

Interview mit Unternehmensberater Helmut Wolk über den internationalen Teilehandel

„Es gibt viele Chancen“

Im Oktober erscheint die „Europa-Aftermarket-Strukturuntersuchung“ der Wolk & Partner Car Consult GmbH. ASP befragte den Geschäftsführer der Unternehmensberatung aus Bergisch Gladbach über die Ergebnisse seiner Studie.

Herr Wolk, wie ist der deutsche Teilehandel international aufgestellt?

Die deutschen TGH sind international in der Masse schlecht aufgestellt. Nur die Supergrossisten und überregionalen Teilegroßhändler sind hier aktiv. So sind Europart/ CARAT für NKW: in nahezu jedem europäischen Land mit eigenen Niederlassungen, 77 outlets, vertreten. Die Firma Trost verfügt seit 2008 durch den Kauf von Meteor in Tschechien, der Slowakei, Ungarn, der Ukraine, Rumänien und Serbien über insgesamt 66 Outlets. Stahlgruber ist in Österreich und Tschien mit 16 Geschäften vor Ort. KSM in Österreich mit 12 Filialen, Markmiller in Tschechien mit 15.

Rund fünf Teilegroßhändler verfügen des weiteren über ein bis zwei Geschäften in Nachbarländern.

Außer Europarts (paneuropäisch) und Trost-Meteor mittel- und osteuropäischen Ländern (MOE) sind alle anderen eher rudimentär in einigen wenigen Ländern vertreten.

Händler aus Polen, allen voran Intercars und Fota haben sich in den mittel- und osteuropäischen Staaten expansiv aufgestellt. Die italienische Rhiag ebenfalls. Knutsson und Mekonomen in Skandinavien und im Baltikum. Derendinger aus der Schweiz in Österreich und in Spanien.

Doch die Masse der Teilegroßhändler sind national orientiert oder wenn im Ausland, dann in angrenzenden Ländern.

Aus dem Bereich der Handelsketten/Fachmärkte beginnt A.T.U seine ersten ausländischen Gehversuche (aber momentan ist die Expansion in 2008 erst einmal auf kleine Flamme gedreht). Norauto und Feuvert sind außer in Frankreich eher im bescheidenen Maßstab und Erfolg im Ausland unterwegs. In Skandinavien ist Biltema aktiv. Carglass und die Equities der Reifenhersteller bauen gerade intensiv ihre Netze aus. Aber hier kann man ja nicht vom Teilehandel sprechen, eher von Systemen. Bosch ist mit seinem Bosch Car Service System natürlich die stärkste europaweit vertretene freie Werkstattorganisation.

Wo sehen Sie Potenziale bzw. Gefahren auf dem internationalen Teilehandelsmarkt für den deutschen Teilehandel?

Gefahren bestehen im Unbekannten. Aber dem müsste man sich in globalisierten Märkten stellen. Den Deutschen fehlt hier vielleicht der Mut oder die Initiativekraft. Chancen gibt es dagegen viel mehr. Schließlich zählen die meisten westeuropäischen Volumen-Märkte nicht mehr zu den zukünftigen Wachstumsmärkten. Die liegen in den MOE-Staaten und in Russland/Ukraine/Kasachstan und dann in Fernost, China und Indien. Die Initiative kommt immer mehr aus dem Osten. Der Westen ergeht sich in der Besitzstandswahrung und in der problembeladenen Sicht der Dinge. Die „neuen“ Osteuropäer arrangieren sich mit den veränderten Märkten schneller als die etablierten „alten“ Westler. Aus dem Osten, der sich aus den niedrigen Einkommensklassen entwickelt und eine rasend wachsende Schicht der Superreichen aufweist, hat heute schon mehr Wissen, wie man mit dieser Entwicklung umgeht, die uns erst noch in den nächsten Jahrzehnten bevorsteht. So unter anderem mit dem Angebot von technisch sehr hochwertigen Komponenten für eine schmale aber hochfinanzkräftige Käuferschicht und auf der anderen Seite mit niederwertigen Komponenten für die Dominanz des Marktes. Für die Bevorratungspolitik und das Pricing für Autokomponenten wird das für die Westler starke Auswirkungen haben. Westliche Teilegroßhändler, die im Ausland aktiv werden, können sich diesen Veränderungsprozessen besser stellen.

Welche Vorteile hat aus Ihrer Sicht die Mitgliedschaft in einem solchen Verbund/einem solchen Netzwerk?

Vordergründig: bessere Konditionen und Marketingsupport von der Teileindustrie. Desweiteren: Erfahrungsaustausch, bessere Allianz gegenüber der Autoindustrie, internationale Werkstattnetze, allen voran die adi mit dem größten Systempartner-Werkstattnetz.

Die internationalen Kooperationen spiegeln Marktmacht wider. Aber sie lassen noch viel an Schlagkraft vermissen. Immerhin sind es föderalistische Verbünde.

Gibt es innerhalb des Verbandes einheitliche Leistungen in den unterschiedlichen Ländern?

Ja. Eine ganze Reihe. Man versucht Marken und Sortimente gleichzuschalten. Die Softwareleistungen, allen voran die technischen Daten stehen natürlich allen Partnern in allen Ländern zur Verfügung. Die Multiplikation der Werkstattssysteme ist eine wichtige weitere Aktivität. Daneben sind noch einheitliche Rahmen im Marketing (Trainings etc.) zu nennen. Ganz oben steht natürlich die flächendeckende JIT Belieferung an Werkstätten für europäische Rahmenverträge für das Flottengeschäft, Versicherungsgeschäft. Der Konzentrationsprozess im Teilegroßhandel wird weiter fortschreiten. Besonders in Westeuropa leiden viele Länder an einer „Überlogistik“ im freien Markt. In diesem Bereinigungsprozess wächst den internationalen Verbundgruppen zunehmende Verantwortung zu.

Sind Sie der Meinung, dass solche internationalen Verbände aufgrund der anstehenden Veränderungen der Gruppenfreistellungsverordnung (GVO) an Bedeutung gewinnen werden?

Die jetzige GVO wird wohl auslaufen. Die internationalen Verbände des IAM werden sich in einzelnen Leistungsbausteinen zukünftig mit den OES-Anbietern, Autoindustrie/Autohandel, – besonders mit kleineren Importmarken - vernetzen. Besonders in der Lagerhaltung, Logistik und bei den Werkstattssystemen.

Welche Aufgaben bzw. Ziele stehen für die nächsten Jahre in den nächsten Jahren aus Ihrer Sicht für den deutschen Teilehandel an?

- Die Werkstattssysteme in Europa gehörten unter das Dach von eigenständigen Betreibergesellschaften, um international zügig aufgebaut zu werden und nicht durch föderalistische Tendenzen ins Hintertreffen zu gelangen. Gegenüber der Autoindustrie und der großen Filialisten wäre das von großer Wichtigkeit. Die Kosten-Nutzen-Schere bei den Werkstattssystemen muss durch die Kooperationen und somit den Systembetreibern wieder zusammen geführt werden.
- Eine sehr gute Logistikleistung und Technikkompetenz gehörten zur zukünftigen Pflichtübung der internationalen Kooperationen und ihre Gesellschafter. Erfolg wird langfristig durch ein Mehr an Vermarktungskompetenz gewonnen. Die Profilierung beim Autofahrer muss an Dominanz gewinnen.
- Man muss sich sehr intensiv mit der Frage beschäftigen, wie man der Sortimentsexplosion gerecht wird, ob eine immer höhere Just-in-Time-Belieferungsquote langfristig rentabel und sinnvoll ist.
- Es steht eine Umstellung der UVP-Preisorientierung zu einem Nettopreissystem an.
- Die Margen im Teilegeschäft werden unter massiven Druck geraten. Der Reifenmarkt dient hier als Vorläufer.
- Aus Budgetgründen wird es am gewohnten Support der Teilehersteller zunehmend mangel. Diese Leistungslücke muss der TGH selber aufbringen, wenn er sein Werkstattklientel erhalten will.
- Alle Konzentration gehört in der Kundschaft der Nachwuchsgeneration um die Trendwende vom Handwerker zum Werkstattunternehmer einzuleiten.
- Das Onlinegeschäft wird als Vertriebsweg an Bedeutung gewinnen und damit im Fahrtwind auch den Teilehandel zunehmend internationalisieren.
- Die Speerspitzen der Teilegroßhändler und der Kooperationen bilden deren Werkstattssysteme. Der TGH wird dann erfolgreich die Zukunft bewältigen, wenn er dem B2C Geschäft über seine Werkstattssysteme stärker Bedeutung beimisst. Die Stärke der Autoindustrie ist nicht im Großhandelsgeschäft begründet, sondern im B2C Geschäft mit dem Autofahrer. Wer sich beim Autofahrer am besten profiliert und verankert, dem gehört die Zukunft.
- Die internationalen Verbände müssen aber auch Acht geben, dass starke paneuropäische Einzelgesellschafter aus ihren Reihen die Kooperationen nicht als Sprungbrett für einen dominanten Ausbau ihrer Eigenaktivitäten nutzen.

Noch nie war die Entwicklung des Aftermarkets so spannend, wie sie sich in den nächsten Jahren darstellt. Überall ist Veränderung angesagt. Die größte Veränderung besteht darin, dass der Umsatzautomatismus, das automatische Wachstum, der Vergangenheit angehört. Im proaktiven Handeln und zukunftsgerichtetem Handeln liegt die Zukunft. Wachstum in Zukunft muss sich erarbeitet und gestaltet werden. Hier könnte langfristig einer der großen Chancen der Teilegroßhändler aus Westeuropa liegen. Hier haben Sie in den nächsten Jahren sicher einen großen Know how Vorsprung gegenüber den Teilegroßhändlern aus Osteuropa, die ja irgendwann in den nächsten Jahren auch nicht mehr mit den Riesen Wachstumsraten aufwarten können und sich der Konsolidation anpassen müssen.

Vielen Dank für das Gespräch, Herr Wolk.

Zur Person:

Helmut Wolk ist Diplom Betriebswirt und seit 30 Jahren im Kfz-Aftermarket Markt tätig. Der Geschäftsführer der Wolk & Partner Car Consult GmbH ist unter anderem spezialisiert auf den Autoservicemarkt. Weitere Informationen zu der gerade erschienenen Studie „Teilehandel“ sowie der im Oktober als Basisversion erscheinende „Europa-Aftermarket-Strukturuntersuchung“ gibt es unter bei Wolk & Partner Car Consult GmbH, Telefon: 02204/842526, www.wolk-partner.de