

Sonderteil TRANSPORTER



Zwischentief für Arbeitstiere

Der Beginn der Wirtschaftsflaute vor einem Jahr hat auch die Nutzfahrzeug-Hersteller eiskalt erwischt. Aufgrund des guten ersten Halbjahres 2008 sind die Zulassungen mit 400.000 neu zugelassenen Transportern noch um 2,9 Prozent gestiegen. Dabei konnten Fiat, Ford und die PSA-Marken überdurchschnittlich wachsen. In diesem Jahr erfolgte dann der Einbruch. Nur die kleineren Modelle mit Pkw-Zulassung konnten sich durch die Umweltprämie behaupten. Im Vergleich zum Vorjahr wurden per Juli über 60 Prozent mehr abgesetzt. Das gewerbliche Geschäft leidet weiter an der ausbleibenden

Nachfrage. Ein Lichtblick ist allerdings der durch die Konjunkturpakete ausgelöste dezente Boom in manchen Branchen. Dadurch steigt auch der Bedarf an den richtigen Arbeitsgeräten. Wirtschaftsexperten sehen außerdem bereits Aufhellungen am Konjunkturhimmel. Die Talfahrt sei vorbei. Aufgrund des Ersatzbedarfs und des möglichen Endes der Delle in der Wirtschaft sollte 2010 nicht völlig abgeschrieben werden.

Ralph M. Meunzel
Chefredakteur

INHALT

78 Transportermarkt 2008/2009

2008 sind die Zulassungen noch gestiegen – für 2009 werden zum Teil massive Einbrüche erwartet

82 Vertriebsnetz 2009

Die Konsolidierung im Transporterbereich nimmt zu – Citroen- und Ford-Verkaufsnetz am stärksten geschrumpft

86 Total Cost of Ownership

Die Fahrzeugnutzungskosten sind wichtiges Kaufentscheidungskriterium im Transporterbereich



Genau richtig

„autofinanz“
das Finanzierungskonzept

akf bank
der finanzpartner

Kredit, Leasing, Mietkauf

Tel. (02 02) 49 29-185

Fax (02 02) 49 29-119

www.akf.de

auto@akf.de

Noch ein gutes Jahr

TRANSPORTER-MARKT 2008/09 – Transporter-Neuzulassungen in 2008 nochmals gestiegen. 2009 und 2010 werden zum Teil massive Absatzeinbrüche erwartet. VON AUTOMOTIVE INSIGHT *

Um die Zulassungszahlen im Transporterbereich ganzheitlich vergleichen zu können, werden im Folgenden Transporter mit einem zulässigen Gesamtgewicht (zGG) bis 7,5 Tonnen betrachtet, die sowohl als Pkw als auch als Lkw zugelassen worden sind.

Dies bedeutet, dass beispielsweise neben den klassischen Kasten- und Pritschenwagen auch rundum verglaste Kombis oder Minibusse Berücksichtigung finden. Es ist zu beachten, dass die im oberen Gewichtssegment (7,5 t zGG) positionierten Modelle wie der Iveco Eurocargo oder der Atego von Mercedes-Benz nicht Bestandteil der Untersuchung waren, da diese eher den leichten Lkw und nicht den Transportern zugerechnet werden müssen.

Gesamtüberblick

Beim Blick auf die Zulassungszahlen in 2008 wird deutlich, dass das vorangegangene Jahr noch ein durchaus erfolgreiches für die Transporterhersteller war (siehe Abbildung 1). Mit knapp 400.000 neu zugelassenen Transportern konnte der Absatz im Vergleich zu 2007 sogar nochmals um 2,9 Prozent gesteigert werden. Volkswagen mit knapp 126.000 Einheiten und einem Marktanteil von mehr als 30 Prozent dominierte weiterhin das Marktgeschehen, mit deutlichem Abstand folgten Mercedes-Benz und Fiat mit rund 65.000 bzw. 41.000 Zulassungen. Mit Ausnahme von Mercedes-Benz, Opel und Iveco konnten zudem alle führenden Hersteller im Vergleich zu 2007 teils erhebliche Zuwachsraten verbuchen. Zu den großen Gewinnern gehören Ford und Peugeot

LESEN SIE HIER...

... wie sich die Transporter-Neuzulassungen im Jahr 2008 entwickelt haben und in welchen Bereichen es die größten Veränderungen gab.



mit einem Zulassungsplus von mehr als 20 Prozent. Einen Zuwachs von mehr als 10 Prozent konnte Citroen ausweisen. Auf Modellebene ist nach wie vor der Transporter von Volkswagen das mit Abstand gefragteste Modell, obwohl im Vergleich zum letzten Jahr ca. 7.000 Einheiten weniger verkauft werden konnten (siehe Abbildung 2). Demgegenüber erzielte die neue Nummer zwei in dieser Rangliste, der Volkswagen Caddy, ein Absatzplus von 23,3 Prozent. Der Mercedes-Benz Sprinter rutschte mit knapp 40.000 Zulassungen und einem Minus von 0,5 Prozent auf den dritten Platz. Während die Modelle Transit/Tourneo von Ford die größten Zuwachsraten im Wettbewerberumfeld aufweisen, hatte der Vito von Mercedes-Benz mit einem Minus von knapp 20 Prozent zu kämpfen. Die letztjährige Nummer 10, der Iveco Daily, wurde vom kleineren Opel Vivaro verdrängt und schaffte es in diesem Jahr nicht in dieses Ranking. Welche Bedeutung diese Top-10-Modelle haben, zeigt die Tatsache, dass diese Fahrzeuge allein über 70 Prozent der Gesamtzulassungen im Transporterbereich erzielen.

TRANSPORTER-TREND

2008 war noch ein gutes Jahr im Transporterbereich. Die Zulassungen stiegen um 2,9 Prozent. Der VW Transporter war das Topmodell, gefolgt von Caddy und MB Sprinter.

Für 2009 sehen die Prognosen wesentlich niedriger aus. Transporter mit Lkw-Zulassung sind von der Wirtschaftskrise betroffen; lediglich kleinere Modelle mit Pkw-Zulassung profitieren aktuell von der Umweltprämie.

lichen Caddy die einzige Marke, bei denen die Transporter mit Pkw-Zulassung in der Überzahl sind (ca. 55%). Auch Citroen weist im Wettbewerberumfeld, bedingt durch den Stadtlieferwagen Berlingo, einen relativ hohen Anteil an Pkw-Zulassungen auf. Bei Mercedes-Benz und Fiat hingegen wurden knapp drei Viertel, bei Iveco sogar mehr als 97 Prozent der Transporter als Lkw zugelassen.

Sondereinflüsse

Von nicht zu unterschätzender Bedeutung sind die so genannten Sondereinflüsse, sprich Zulassungen auf den Hersteller, den Handel oder Autovermietungen, da hiervon in besonderem Maße die Restwerte der Fahrzeuge bestimmt werden. Mit Ausnahme von Iveco liegt der Anteil der Sondereinflüsse herstellerübergreifend zwischen 20 und 30 Prozent. Insbesondere der PSA-Konzern ragt mit einem Anteil der Sondereinflüsse von nur knapp über 20% positiv heraus, während bei Iveco dieser Anteil aufgrund der hohen Bedeutung der Vermietfirmen bei 44 Prozent liegt (siehe Abbildung 4, nächste Seite).

Pkw- vs. Lkw-Zulassungen

Beim Blick auf die Zulassungsstruktur nach Pkw bzw. Lkw zeigen sich auf Markenebene erhebliche Unterschiede (siehe Abbildung 3, nächste Seite). Als Ursache hierfür können unter anderem die verschiedenen Produktportfolien der Hersteller genannt werden. So ist Volkswagen insbesondere aufgrund des Pkw-ähn-

Zulassungen nach Regionen

Analysiert man in einem weiteren Schritt die Zulassungszahlen auf Kreisebene, so können im Gegensatz zu letztem Jahr nur geringfügige Veränderungen identifiziert werden. Der Westen, sprich Nordrhein-Westfalen, weist wiederum flächendeckend die höchste Zahl an Neuzulassungen auf (siehe Abbildung 5, nächste Seite),

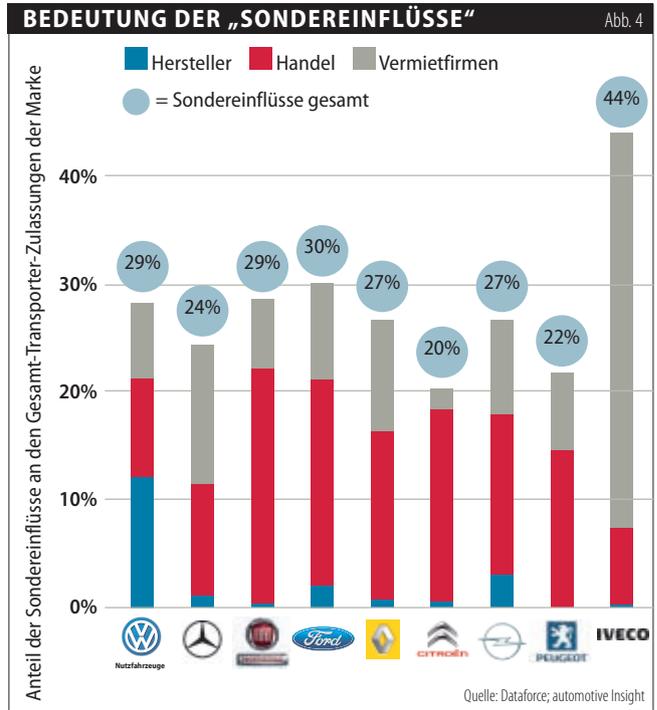
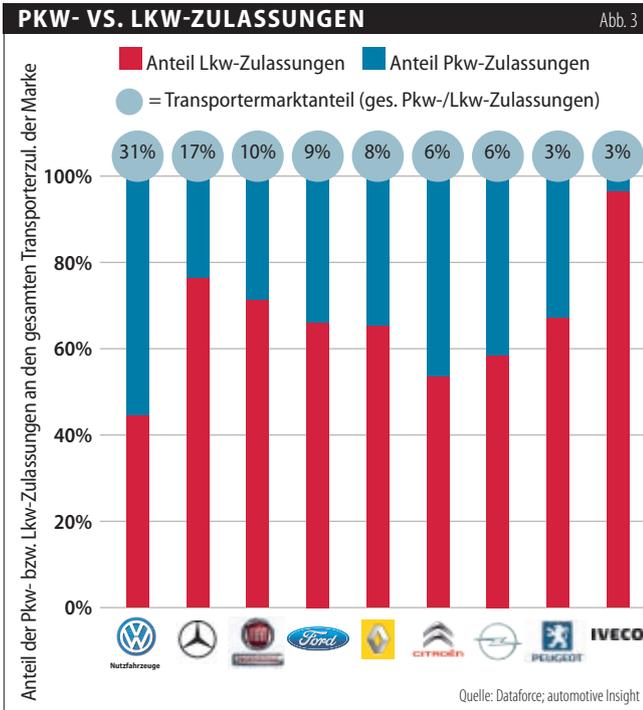
		Zulassungen/ Marktanteil 2008 (als Pkw und Lkw)	Zulassungen/ Marktanteil 2007 (als Pkw und Lkw)	Veränderung Zulassungen in %
1	VW Nfz 	125.670 (31,6%)	123.466 (32,0%)	+ 1,8%
2	MB 	64.663 (16,3%)	69.931 (18,1%)	-7,5%
3	FIAT 	41.386 (10,4%)	39.095 (10,1%)	+5,9%
4	FORD 	37.146 (9,4%)	30.785 (8,0%)	+20,7%
5	RENAULT 	33.767 (8,5%)	32.005 (8,3%)	+5,5%
6	CITROEN 	25.270 (6,4%)	22.905 (5,9%)	+10,3%
7	OPEL 	24.586 (6,2%)	25.140 (6,5%)	-2,2%
8	PEUGEOT 	13.636 (3,4%)	10.852 (2,8%)	+25,7%
9	IVECO IVECO 	10.112 (2,5%)	11.185 (2,9%)	-9,6%
10	SONSTIGE	21.175 (5,3%)	20.897 (5,4%)	+1,3%
	GESAMT	397.411 (100%)	386.261 (100%)	+2,9%

Quelle: Dataforce; automotive Insight

		Zulassungen/ Marktanteil 2008 (als Pkw und Lkw)	Zulassungen/ Marktanteil 2007 (als Pkw und Lkw)	Veränderung Zulassungen in %
1	TRANSPORTER 	64.220 (16,2%)	71.791 (18,6%)	-10,5%
2	CADDY 	47.439 (11,9%)	38.484 (10,0%)	+23,3%
3	SPRINTER 	39.947 (10,1%)	40.144 (10,4%)	-0,5%
4	TRANSIT, TOURNEO 	28.997 (7,3%)	21.774 (5,6%)	+33,2%
5	DUCATO 	24.061 (6,1%)	23.913 (6,2%)	+0,6%
6	VITO 	21.814 (5,5%)	27.055 (7,0%)	-19,4%
7	KANGOO 	16.081 (4,0%)	13.988 (3,6%)	+15,0%
8	CRAFTER 	13.575 (3,4%)	12.497 (3,2%)	+8,6%
9	BERLINGO 	12.884 (3,2%)	12.732 (3,3%)	+1,2%
10 ⁽¹⁾	VIVARO 	11.136 (2,8%)	10.707 (2,8%)	+4,0%
	GESAMT	280.154 (70,5%)	273.085 (70,7%)	

⁽¹⁾ 2007 belegte der Iveco Daily den 10. Platz

Quelle: Dataforce; automotive Insight

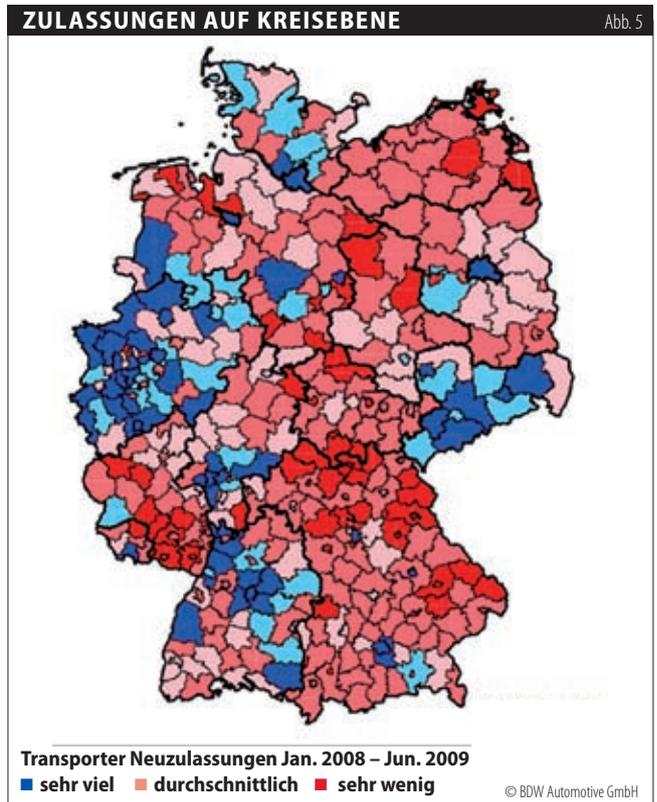


während bspw. im Nordosten oder auch in Teilen von Bayern nur sehr wenige Transporter verkauft werden. Eine signifikante Zunahme an Neuzulassungen kann dagegen innerhalb des Bundeslandes Sachsen festgestellt werden.

Gegenwart und Zukunft

Im Sommer 2008, bei der Verfassung des vorangegangenen Marktspiegels im Transporterbereich, war nicht mit einer wirtschaftlichen Krise in diesem Ausmaß zu rechnen. Vielmehr wurde von einem weiteren Boom und somit steigenden Zulassungszahlen, auch über das Jahr 2008 hinaus, ausgegangen. Die aktuelle Situation sieht jedoch anders aus. Während der Pkw-Bereich durch die Einführung der Umweltprämie einen kräftigen Schub erhalten hat und vor allem Kleinwagenhersteller astronomische Zuwachsraten verbuchen können, profitieren auch im Transporterbereich vorwiegend kleinere Modelle mit Pkw-Zulassung von dieser Subvention. Die anderen Modellvarianten mit Lkw-Zulassung sind jedoch unmittelbar von der Wirtschaftskrise betroffen. Aktuelle Zulassungsstatistiken zeigen, dass im Jahr 2009 mit teils erheblichen Absatzeinbußen zu rechnen ist, welche sich natürlich von Hersteller zu Hersteller und von Modell zu Modell unterschiedlich gestalten.

Die klassischen Kastenwagen in der Gewichtsklasse zwischen 2,8 bis 3,5 t zGG haben aktuell mit den größten Absatzeinbrüchen zu kämpfen. Laut Prognose der Experten von BDW Automotive wird die Nachfrage nach Transportern im Jahr 2010 noch weiter rückläufig sein. Für die Hersteller gilt es, die richtigen Weichen zu stellen, um gestärkt aus dieser Situation hervorzugehen. Die Kunden werden in Zukunft ihren Fokus noch stärker auf Modelle mit umweltfreundlichen Antriebstechnologien sowie mit geringen Nutzungskosten richten (siehe Artikel *Total Cost of Ownership auf Seite 86*) – diese Bedürfnisse gilt es zu befriedigen. ■



* automotive Insight ist auf Marktforschungs- und Beratungsdienstleistungen zu allen Bereichen des Marketing, Vertrieb und After Sales im Automotive-Sektor (Pkw & Nutzfahrzeuge) spezialisiert. www.automotive-insight.de

GUTE KUNDEN LIEFERN WIR IHNEN FREI HAUS.
WERDEN SIE CITROËN HÄNDLER.



Sie finden uns auf der IAA in Halle 8.

Ihr Ansprechpartner: Axel Neumann

Tel.: 0172/29 287 43

CRÉATIVE TECHNOLOGIE



CITROËN

Spezialisten für die **Kunden**

VERTRIEBSNETZUMFRAGE 2009 – Die Konsolidierung im Transporterbereich nimmt zu – Citroen- und Ford-Verkaufsnetz am stärksten geschrumpft. Die Etablierung von mehr Nutzfahrzeugzentren erscheint als schlüssige Strategie.

VON AUTOMOTIVE INSIGHT *



LESEN SIE HIER...

... wie sich die Vertriebs- und Servicenetze im Transporterbereich verändert haben.

KURZFASSUNG

Die Gesamtanzahl an Verkaufsstützpunkten bei den untersuchten Transporterherstellern ist gegenüber 2008 um 104 Betriebsstätten (1,6%) zurückgegangen, im Service waren es 253 (2,0%). Da die Anzahl der herstellereigenen Betriebsstätten nahezu gleich geblieben ist, fand die Konsolidierung ausschließlich bei den Vertragspartnern statt.

Immer mehr Hersteller streben Spezialistenzentren an – ein Trend, der sich bereits im Jahr 2008 abzeichnete.

Um die Entwicklung der Handelsnetze im Transporterbereich aufzeigen zu können, hat das Marktforschungs- und Beratungsunternehmen automotive Insight zum zweiten Mal nach 2008 eine Vertriebsnetzumfrage speziell für den Transporterbereich durchgeführt. Dabei wurden sowohl die Betriebsstättenstruktur des klassischen Vertragshandels als auch der herstellereigenen Niederlassungen abgefragt. Aufgrund der zunehmenden Bedeutung von Spezialistenzentren werden diese separat aufgeführt (siehe Abb. 1).

Betriebsstättenstruktur

Bei markenübergreifender Analyse der Betriebsstättenstruktur kann man erkennen, dass die meisten Betriebe sowohl Transpor-

terverkauf als auch -service anbieten und somit als Komplettbetriebe deklariert werden. Mit knapp über 150 Stützpunkten und einem Anteil von 1,2% sind die reinen Verkaufsbüros dagegen von zu vernachlässigender Bedeutung. Knapp die Hälfte aller Standorte sind Servicestützpunkte, wobei zwischen den reinen Werkstätten (ca. 24%) und denen mit Neuwagenvermittlung (ca. 25%) unterschieden werden muss. Auf Markenebene wiederum können signifikante Unterschiede bei der Betriebsstättenstruktur identifiziert werden: Während Renault Pkw nahezu ausschließlich auf Komplettbetriebe setzt (Anteil 98%), verfolgt der französische Konkurrent Citroen eher die Strategie, Servicepartner mit Vermittlungsrechten auszustatten. Opel wieder-

rum legt großen Wert auf reine Servicebetriebe ohne Vermittlung (57% aller Opel-Betriebsstätten). Mercedes-Benz und Peugeot sind dagegen die Hersteller, die im Vergleich zum Wettbewerb die meisten reinen Verkaufsstützpunkte aufweisen.

Analysiert man auf Herstellerebene die jeweilige Gesamtanzahl an Verkauf- und Servicebetrieben, so weisen jeweils Volkswagen, Ford und Renault im Wettbewerbsvergleich das dichteste Handelsnetz auf. Dabei ist Renault bei der Anzahl an Vertriebsstützpunkten klar führend, während Volkswagen im Service die Nase vorn hat (siehe Abb. 2, nächste Seite). Die auf Lkw fokussierten Nutzfahrzeughersteller Renault Trucks und Iveco haben speziell im Transporterverkauf ein vergleichsweise dünnes Handelsnetz.

Konsolidierung im Vertragshandel

Aufgrund der zum Teil engen Verknüpfung mit dem Pkw-Bereich kann auch im Transporterhandel eine zunehmende Konsolidierung festgestellt werden (siehe Abb. 3, nächs-

te Seite). Im Vergleich zu 2008 ist die Gesamtanzahl an Verkaufsstützpunkten bei den untersuchten Transporterherstellern um 104 (1,6%) zurückgegangen, im Service waren es 253 (2,0%) Betriebe weniger. In diesem Zusammenhang blieb die Anzahl der herstellereigenen Betriebsstätten jedoch auf nahezu identischem Niveau – somit fand die Konsolidierung ausschließlich bei den Vertragspartnern statt.

Vergleicht man die Gesamtanzahl an Verkaufsbetrieben auf Markenebene, so verzeichneten Citroen und Ford mit 12,3% bzw. 7,1% weniger Betriebsstätten den signifikantesten Rückgang. Bei der Anzahl der Servicebetriebe verbucht Renault Pkw (-8,3%) das größte Minus. Im Gegensatz dazu hat Nissan nach der Neustrukturierung seines Netzes in 2007 über 30 neue Standorte mit Komplettbetrieben erschlossen.

Durchschnittliches Volumen pro Verkaufsstätte

Als Indikator für die Wirtschaftlichkeit des Transporterhandels erscheint die

durchschnittliche Anzahl an Neuwagen pro Verkaufsstützpunkt als interessante Messgröße (siehe Abb. 4, nächste Seite). Einzig VW, Mercedes-Benz und Iveco erreichen pro Verkaufsstätte ein Neuwagenvolumen von über 100 Einheiten, wobei zu berücksichtigen ist, dass die vom Hersteller oftmals direkt abgewickelten Großkundengeschäfte hier mit inbegriffen sind. Während auch Fiat und Citroen mit rund 90 Einheiten pro Verkaufsstützpunkt ein überdurchschnittliches Transportervolumen vermarkten, weisen die asiatischen Importeure Nissan, Toyota und Hyundai ein Neuwagenvolumen von unter 15 Einheiten pro Betriebsstätte auf. Gleichwohl konnten auch bei diesen Marken große Unterschiede je nach Händler und Gebiet identifiziert werden.

Spezialistenzentren

Es konnte weiterhin festgestellt werden, dass viele Hersteller eine Professionalisierung des Transportergeschäfts durch so genannte Spezialistenzentren anstreben.

HANDELSNETZE DER HERSTELLER IM ÜBERBLICK										Abb. 1
Marke	Vertragshandel				Niederlassungen				davon Spezialistenzentren ⁽¹⁾	Gesamt
	Komplettbetriebe (Verkauf & Service)	Nur Verkauf	Service (mit NW-Vermittlung)	Nur Service (ohne NW-Vermittlung)	Komplettbetriebe (Verkauf & Service)	Nur Verkauf	Service (mit NW-Vermittlung)	Nur Service (ohne NW-Vermittlung)		
Citroen	'09: 261	'09: 5	'09: 496	'09: 29	'09: 13	'09: 0	'09: 2	-	'09: 55	'09: 806
	'08: 275	'08: 30	'08: 495	'08: 25	'08: 11	'08: 2	'08: 1	-	'08: 0	'08: 839
Fiat Professional	'09: 430	'09: 16	-	'09: 332	'09: 12	'09: 1	-	'09: 1	'09: 119	'09: 792
	'08: 426	'08: 16	-	'08: 344	'08: 13	'08: 1	-	'08: 1	'08: 93	'08: 801
Ford	'09: 723	-	'09: 919	'09: 164	-	-	-	-	'09: 241	'09: 1.806
	'08: 778	-	'08: 902	'08: 193	-	-	-	-	'08: 220	'08: 1.873
Hyundai	'09: 479	-	-	'09: 62	-	-	-	-	-	'09: 541
	'08: 512	-	-	'08: 61	-	-	-	-	-	'08: 573
Iveco	'09: 28	-	'09: 101	'09: 237	'09: 5	-	'09: 19	-	..(2)	'09: 390
	'08: 26	-	'08: 105	'08: 247	'08: 5	-	'08: 20	-	..(2)	'08: 403
Mercedes-Benz	'09: 211	'09: 27	'09: 389	'09: 269	'09: 60	'09: 14	-	'09: 33	'09: 46 ⁽³⁾	'09: 1.003
	'08: 230	'08: 30	'08: 413	'08: 264	'08: 60	'08: 14	-	'08: 34	'08: 0	'08: 1.045
Nissan	'09: 404	'09: 25	-	'09: 238	-	-	-	-	'09: 59	'09: 667
	'08: 369	'08: 20	-	'08: 249	-	-	-	-	'08: 76	'08: 638
Opel	'09: 510	-	-	'09: 687	-	-	-	-	-	'09: 1.197
	'08: 482	-	-	'08: 695	-	-	-	-	-	'08: 1.177
Peugeot	'09: 301	'09: 30	'09: 454	'09: 47	'09: 60	'09: 1	-	-	'09: 92	'09: 893
	'08: 325	'08: 1	'08: 425	'08: 55	'08: 59	'08: 1	-	-	'08: 90	'08: 866
Renault Pkw	'09: 1.257	'09: 5	-	'09: 17	'09: 13	-	-	-	'09: 101	'09: 1.292
	'08: 1.277	'08: 0	-	'08: 114	'08: 12	-	-	-	'08: 114	'08: 1.403
Renault Trucks	'09: 10	-	-	'09: 89	'09: 5	'09: 6	-	'09: 0	..(2)	'09: 110
	'08: 10	-	-	'08: 86	'08: 4	'08: 5	-	'08: 1	..(2)	'08: 106
Toyota	'09: 599	'09: 2	-	'09: 135	-	-	-	-	-	'09: 736
	'08: 603	'08: 0	-	'08: 137	-	-	-	-	-	'08: 740
VW ⁽⁴⁾	'09: 848 [18]	'09: 19	'09: 671 [26]	'09: 627 [4]	-	-	-	-	'09: 40 [2]	'09: 2.165
	'08: 867 [18]	'08: 20	'08: 800 [26]	'08: 489 [4]	-	-	-	-	'08: 40 [2]	'08: 2.176
Gesamt	'09: 6.061	'09: 129	'09: 3.030	'09: 2.933	'09: 168	'09: 22	'09: 21	'09: 34	'09: 786	'09: 12.398
	'08: 6.180	'08: 117	'08: 3.140	'08: 2.959	'08: 164	'08: 23	'08: 21	'08: 36	'08: 633	'08: 12.640

(1) Als Spezialistenzentren versteht man jene Betriebe, die den besonderen Anforderungen des Transportergeschäfts z.B. durch spezifische Nutzfahrzeugstandards Rechnung tragen.

(2) Aufgrund der Tatsache, dass es sich hierbei um reine Nutzfahrzeughändler handelt, können alle Betriebe als Spezialistenzentren angesehen werden.

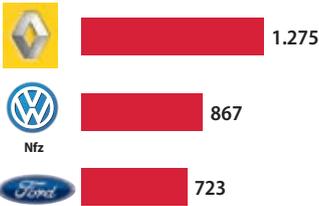
(3) Standards wurden neu definiert (4) in Klammern: davon Betriebe der Volkswagen Retail GmbH

Quelle: automotive Insight; Herstellerangaben

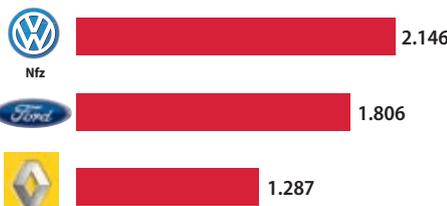
ANZAHL VERTRIEBSSTÜTZPUNKTE

Abb. 2

Die drei Hersteller mit den meisten Vertriebsstützpunkten:



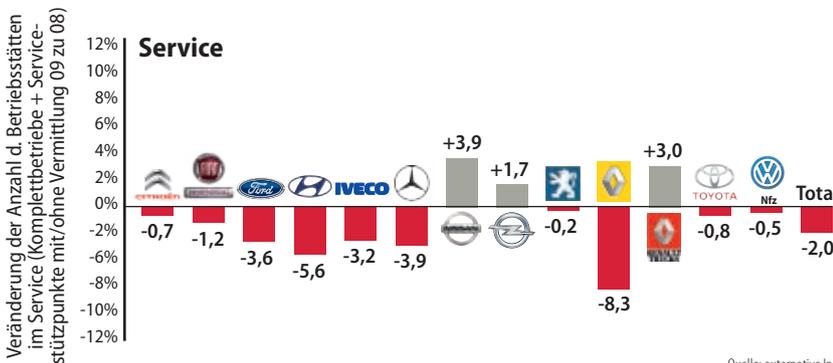
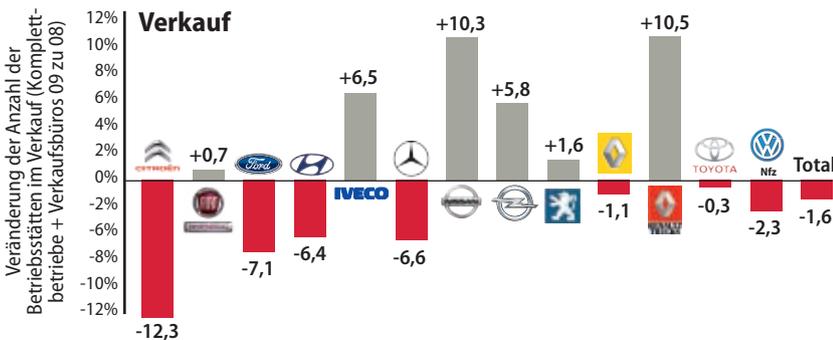
Die drei Hersteller mit den meisten Servicestützpunkten:



Quelle: automotive Insight

VERÄNDERUNG DER ANZAHL DER BETRIEBSSTÄTTEN

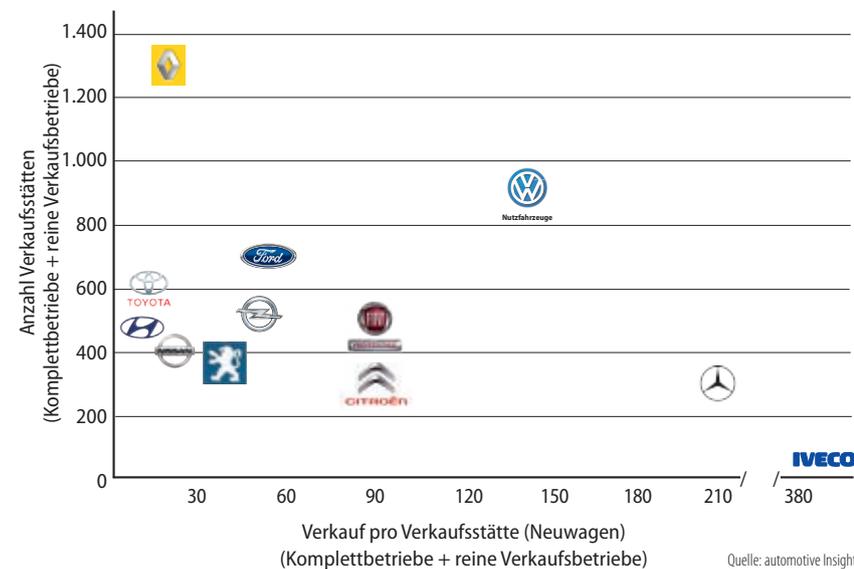
Abb. 3



Quelle: automotive Insight

ANZAHL NEUWAGEN PRO VERTRIEBSSTÜTZPUNKT

Abb. 4



Quelle: automotive Insight

Mit Hilfe spezifischer Standards, bspw. in den Bereichen Mitarbeiterqualifikation, Werkstattausstattung oder auch der Vorkhaltung von Vorführwagen, wird versucht, den Stellenwert des Transportergeschäfts zu erhöhen sowie den individuellen Anforderungen der Transporter-Kunden Rechnung zu tragen. Mercedes-Benz z. B. nahm eine Neudefinition der Service-Standards vor, nach denen die Betriebe mehr als 35 Leistungsmerkmale erfüllen müssen, um als Nutzfahrzeugzentrum zertifiziert zu werden. Citroen, bei der ersten Vertriebsnetzumfrage Mitte 2008 noch gänzlich ohne Nutzfahrzeugzentren, hat mittlerweile ebenfalls ein Business-Konzept etabliert, dem gegenwärtig 55 Händler angehören. Ziel ist es, den Anteil an mittleren und großen Flottenkunden zu steigern.

Eine rückläufige Anzahl an Kompetenzzentren weisen hingegen Nissan und Renault auf. Beim französischen Hersteller kann diese Entwicklung nicht zuletzt dadurch erklärt werden, dass manche Händler die nochmals gestiegenen Anforderungen an dieses Konzept wie bspw. die Abnahmemenge an Transportern nicht mehr erfüllen konnten.

Ausblick

Vor dem Hintergrund sinkender Absatzzahlen im Transportersegment und der nach Auslaufen der Umweltprämie Ende 2009 zu erwartenden Rückgänge im Pkw-Bereich muss in Zukunft mit einer weiteren Konsolidierungswelle im Vertrags-handel gerechnet werden. Um in dieser schwierigen Zeit am Markt bestehen zu können, müssen die Händler mehr denn je versuchen, die bestehenden Kunden zu binden und neue Kunden zu gewinnen. Dies kann jedoch nur erreicht werden, wenn die Kunden sowohl im Verkauf als auch im Service optimal betreut werden. Der eingeschlagene Weg im Transporterbereich, hin zu spezialisierten Nutzfahrzeugzentren, erscheint nicht zuletzt deshalb als schlüssige Strategie. Aus Gründen der Wirtschaftlichkeit ist jedoch ein ausreichendes Absatzvolumen auf Betriebsebene die Grundvoraussetzung hierfür. ■

* automotive Insight ist auf Marktforschungs- und Beratungsdienstleistungen zu allen Bereichen des Marketing, Vertrieb und After Sales im Automotive-Sektor (Pkw & Nutzfahrzeuge) spezialisiert. www.automotive-insight.de

>Fachbücher kauft man jetzt online.
Der neue eShop www.auto-business-shop.de



The image shows a laptop displaying the 'AUTOHAUS' e-shop interface. The screen displays the website's header with the 'AUTOHAUS' logo and navigation menus. A search bar is visible, and the search results for 'Forderungsmanagement im Autohaus' by Martin Hake are shown. A large blue and red graphic element, resembling a stylized 'S' or a ribbon, flows from the laptop screen towards the foreground, where a physical book cover for 'Forderungsmanagement im Autohaus' is shown. The book cover is dark blue with a white and red design, featuring the author's name 'MARTIN HAKE' and the title 'Forderungsmanagement im Autohaus'.

Forderungsmanagement im Autohaus – so bleiben Sie liquide:

- Wie Sie die gesetzlichen Möglichkeiten des automatischen Verzugs sicher nutzen
- Tipps zum Verzinsungsanspruch gegen säumige Kunden
- Wie Sie Ihre eigene Position gegenüber Kunden und Herstellern stärken

AUTOHAUS
Buch & Formular



Genau kalkulieren

FAHRZEUG-NUTZUNGSKOSTEN – Die „Total Cost of Ownership“ (TCO) als Kaufentscheidungskriterium im Transporterbereich

VON AUTOMOTIVE INSIGHT UND SANFORD C. BERNSTEIN *

Die „Total Cost of Ownership“ (TCO) oder Fahrzeug-Nutzungskosten spielen bei der Beschaffung eines neuen Transporters eine immer größere Rolle. Speziell für Unternehmen mit einer großen Flotte dienen sie häufig als Entscheidungsgrundlage für den Kauf eines bestimmten Modells oder einer bestimmten Marke. Im Rahmen einer Untersuchung zum Thema TCO, die das Marktforschungs- und Beratungsunternehmen automotive Insight in Kooperation mit den Londoner Marktanalysten Sanford C. Bernstein Anfang 2009 durchgeführt hat, wurden für acht Modelle die Nutzungskosten kalkuliert. Es handelt sich hierbei durchweg um Kastenwagen mit einem zulässigen Gesamtgewicht (zGG) von 3,5 Tonnen, einem Ladevolumen von ca. 11 Kubikmetern und einer Motorleistung von etwa 120 PS. Dabei wurden alle für die TCO-Analyse relevanten fixen und variablen Kosten auf Modellebene analysiert und verglichen (siehe Abb. 1). Andere Kosten, die de facto die Höhe der TCO bestimmen, wie Fuhrparkverwaltungskosten oder Personalkosten, sind individuell sehr verschieden und wurden nicht berücksichtigt.

Analyse der Fixkosten

Den mit Abstand größten Einfluss auf die TCO haben die monatlichen Leasingkosten. Die Leasingrate als Indikator zur Messung des Transaktionspreises und des Restwerts wurde hier-

bei als besonders praxisnahe Berechnungsmethodik angesehen. Unter der Annahme einer Haltedauer von drei Jahren, einer Sonderzahlung von 25 %, einer Leasingratenversicherung und einer jährlichen Laufleistung von 20.000 km (Szenario I) bzw. 40.000 km (Szenario II) lagen die jährlichen Leasingkosten nach Auswertung diverser Mystery Shoppings bei 4.300 bis 5.500 Euro (20' km) bzw. 4.600 bis 6.000 Euro (40' km). Den Anteil an den Gesamtkosten kann man mit rund 50 % beziffern.

Weitere fixe Kostenblöcke sind die zu entrichtenden Steuern und Versicherungsprämien. Die Steuer hängt dabei vom zulässigen Gesamtgewicht ab und beträgt bei den untersuchten 3,5 Tonnern jeweils 210 Euro/Jahr. Die Kalkulation der Versicherung gestaltet sich demgegenüber etwas schwieriger, ist gleichzeitig aber keine Kostenposition, um sich gegenüber den Wettbewerbern zu profilieren. Bei der Versicherungseinstufung muss zunächst der Einsatzzweck unterschieden werden, also Werkverkehr, gewerblicher Güterverkehr oder Kurier-, Eil- und Paketdienste (KEP). Die so genannten KEP-Unternehmen müssen dabei mit der höchsten Versicherungseinstufung rechnen, wobei es durchaus üblich ist, über zusätzliche Sicherheitsausstattungen wie ESP oder Einparkhilfe die Raten zu senken. Weitere Kriterien zur Berechnung der Versicherung sind das zGG, der Fahrzeugaufbau, die Kaskoeinstufung, der Ort der Zulassung sowie die

Motorleistung. In diesem Zusammenhang sind insgesamt acht verschiedene kW-Klassen als Basis für die Versicherungseinstufung definiert. Im Rahmen der Untersuchung wurden für die betrachteten Modelle im Werkverkehr durchschnittliche Versicherungsbelastungen von ca. 1.000 bis 1.500 Euro/Jahr festgestellt, wobei je nach Schadenhäufigkeit Bonus- bzw. Malusregelungen für die Einstufung im nächsten Jahr greifen. Die beiden Kostenblöcke Kfz-Steuer und Versicherung machen zusammen lediglich 10 bis 15 % der TCO aus.

Analyse der variablen Kosten

Ein erster variabler Kostenblock, den es zu berücksichtigen gilt, sind die Wartungsarbeiten. Dabei sind nicht nur Lohn- und Materialkosten je nach Marke sehr unterschiedlich, sondern auch die Wartungsintervalle – von einem Jahr oder 25.000 km bis hin zu zwei Jahren und 45.000 km. Über einen Zeitraum von 36 Monaten ergibt sich dadurch ein Einsparpotenzial von bis zu 1.000 Euro je nach Marke. Der Austausch von Verschleißteilen ist eine weitere Position, die im Rahmen der TCO-Untersuchung Berücksichtigung fand. Es konnten jedoch keine gravierenden Unterschiede festgestellt werden, wenn man die Kosten für Reifen, Bremscheiben oder Bremsklötze betrachtet. Eine größere Differenz ergab sich bei Analyse der Stundenverrechnungssätze, die mitunter um bis zu 30 % je nach Marke variieren können. Mit Gesamtkosten von 500 bis 1.500 Euro pro Jahr für Wartung und Reparatur von gängigen Verschleißteilen schlagen diese Positionen bei der TCO-Analyse mit ca. 5 bis 10 % zu Buche.

Ein weitaus bedeutenderer Kostenblock sind die Kraftstoffkosten, die je nach Fahrleistung/Jahr und Kraftstoffpreis für 25 bis 35 % der gesamten TCO verantwortlich sind. Analysiert man die durchschnittlichen Verbrauchswerte pro Marke, so konnten Unterschiede von bis zu 2 l/100 km ausgemacht werden – bei einer jährlichen Fahrleistung von 40.000 km können somit pro Fahrzeug knapp 1.000 Euro eingespart werden. Durch die Entwicklung innovativer und neuer Technologien wird versucht, dieser Herausforderung zu begegnen. Start-Stopp-Automatik insbesondere für KEP-Dienste oder auch die Einführung gasbetriebener Modelle können beispielhaft genannt werden. Bei Gas-Modellen stehen jedoch den Vorteilen beim Verbrauch oder den Emissionen auch einige Nachteile gegenüber wie z. B. ein lückenhaftes Tankstellen-

KURZFASSUNG

Größter Kostenblock bei den Fahrzeugnutzungskosten im Transporterbereich ist die Leasingrate. Sie macht etwa die Hälfte der TCO aus. Die weiteren Fixkosten für Steuern und Versicherung belaufen sich auf ca. 10 bis 15 % der TCO. Zu den variablen Kosten gehören Wartungsarbeiten und die Reparatur von Verschleißteilen, die mit 5 bis 10 % der TCO jedoch relativ gering sind. Bedeutender sind die Kraftstoffkosten: 25 bis 35 % der TCO. Fazit: Der Listenpreis spielt für die TCO keine entscheidende Rolle. Fahrzeuge mit höheren Listenpreisen können durch vergleichsweise niedrige Leasingraten und lange Wartungsintervalle während der Nutzungsdauer durchaus günstiger sein als Wettbewerber mit geringerem Listenpreis.

netz, ein höherer Anschaffungspreis oder eine eingeschränkte Zuladung aufgrund der zusätzlichen Tanks.

Fazit

Fasst man die Ergebnisse der TCO-Analyse zusammen, so muss konstatiert werden, dass je nach Marke zum Teil erhebliche Kostenunterschiede identifiziert werden konnten und man keinerlei Rückschlüsse vom Listenpreis auf die TCO ziehen kann. So können Fahrzeuge mit höheren Listenpreisen durch attraktive Leasingraten kombiniert mit langen Wartungsintervallen während der Nutzungsdauer durchaus günstiger sein als Wettbewerber mit geringerem Listenpreis.

Alles in allem kann man sagen, dass neben den Leasingkosten der Kraftstoffverbrauch eine dominierende Stellung bei der Kalkulation der TCO einnimmt. Beide Kostenblöcke zusammen sind für mehr als drei Viertel der gesamten TCO verantwortlich und bieten den Herstellern Potenzial, sich von den Wettbewerbern abzuheben (siehe Abb. 2). Nichtsdestotrotz sollten die Leasingraten vor dem Hintergrund des Restwertrisikos realistisch kalkuliert werden. Im Hinblick auf die Kraftstoffkosten und Emissionen werden in Zukunft insbesondere nachhaltige, innovative Antriebstechnologien an Bedeutung gewinnen, für die heute bereits die entsprechenden Weichen gestellt werden müssen. ■

*automotive insight ist auf Marktforschungs- und Beratungsdienstleistungen zu allen Bereichen des Marketing, Vertrieb und After Sales im Automotive-Sektor (Pkw & Nutzfahrzeuge) spezialisiert. www.automotive-insight.de
Der Fokus des Londoner Unternehmens Sanford C. Bernstein liegt auf der Anlagenforschung, -verwaltung sowie dem Vermögensmanagement. www.bernstein.com*

