und Premiumpartner noch attraktiver machen“, so Hägele.

Geotab wird Premiumpartner

Aktuell freute sich der Verband, das Unternehmen Geotab GmbH als neuen Premiumpartner willkommen zu heißen. Geotab hat den Vorstand durch professionelle Flottenmanagement- und Telematik-Lösungen überzeugt, mit denen die Produktivität der Fahrzeuge optimiert werden kann. „Erneut eine Bereicherung für unser Netzwerk“, so Hägele. Nach Brandls Bericht aus der Geschäftsstelle ging es im Programm mit der Marktstudie „Agenturmodelle im Autohandel“ weiter, die die IT und Managementberatung MHP im Auftrag des VMF durchgeführt hat.

Pressemitteilung

Agenturmodelle im Autohandel

Der Automobilhandel wandelt sich. Ein Baustein der Transformation ist das Agenturmodell. Die Studie beleuchtet vor allem die Auswirkungen auf alle Marktteilnehmer und was das für die Automotive-Wertschöpfungskette bedeutet. Erkenntnisgewinn der Studie soll sein, die Herausforderungen und Chancen zu verstehen, die mit neuen Vertriebsmodellen einhergehen. Dazu wurden Interviews mit Branchenteilnehmern geführt und eine Momentaufnahme zum Stand der Einführung von Agenturmodellen erstellt.

Diverse Hersteller arbeiten an der Umsetzung der Agenturmodelle oder haben Änderungen angekündigt. Das variiert je nach Marke und Positionierung im Markt. Die Agenturmodelle wurden in Hochphasen geplant und sind allerdings durch den Rückgang der Nachfrage unter Druck geraten. Die Zufriedenheit der Händler mit dem Agenturmodell ist zwar hoch, da Risiken an den OEM abgegeben werden. Die Umsetzung erweist sich jedoch als komplexer als gedacht. „Wie der Erfolg der Agenturmodelle abschließend einzuschätzen ist, ist noch schwierig, da die Agenturmodelle noch nicht lange genug praktiziert worden sind“, so Augustin Friedel von MHP. Die Händler versuchen, sich durch Maßnahmen wie Mehrmarkenstrategien, weiteren Geschäftsbereichen oder einer Stärkung des Gebrauchtwagengeschäfts abzusichern. Für die Leasing-Gesellschaften und Mietwagenunternehmen hat das Agenturmodell vordergründig geringe Auswirkungen, so das erste Resümee. Betrachtet man aber den gesamten Lebenszyklus der Fahrzeuge, wurde klar, dass der Autohandel zur stärkeren Konkurrenz im Bereich Gebrauchtwagenvermarktung werden wird. „Denn das wird für den Handel strategisch wichtiger, um Umsatz und Werkstattgeschäft abzusichern und auszubauen“, so Friedel.

Noch geringe Umsetzungsquote

Per Stand heute werden weniger als zehn Prozent des Neuwagenvolumens über ein Agenturmodell verkauft. Doch trotz der Komplikationen wird das Agenturmodell weiter ausgerollt werden. Wenn die Hersteller so wie angekündigt umstellen, könnten es in vier Jahren 40 Prozent sein. Chancen und Risiken des Agenturmodells haben auch Daniel Thomas und Christian Kremer von der Allane Mobility Group identifiziert. Sowohl bei den Herstellern wie auch im Handel sei das differenziert zu betrachten: „Wir sehen aktuell die Herausforderung, dass die Nachfrage nach Neuwagen zu gering ist, sich dadurch der Druck auf die Preise erhöht sowie die Finanzierungskosten für Vorführwagen und Lager äußerst hoch sind. Da kommen die Schwachstellen des Agenturmodells zum Vorschein.“

Pressemitteilung

Elektromobilität kurbelt Wettbewerb an

Es wurde aber auch in der Diskussion deutlich, dass nicht nur die Veränderungen bei den Vertriebswegen, sondern die multidimensionale Transformation entlang der Wertschöpfungskette die Geschäftsmodelle der Marktteilnehmer betrifft. Im Besonderen sind die Zulieferer der Automobilindustrie von der Antriebswende und der damit verbundenen Umstellung von Verbrenner-Technologie auf BEVs betroffen, aber auch die Hersteller, die es mit neuen Herausforderern aus China zu tun haben. Gerade die Elektromobilität hat den Markt in den letzten Jahren stark beeinflusst und wird es weiter tun, auch wenn es derzeit ein Nachfrageloch gibt. Dazu kommen ökonomische Probleme wie sinkende Restwerte, die Martin Weiß, Leiter der Fahrzeugbewertung der DAT Deutschen Automobil Treuhand GmbH, in seinem Vortrag aufzeigte und mit Marktzahlen hinterlegte. Doch durch die bekannten politischen Weichenstellungen und die steigende Nachfrage nach umweltfreundlichen Fahrzeugen sowie die Notwendigkeit, die CO₂-Emissionen zu reduzieren, wird die Entwicklung hin zu Elektromobilität und alternativen Antrieben weiter vorangetrieben werden. New Entrants, die diese Trends frühzeitig erkannt haben und entsprechende Produkte anbieten, könnten langfristig einen Wettbewerbsvorteil gegenüber traditionellen Herstellern erlangen.

Innovative Lösungen sind gefragt

Insgesamt bot das 16. Branchenforum des VMF einen umfassenden Einblick in die aktuellen Trends und Herausforderungen der Mobilitäts- und Fuhrparkbranche. Die Branche unterliegt einem starken Wandel. Doch die Präsentationen und Diskussionen zeigten, dass es Antworten gibt und bereits viele innovative Lösungen marktreif sind oder kurz davor stehen – von der Entwicklung und Forschung von neuen Kraftstoffen wie HVO (Hydrotreatet Vegetable Oil), der für Daniel Bernicke von EuroShell Deutschland ein Erfolgsfaktor für die Dekarbonisierung ist, bis hin zu datenschutzkonformen Nutzung von Daten und digitalen Services, die Prozesse vereinfachen und Kosten sparen. Dafür stehen die Trusted Data Services des TÜV Rheinland, „mit DSGVO-Konformität und höchsten Standards in Cyber-Security“, unterstreicht Franziska Weiser, Head of Digital Mobility Services des Unternehmens. Kurzvorträge von Philipp Haac (Repareo) zur deutlichen Erweiterung seines Geschäftsmodells, von Eric Wirtz (PS-Team) zur digitalen Zulassung und Gerhard Schober (Globalmatix) zu hochinteressanten Konnektivitätsthemen gaben den knapp 70 Teilnehmenden spannende Impulse für ihr eigenes Geschäft.

Die Branche befindet sich in einem dynamischen Wandel, der von neuen Herstellern und Vertriebswegen geprägt ist. Unternehmen, die offen für Innovationen sind und ihre Vertriebsstrategien anpassen, sind gut positioniert, um in dieser sich schnell verändernden Landschaft erfolgreich zu sein.

Pressemitteilung

Elemente/Fotomaterial



BU: Zukunftsweisende Branchenthemen stehen auf der Tagesordnung des VMF-Branchenforums. Intensiv wurde die Studie „Agenturmodelle im Autohandel“ von Mitgliedern und Premiumpartnern diskutiert. Foto: Robin Thiele (MHP Management- und IT-Beratung GmbH), Frank Hägele (VMF), Augustin Friedel und Steve Reichert (ebenfalls MHP)

Über den Verband:

VMF – Verband markenunabhängiger Mobilitäts- und Fuhrparkmanagementgesellschaften e. V. – ist Rat- und Impulsgeber im Mobilitätsmarkt heute und in Zukunft. Seit 1998 vereinen wir durch unsere Mitgliedsfirmen eine langjährige neutrale Erfahrung im Full-Service-Leasing und Fuhrparkmanagement und haben immer wieder neue Qualitätsstandards gesetzt. Unsere Mitglieder sind herstellerunabhängige Anbieter von Autoleasing sowie Mobilitäts- und Fuhrparkmanagement-Dienstleistungen wie z. B. Autovermietungen. Unsere Premiumpartner profitieren als Geschäftspartner branchennaher Service-Unternehmen vor allem durch unser starkes Business-Netzwerk.

WIR BRINGEN DIE MOBILITÄT INS ROLLEN.

Wir vom VMF entwickeln neue Fuhrparkstandards für mehr Mobilitätsvielfalt in der Zukunft. Innovativ. Kompetent. Unabhängig.

Ansprechpartner für Presse-Fragen:

Dieter Brandl, VMF - Verband markenunabhängiger Mobilitäts- und Fuhrparkmanagementgesellschaften e. V.
info@vmf-verband.de, www.vmf-verband.de