

**Statement zum Thema „Perspektiven 2016“
 vorgetragen von Herrn KommR Ing. Josef Schirak, Vorsitzender im
 Fachausschuss Einzelhandel im Bundesgremium Fahrzeughandel
 bei der diesbezüglichen Veranstaltung der
 „Autohaus Akademie“**

Beim Studium meiner aus gleichem Anlass vor einem Jahr gemachten Ausführungen ist festzustellen, dass diese Aussagen vom Februar 2015 mehr oder weniger „1:1“ auch auf das Jahr 2016 übertragen werden könnten - nur allzu sehr gleichen sich die Zahlen, Problemfelder und Herausforderungen in der österreichischen Fahrzeugbranche!

Einige Zusatz-Gedankengänge, aufbauend auf den Erkenntnissen des Vorjahres, sind jedoch angebracht.

Dazu vorerst einige statistische Aussagen bzw. Tabellen.

Neuzulassungen 2015 nach Fahrzeugarten

Absolut und Veränderung zum Jahr 2014

Fahrzeugart	2015		2014		Veränderung in %		
	absolut	Anteil in %	absolut	Anteil in %			
Personenkraftwagen	308.555	71,4	76,9	303.318	71,4	76,7	1,7
<i>davon</i>							
Benzin inkl. Flex-Fuel	122.832	.	39,8	126.503	.	41,7	-2,9
<i>darunter Flex-Fuel</i>	-	.	-	4	.	0,0	-100,0
Diesel	179.822	.	58,3	172.381	.	56,8	4,3
Elektro	1.677	.	0,5	1.281	.	0,4	30,9
Erdgas	167	.	0,1	279	.	0,1	-40,1
Benzin/Flüssiggas (bivalent)	-	.	-	2	.	0,0	-100,0
Benzin/Erdgas (bivalent)	536	.	0,2	509	.	0,2	5,3
Benzin/Elektro (hybrid)	2.824	.	0,9	2.167	.	0,7	30,3
<i>darunter Plug-In</i>	931	.	33,0	331	.	15,3	181,3
Diesel/Elektro (hybrid)	688	.	0,2	193	.	0,1	256,5
<i>darunter Plug-In</i>	170	.	24,7	103	.	53,4	65,0
Wasserstoff (Brennstoffzelle)	9	.	0,0	3	.	0,0	200,0

Pkw - Neuzulassungen 2015 nach Kilowatt (PS)

Absolut und Veränderung zum Jahr 2014

Kilowatt kW (PS)	2015		2014		Veränderung in %
	absolut	Anteil in %	absolut	Anteil in %	
bis 26 kW (35PS)	-	-	25	0,0	-100,0
bis 40 kW (54PS)	127	0,0	165	0,1	-23,0
bis 60 kW (82PS)	44.877	14,5	44.894	14,8	0,0
bis 77 kW (105PS)	77.338	25,1	91.901	30,3	-15,8
bis 92 kW (125PS)	77.066	25,0	59.350	19,6	29,9
bis 105 kW (143PS)	35.148	11,4	48.200	15,9	-27,1
bis 125 kW (170PS)	38.107	12,4	25.710	8,5	48,2
ab 126 kW (171PS)	35.892	11,6	33.073	10,9	8,5
Insgesamt	308.555	100,0	303.318	100,0	1,7

Pkw - Neuzulassungen 2015 nach Marken

Absolut und Veränderung zum Jahr 2014

Marke	2015		2014		Veränderung in %	Marke	2015		2014		Veränderung in %
	absolut	Anteil %	absolut	Anteil %			absolut	Anteil %	absolut	Anteil %	
VW	53.396	17,3	54.775	18,1	-2,5	Lancia	135	0,0	573	0,2	-76,4
Opel	21.870	7,1	21.162	7,0	3,3	Lada	78	0,0	45	0,0	73,3
Skoda	21.021	6,8	20.654	6,8	1,8	Maserati	77	0,0	115	0,0	-33,0
Hyundai	20.969	6,8	19.840	6,5	5,7	Ssang-Yong	61	0,0	41	0,0	48,8
Ford	17.274	5,6	18.840	6,2	-8,3	Chevrolet	56	0,0	1.049	0,3	-94,7
Audi	17.131	5,6	18.304	6,0	-6,4	Bentley	41	0,0	65	0,0	-36,9
BMW	16.582	5,4	15.757	5,2	5,2	Infiniti	27	0,0	32	0,0	-15,6
Renault	16.442	5,3	16.152	5,3	1,8	Ferrari	18	0,0	46	0,0	-60,9
Seat	13.339	4,3	13.876	4,6	-3,9	Lamborghini	17	0,0	18	0,0	-5,6
Mercedes	13.140	4,3	11.685	3,9	12,5	KTM	16	0,0	7	0,0	128,6
Fiat	11.816	3,8	9.824	3,2	20,3	Aston Martin	9	0,0	15	0,0	-40,0
Peugeot	10.226	3,3	10.419	3,4	-1,9	Morgan	9	0,0	7	0,0	28,6
Mazda	10.101	3,3	9.389	3,1	7,6	Cadillac	8	0,0	13	0,0	-38,5
Kia	8.627	2,8	8.518	2,8	1,3	Dodge	8	0,0	14	0,0	-42,9
Citroen	7.498	2,4	7.775	2,6	-3,6	Tata	5	0,0	13	0,0	-61,5
Nissan	7.213	2,3	6.302	2,1	14,5	Lotus	4	0,0	9	0,0	-55,6
Dacia	7.211	2,3	7.938	2,6	-9,2	Caterham Cars	3	0,0	2	0,0	50,0
Toyota	6.280	2,0	7.042	2,3	-10,8	Mahindra	1	0,0	4	0,0	-75,0
Suzuki	5.468	1,8	4.485	1,5	21,9	DFSK	-	-	1	0,0	-100,0
Mitsubishi	3.678	1,2	3.487	1,1	5,5	McLaren	-	-	13	0,0	-100,0
Volvo	3.602	1,2	3.082	1,0	16,9	Nilsson	-	-	1	0,0	-100,0
Jeep	2.837	0,9	1.296	0,4	118,9	Pirso	-	-	1	0,0	-100,0
MINI	2.519	0,8	2.116	0,7	19,0	Rolls Royce	-	-	3	0,0	-100,0
Honda	1.808	0,6	1.748	0,6	3,4	Saab	-	-	1	0,0	-100,0
Land Rover	1.745	0,6	1.864	0,6	-6,4	Think	-	-	9	0,0	-100,0
Smart	1.578	0,5	1.217	0,4	29,7	Andere	-	-	1	0,0	-100,0
Alfa-Romeo	1.447	0,5	1.216	0,4	19,0	Insgesamt	308.555	100,0	303.318	100,0	1,7
Porsche	1.278	0,4	1.046	0,3	22,2	Q: STATISTIK AUSTRIA, Kfz-Neuzulassungen. - Rundungsdifferenzen nicht ausgeglichen.					
Subaru	703	0,2	743	0,2	-5,4						
Tesla	492	0,2	136	0,0	261,8						
Jaguar	375	0,1	259	0,1	44,8						
Lexus	316	0,1	273	0,1	15,8						

Pkw - Kurzzulassungen 2015

Absolut und Veränderung zum Jahr 2014

Monat	Zulassungsdauer											
	1 Tag	VÄ in %	bis 7 Tage	VÄ in %	bis 30 Tage	VÄ in %	bis 60 Tage	VÄ in %	bis 90 Tage	VÄ in %	bis 120 Tage	VÄ in %
Jänner	1.539	-18,2	2.071	-13,9	2.957	-5,2	4.059	-12,7	5.093	-13,5	5.992	-12,1
Februar	1.563	-46,1	2.311	-37,9	3.375	-31,9	4.515	-28,5	5.227	-29,0	5.926	-27,9
März	2.521	22,9	3.237	10,0	4.923	4,3	7.179	11,3	8.115	10,0	8.809	7,8
April	1.368	-30,5	2.019	-30,1	3.798	-13,5	5.690	-10,2	7.051	-8,4	7.687	-7,7
Mai	1.964	-1,5	2.634	-3,2	4.290	10,3	5.915	11,0	6.912	2,4	7.705	3,1
Juni	2.740	-8,0	3.402	-9,6	5.098	3,6	6.866	5,8	8.230	8,5	9.034	6,6
Juli	1.527	-20,1	2.320	-22,1	4.058	-5,9	5.968	-1,2	7.235	1,0	8.072	1,2
August	1.874	-12,2	2.735	2,4	4.310	20,7	6.095	16,5	7.292	13,7	8.065	13,4
September	2.610	17,7	3.293	17,1	4.661	20,3	6.296	20,8	7.606	18,1	8.513	14,4
Oktober	1.601	-41,1	2.196	-35,8	3.973	-19,6	5.500	-20,4	6.436	-17,2	7.359	-16,0
November	1.524	-23,3	2.368	-2,3	4.258	22,1	6.008	17,9	6.933	13,9	7.587	13,7
Dezember	3.317	93,8	3.761	82,2	5.213	69,1	6.606	41,0	7.606	33,8	8.188	28,6
Insgesamt	24.148	-8,7	32.347	-7,1	50.914	3,3	70.697	2,8	83.736	1,8	92.937	1,2

Gebrauchtzulassungen 2015 nach Fahrzeugarten

Absolut und Veränderung zum Jahr 2014

Fahrzeugart	2015		2014		Veränderung in %		
	absolut	Anteil in %	absolut	Anteil in %			
Personenkraftwagen	816.116	79,4	81,5	810.994	79,3	81,5	0,6
<i>davon</i>							
Benzin inkl. Flex-Fuel	326.938	.	40,1	333.014	.	41,1	-1,8
darunter Flex-Fuel	786	.	0,2	831	.	0,2	-5,4
Diesel	484.779	.	59,4	474.692	.	58,5	2,1
Elektro	813	.	0,1	463	.	0,1	75,6
Erdgas	316	.	0,0	304	.	0,0	3,9
Benzin/Flüssiggas (bivalent)	95	.	0,0	78	.	0,0	21,8
Benzin/Erdgas (bivalent)	365	.	0,0	346	.	0,0	5,5
Benzin/Elektro (hybrid)	2.580	.	0,3	1.923	.	0,2	34,2
darunter Plug-In	276	.	10,7	121	.	6,9	128,1
Diesel/Elektro (hybrid)	230	.	0,0	174	.	0,0	32,2
darunter Plug-In	8	.	3,5	6	.	3,4	33,3

Pkw. Neuzulassungen 1990 bis 2015

Absolut und Veränderung zum Vorjahr

Jahr	Personenkraftwagen							
	absolut	VÄ in %	Benzin ¹⁾	Anteil in %	Diesel	Anteil in %	Sonstige ²⁾	Anteil in %
1990	288.636	4,6	214.434	74,3	74.197	25,7	5	0,0
1991	303.723	5,2	236.459	77,9	67.245	22,1	19	0,0
1992	320.094	5,4	236.106	73,8	83.959	26,2	29	0,0
1993	285.162	-10,9	195.160	68,4	89.973	31,6	29	0,0
1994	273.663	-4,0	164.417	60,1	109.228	39,9	18	0,0
1995	279.610	2,2	160.406	57,4	119.191	42,6	13	0,0
1996	307.671	10,0	155.805	50,6	151.846	49,4	20	0,0
1997	275.001	-10,6	128.480	46,7	146.503	53,3	18	0,0
1998	295.865	7,6	134.556	45,5	161.297	54,5	12	0,0
1999	314.182	6,2	133.951	42,6	180.228	57,4	3	0,0
2000	309.427	-1,5	118.133	38,2	191.281	61,8	13	0,0
2001	293.528	-5,1	100.833	34,4	192.681	65,6	14	0,0
2002	279.493	-4,8	84.905	30,4	194.555	69,6	33	0,0
2003	300.121	7,4	85.586	28,5	214.505	71,5	30	0,0
2004	311.292	3,7	91.023	29,2	220.255	70,8	14	0,0
2005	307.915	-1,1	107.856	35,0	199.908	64,9	151	0,0
2006	308.594	0,2	116.282	37,7	191.766	62,1	546	0,2
2007	298.182	-3,4	120.424	40,4	176.746	59,3	1.012	0,3
2008	293.697	-1,5	131.616	44,8	160.459	54,6	1.622	0,6
2009	319.403	8,8	170.847	53,5	146.962	46,0	1.594	0,5
2010	328.563	2,9	159.740	48,6	167.130	50,9	1.693	0,5
2011	356.145	8,4	159.027	44,7	194.721	54,7	2.397	0,7
2012	336.010	-5,7	143.325	42,7	189.622	56,4	3.063	0,9
2013	319.035	-5,1	134.276	42,1	180.901	56,7	3.858	1,2
2014	303.318	-4,9	126.503	41,7	172.381	56,8	4.434	1,5
2015	308.555	1,7	122.832	39,8	179.822	58,3	5.901	1,9

Eine der wohl wichtigsten Voraussetzungen, um im Fahrzeughandel überleben zu können, ist die Notwendigkeit einer angemessenen Ertragskraft!

Diese liegt leider nach wie vor im Argen, zumal von dem allgemein als überlebensnotwendig anerkannten 2-3% Ertrag vom Umsatz vor Steuern nach wie vor keine Rede sein kann. Diese durchschnittliche Ertragskraft liegt laut Studien aus letzter Zeit bei etwa 0,9 bis 1,2%.

Für viele Betriebe steht nach wie vor eine Null vor dem Komma und man braucht kein Prophet zu sein, um vorauszusagen, dass es bei einer Fortschreibung derart unbefriedigender Betriebsergebnisse oder sogar einer Verschlechterung in der Tat zu existenziellen Notsituationen kommen wird, ja kommen muss.

Es soll jedoch nicht unerwähnt bleiben, dass im Jahr 2015 zahlreiche Kfz-Betriebe in Österreich es auch geschafft haben, das Betriebsergebnis in Richtung 2% Ertrag zu puschen.

Dabei handelt es sich jedoch in der Regel um größere Betriebe mit größeren Verkaufsstückzahlen und Umsatzgrößen in etwa ab 12 bis 15 Mio. € Gesamtumsatz.

Auch in Österreich bemerken wir eine Tendenz, wo die Großen immer größer werden!

Gerade in letzter Zeit hat Porsche Interauto durch den Erwerb von Teilen der „Laimer Autohaus Gruppe“ die Kartellbehörde beschäftigt und auch eine zweite aus österreichischer Sicht gesehene spektakuläre Übergabe bzw. Übernahme spielt sich zwischen der Salzburger Frey-Gruppe und der Investorin Catharina Pappas ab.

In beiden Fällen läuft dies auf die gleichen Beweggründe hinaus, nämlich dass für klein- und mittelständische Kfz-Unternehmen ein weiteres Engagement im Autohandel nicht mehr lohnenswert und somit nicht mehr erstrebenswert erscheint!

Das „Größerwerden der Großen“ wird sich in Österreich aufgrund der topografischen Gegebenheiten und der Gewohnheit der Autobesitzer und Autokäufer, Autos in der gewohnten Umgebung zu kaufen und beservicen zu lassen, wohl in Grenzen halten.

Der österreichische Fahrzeugeinzelhandel ist derzeit in der Lage, flächendeckend und qualitativ auf hohem Niveau die automotiven Bedürfnisse der Bevölkerung sicherzustellen und dies auch Zukunft!

Diesbezüglich ist den Herstellern und Importeuren jedoch klar zu machen, dass in Bezug auf Betriebsgrößen und Ausstattung (Standards) dementsprechend angepasste Vorgaben eine unbedingte Notwendigkeit und Voraussetzung darstellen.

An vielen Stellen wird es unumgänglich sein, einen Zwei- oder Mehrmarkenbetrieb zu führen, um die Wirtschaftlichkeit des Gesamtbetriebes sicherstellen zu können.

Dieser Mehrmarkenbetrieb ist bei zahlreichen österreichischen Markenhändlern eine existenzielle Notwendigkeit!

Jene Hersteller, welche einen Einmarkenbetrieb fordern, müssen ihrerseits einen plausiblen und nachvollziehbaren Geschäftsplan vorlegen, welcher die finanzielle Grundlage für einen Einmarkenbetrieb sicherstellt.

Damit im engen Zusammenhang sind die „Standards“ zu sehen, welches Thema die derzeit davon betroffenen Vertragshändler ganz besonders beschäftigt.

Eine Abstufung dieser Standards wird mit allem Nachdruck eingefordert!

Ohne Rücksicht auf die Händlerbetriebsgröße und auf das zur Verfügung stehende Verkaufspotential im Vertragsgebiet werden in vielen Fällen unerfüllbare Vorgaben in die Verträge und Richtlinien geschrieben, welche umfangreiche bauliche Maßnahmen ebenso zur Folge hätten, als auch eine erhebliche Aufstockung im Personalbereich.

Dies alles ohne jegliche Vorabprüfung auf Sachlichkeit, Sinnhaftigkeit, Wirtschaftlichkeit, Zumutbarkeit und insbesondere Finanzierbarkeit!

Bedenklich ist es, wenn sich dies alles in einer Zeit abspielt, wo in Zukunftsszenarien deutliche Zeichen erkennbar sind, dass überdimensionale Schauraumbauten obsolet werden, zumal sich der Fahrzeugverkauf immer mehr in den virtuellen Bereich verlagert.

Ein Lösungsansatz bzw. eine denkbare Rahmenbedingung könnte hier dahingehend lauten, dass sämtliche vom Hersteller einseitig vorgegebenen Standards auf die Betriebsgröße, die Regionalität und die möglichen Stückzahlen im Vertragsgebiet Rücksicht zu nehmen haben.

Bleibt nur zu hoffen, dass letztlich doch manche Hersteller erkennen werden, wie wichtig derart angepasste Vorgaben für den Fortbestand eines Markenhändlerbetriebes in speziellen österreichischen Verkaufsgebieten sind und dass sie auch dementsprechend handeln werden.

Es macht nämlich keinen Sinn, einen gewünschten Händlerpartner derart überbordend zu belasten und dessen Existenz zu gefährden!

Branchenintern wird vermutet, dass viele Hersteller durch die zwingende Abnahme der in den Standards vorgeschriebenen Betriebsausstattungen trotz „vorgespielter“ finanzieller Unterstützung, äußerst profitable „Profitcenters“ für sich installiert haben!

Dies geht von der Außensignalisation hinein ins Autohaus zu den Raumteilmöbeln, Fußbodenfliesen, Verkäuferinseln, Beleuchtungskörpern, Sitzgelegenheiten, Zubehörregalen bis hin zu organisatorischen Belangen im Bereich Verwaltung und Buchhaltung bzw. bei Online-Diensten!

Die nächsten 2-3 Jahre werden sicher viele Betriebe vor schwierigen Fragen stellen:

„Wie kann ich angesichts der rasanten Veränderungen im Automobilgeschäft weiterhin bestehen, wie fit und zeitgemäß bin ich mit meinem Betrieb aufgestellt, inwieweit bin ich bereit, mich zu verändern und mich auf neue Gegebenheiten einzustellen bzw. umzustellen?“

Der Vollständigkeit halber sei darauf hingewiesen, dass in diesem Zusammenhang natürlich auch das Gebrauchtwagengeschäft und der Aftersales-Bereich eine entscheidende Rolle bei der Entscheidungsfindung spielen könnten.

Auch der „Internetverkauf“ wird mit Sicherheit künftighin eine tragende Säule darstellen, zumal davon auszugehen ist, dass sich der Preiswettbewerb dank der „Preis- und Rabattkapriolen“ der Hersteller und des nachgelagerten Fahrzeughandels weiter verschärfen wird.

Spielt sich der Internetverkauf ausschließlich im Bereich der Preise und Rabatte ab, dann stellt sich die Frage:

Macht es Sinn, Autos von A über hunderte Kilometer nach B zu verkaufen und gleichzeitig zur Kenntnis zu nehmen, dass von B kommend wiederum derartige „Preisschnäppchen“ ins angestammte Verkaufsgebiet zurückkommen? Lachende Dritte in diesem Szenario sind die Hersteller, die ihre Autos verkaufen ebenso wie die Autokäufer, die ein Tiefstpreisangebot nutzen können.

Verlierer sind eindeutig die Auto- bzw. Markenhändler.

Wenn die Hersteller nicht zurückkehren, ihre Autos über gleichgestellte Kanäle mit gleichgestellten Startbedingungen abzusetzen, dann hat das durchschnittliche mittelgroße Autohaus in der Zukunft kaum Chancen!

Diesbezüglich sei auch auf den „Herstellerdirektverkauf“ hingewiesen, welcher bei manchen Herstellern mittlerweile weit über „einen Versuch mit Testcharakter“ hinausgeht.

Dieser Herstellerdirektverkauf ist entweder wie in der Vergangenheit auf ein Minimum im öffentlichen Bereich zurückzuführen oder aber die angestammten Markenhändler und Werkstätten erhalten dementsprechend angemessene finanzielle Ausgleichszahlungen.

Abschließend und zusammenfassend ein Szenario für 2016 und vermutlich auch 2017:

Die „Umweltdiskussion rund ums Auto“ wird weiterhin an Intensität zunehmen. Die damit einhergehenden Veränderungen im Bereich der Fahrzeugantriebe müssen daher auch von den Kfz-Betrieben nicht nur laufend und aufmerksam verfolgt werden, sondern erfordert diese sehr tiefgreifende Veränderung der künftighin produzierten und am Markt angebotenen Fahrzeuge eine ebenso laufende Evaluierung.

Der Trend zu immer abgasärmeren Automobilen wird sich rasch fortsetzen.

Autos mit Alternativantrieben - vor allem Elektro - werden verstärkt am Markt angeboten und in der Folge auch verkauft und gekauft werden.

Dementsprechend rasch und zielorientiert sind daher die davon betroffenen Kfz-Betriebe in allen Teilbereichen eines Autohauses auf die neuen Anforderungen einzustellen. Geschieht dies da oder dort aus welchen Gründen auch immer nicht, dann besteht erhöhte Existenzgefahr gemäß dem Spruch:

„Wer nicht mit der Zeit geht - geht mit der Zeit!“

Nachdem der Fahrzeuggesamtbestand bei Pkws und Kombis in Österreich derzeit bei etwa 4.750.000 Fahrzeugen liegt, ist alleine schon aus dem Nachholbedarf damit zu rechnen, dass 2016 und allenfalls auch 2017 etwa 280.000 bis max. 300.000 neue Fahrzeuge echt abgesetzt werden können. Kurzzeitzulassungen mit anschließendem Export sind hier nicht berücksichtigt.

Nachdem die Ertragslage im österreichischen Fahrzeugeinzelhandel nach wie vor als äußerst unbefriedigend zu bezeichnen ist, sollten die Jahre 2016 und 2017 für eine weitere Konsolidierung der Betriebe und für eine „Aufrüstung“ zur Bewältigung der Zukunft genutzt werden. Es sollte versucht werden, zuerst einmal jenes Geld zu verdienen und dieses dort einzusetzen, wo es für den Fahrzeugabsatz und für das Betriebsergebnis am zielführendsten ist:

Nämlich nicht durch die Verwirklichung sündteurer Neubauten, Umbauten und Luxusstandards, sondern an der Verkaufsfrent durch die Ausbildung und Anstellung von dringend benötigtem Verkaufspersonal und zu einer gezielten und treffsicheren Aufrüstung eines geordneten Internetauftritts bzw. Internetverkaufs.

Um eine solide Kundenzufriedenheit zu erreichen, die ja allseits gefordert wird und letztlich auch außer Streit steht, ist es unabdingbar, eine entsprechend ausreichende Zahl an kompetenten Mitarbeiter/innen zu beschäftigen, was wiederum sehr viel Geld kostet.

Österreich kann gemessen im EU-Vergleich und darüber hinaus mit den attraktivsten und bestausgestatteten Autohäusern aufwarten.

Diese Autohäuser alle paar Jahre ohne Notwendigkeit und entgegen jedweder wirtschaftlicher Vernunft rundzuerneuern, bedeutet Unfug und Geldverschwendung!

Betriebliche Investitionen können sehr sinnvoll und notwendig sein oder aber auch nicht!

Abschließend:

Die Hersteller sollten endlich daran gehen, Ordnung und Transparenz in der Preispolitik zu schaffen und ebenso sollten sie daran gehen, den auch so notwendigen und gepriesenen, jedoch ebenso geknechteten, Markenvertragshandel als Geschäftspartner fair zu behandeln und auch finanziell „leben“ zu lassen!

Dieser bietet letztlich doch das Bindeglied hin zum Kunden und die Sicherstellung in Hinblick auf Verkauf, Wartung, Reparatur, Garantie und Gewährleistung.

Es braucht keineswegs immer neuerer und grotesk wirkenderer Marketingmaßnahmen der Hersteller, um Autos vom Hersteller hin zum Kunden zu lenken.

Der österreichische Fahrzeughandel sowie die angeschlossenen Werkstätten schaffen dies unter der Voraussetzung einer fairen Geschäftspartnerschaft mit den Herstellern und Importeuren!

KommR Ing. Josef Schirak
Vorsitzender des FA Einzelhandel im Bundesgremium Fahrzeughandel
Februar 2016