



 E-Paper-Extra:
15 Jahre AMI: Video
ansehen

 E-Paper-Extra:
Link zum AUTOHAUS
Web-TV von der AMI

Leipzig lockt

Messe / Die AMI in Leipzig lockte auch in diesem Jahr wieder Tausende Besucher in die schönste Messehalle Deutschlands

VON KERSTIN HADRATH, KAROLINA ORDYNIEC UND RALPH M. MEUNZEL

Mit wertvollen Impulsen für das bislang schwache Autogeschäft 2007 in Deutschland hat die Automobil International in Leipzig ihre Pforten am 22. April geschlossen.

Trotz des strahlendblauen Himmels und Temperaturen wie im Hochsommer strömten zirka 270.000 Besucher aus 35 Ländern ins

schönste Messegelände, um sich von 133 Premieren von 50 Automarken zum Kauf animieren zu lassen – das waren zwar weniger als im Vorjahr, dennoch sind die Aussteller trotz des grottenschlechten Starts ins neue Autojahr zufrieden und erwarten ein gutes Nachmessegeschäft. Die Branche gibt sich zuversichtlich. Hier eine Zusammenfassung:



Die GE Money Bank präsentierte sich auf der AMI erstmals auch als Kia-Bank und verkündete gleichzeitig, dass man mit Brilliance künftig ebenfalls auf europäischer Ebene zusammenarbeitet. Für 2007 erwartet Holger Laubenthal deshalb ein weiteres Wachstum.



 E-Paper-Extra:
AMI-Video von BMW
ansehen

BMW- und Mini-Vertriebschef Ludwig Willisch freute sich zum vierten Mal über den Gewinn des MarkenMonitors (siehe Seite 22) bei den Premiumherstellern.



Mit dem Marktanteilsverlust im ersten Quartal sieht sich Volkswagen-Vertriebschef Stefan Müller im Plan. Für ihn werden in erster Linie die Mehrzulassungen des vergangenen Jahres aufgrund der Mehrwertsteuererhöhung kompensiert. Für den Rest des Jahres ist Müller zuversichtlich. VW setzt weiterhin auf möglichst rabattunschädliche und restwertschonende Incentives.

Brilliance wird ab Mai in Nordrhein-Westfalen an den Start gehen. Die Difa als Tochtergesellschaft der Autohaus Röchling GmbH will zunächst die Mittelklasse-Limousine BS6 (ab 19.990 Euro) und im Sommer das Kompaktmodell BS4 über 50 Händler vertreiben.



Mobile.de-Geschäftsführer Peter Schmid stellte im Rahmen der Messe eine erweiterte Blickfänger-Option für seine 28.000 Händler und Kunden vor. Blickfänger-Inserate werden optisch hervorgehoben, erscheinen nach dem Rotationsprinzip auf der Startseite und werden zusätzlich bei Ebay Motors abgebildet.



INTERVIEW MIT OLIVIER DARDART, GESCHÄFTSFÜHRER PEUGEOT DEUTSCHLAND

Peugeot musste im ersten Quartal 2007 um knapp 29 Prozent gesunkene Zulassungszahlen hinnehmen. Olivier Dardart äußerte sich im Gespräch zu den weiteren Vorhaben.

AH: Herr Dardart, wie bewerten Sie das abgelaufene erste Quartal und die Aussichten auf das Gesamtjahr?

O. Dardart: Das erste Quartal war schwer wegen der Mehrwertsteuer. Wir hoffen, dass der Mehrwertsteuereffekt sich jetzt reduzieren wird und dass wir wieder einen normalen Markt vorfinden. Für uns war es zusätzlich schwierig, da wir eine neue Politik verfolgen. Wir haben die Tageszulassungen reduziert und das hatte natürlich einen Effekt auf unseren Marktanteil. Zudem hatten wir nach dem 206 CC keinen CC mehr, der jedoch für unser Volumen sehr wichtig ist. Der neue 207 CC, für den im März viele Bestellungen eingegangen sind, gibt uns die Möglichkeit, unseren Marktanteil noch einmal zu entwickeln. Unsere Politik mit weniger Tageszulassungen, dafür mehr Verkäufen an Privatkunden und Flotten ohne Vermieter werden wir fortsetzen.

AH: Welchen Marktanteil strebt Peugeot für 2007 an?

O. Dardart: Wir wollen in diesem Jahr 3,3 Prozent Marktanteil erreichen. Wichtig ist auch, dass wir im Nutzfahrzeugbereich eine positive Entwicklung anstreben. Wir haben unser Volumen seit Anfang des Jahres um 60 Prozent erhöht. Mit dem neuen Boxer und dem neuen Expert haben wir jetzt Erfolg.

AH: Von welchen Pkw-Modellen verspricht sich Peugeot 2007 gute Zahlen?

O. Dardart: Einen großen Erfolg versprechen wir uns vom 207 und 207 CC. Seit Anfang März sind mehr als 7.500 Einheiten des 207 CC bestellt worden.

AH: Macht sich die CO₂-Debatte bei Peugeot bemerkbar?

O. Dardart: Seit dem Beginn der Debatte ist das Interesse deutscher Kunden an Peugeot noch höher geworden, weil wir als umweltfreundliche Marke bekannt sind.





12.000 verkaufte Einheiten strebt Jens Becker, Managing Director Subaru Deutschland, für 2007 an. Ein Dieselmotor soll ab Herbst zur Zielerreichung beitragen.

MARKUS SCHRICK, VIZEPRÄSIDENT TOYOTA DEUTSCHLAND



Toyota präsentierte das Ergebnis des am 31. März 2007 abgelaufenen Geschäftsjahres und konnte eine Steigerung des Umsatzerlöses aus Fahrzeugen und Teilen um 12,6 Prozent auf 2,58 Milliarden Euro vermelden. Die Zulassungen von Toyota und Lexus stiegen gegenüber dem Vorjahreszeitraum um 11,8 Prozent. Angesichts des schleppend angelaufenen Jahres korrigiert Toyota seine Prognose für den Gesamtmarkt nach unten und rechnet nun mit ca. 3,32 Millionen Zulassungen. An den Plänen für die eigene Marke hält Markus Schrick jedoch fest: „Wir bleiben nach wie vor bei unserer Toyota- und Lexus-Planung von 153.000 Fahrzeugen. Dies würde bei einem gesunkenen Gesamtmarkt einen höheren Marktanteil bedeuten.“ Die aktuelle CO₂-Debatte bewertet Schrick als „großes und vor allem gutes Thema“ für Toyota. Ein Ausbau der D-Cat-Technologie ist ebenso geplant wie eine weitere Forcierung des Hybridantriebs. Mit dem erstmals in Deutschland gezeigten Lexus LS 600h stößt die Hybrid-Technologie nun auch in die Oberklasse vor.

HAYDAN LESHEL, GESCHÄFTSFÜHRER KIA MOTORS DEUTSCHLAND

Kia erwartet nach dem guten Jahresauftakt für das Gesamtjahr eine Steigerung des Absatzes um mindestens 4.000 Einheiten. „Wir haben uns für 2007 schon eine Fünf vorne vorgestellt“, sagte Haydan Leshel, Kia-Geschäftsführer. Vor allem das Kia-Volumenmodell C'eed solle mit rund 12.000 Einheiten helfen, dieses Ziel zu erreichen. Für den C'eed Sporty Wagon, der in Leipzig seine Deutschlandpremiere feierte und im September auf dem Markt kommt, prognostizierte Leshel einen 30-prozentigen Anteil an den Verkäufen des Kompaktmodells.



Auch auf die neu gegründete Kia Bank setzt der Kia-Chef große Hoffnungen. „Es gibt 47 Hersteller, davon zwei ohne eigene Bank. Einer davon waren wir. Dieses Manko haben wir jetzt ausgemerzt. Eine eigene Bank ist eine vertrauensbildende Maßnahme für unsere Kunden“, so Leshel. Der in Kooperation mit der GE Money Bank betriebene Finanzdienstleister solle bis Mitte des Jahres Fahrt aufnehmen.

Haydan Leshel mit Sat 1-Moderatorin Bettina Cramer



Peter Alexander Trettin, Leiter der DaimlerChrysler Vertriebsorganisation Deutschland, bedauerte die Schlagzeilen über den in der Luft liegenden Chrysler-Verkauf. Sie lenken vom Erfolg der Marke auf dem deutschen Markt ab, so Trettin.



NÜRNBERGER FlottenManagement

Die Kostenbremse für Ihren Fuhrpark.

- NÜRNBERGER FlottenService
Senkt Fuhrparkkosten bis zu 30 %
Leasing-/Finanzierungsoptimierung, Beratung, Service, Verwaltung, Report
Für alle Kfz-Typen und -marken. Ab 5 Kfz.
- NÜRNBERGER AutoVersicherung FlottenSchutz
Individuelle Kalkulation schon ab 5 Kfz; Stückprämien und Jahrespauschalen
- NÜRNBERGER TransportSchutz

Ein Exklusiv-Angebot von



FleetCompany
Fuhrparkmanagement und Beratung

Sofortinformation:

Telefon 0180 3023027*

* z.B. T-com 9 ct./min. aus dem deutschen Festnetz

NÜRNBERGER VERSICHERUNGSGRUPPE

Ostendstraße 100, 90334 Nürnberg

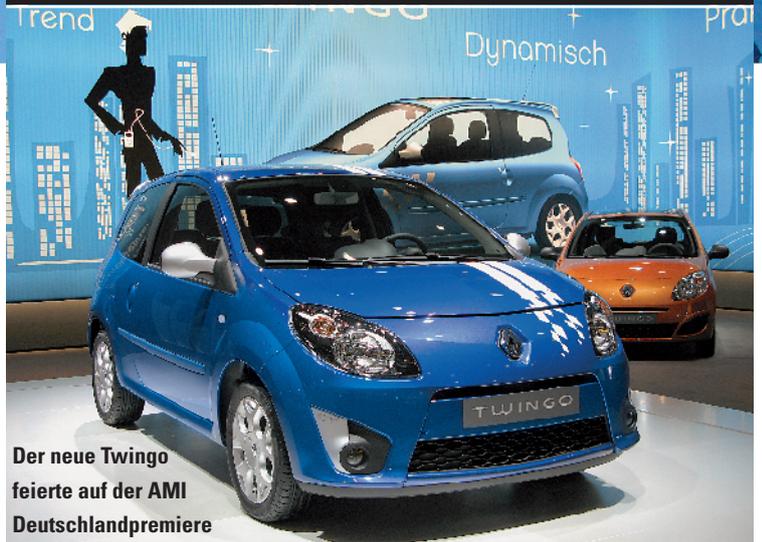
flottenmanagement@nuernberger.de, www.nuernberger.de

Schutz und Sicherheit im Zeichen der Burg

NÜRNBERGER

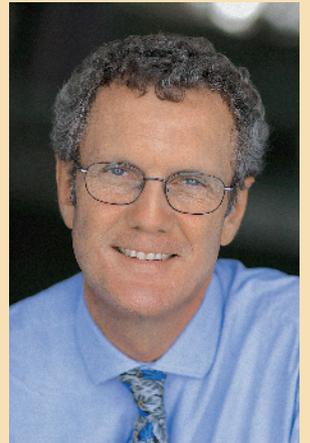
VERSICHERUNGSGRUPPE





Der neue Twingo feierte auf der AMI Deutschlandpremiere

„Für Renault war 2006 ein Übergangsjahr“, sagte Vorstandschef Jacques Rivoal. „Wir haben unsere Vertriebspolitik total geändert – wir sind weg von Tageszulassungen und haben den Fokus auf Privatzulassungen gelegt, so dass es uns gelungen ist, diese zu erhöhen“, erläuterte Rivoal weiter. Nachdem Renault es geschafft hat, sich seiner Altlasten aus der Vergangenheit zu entledigen, steht nun eine neue Marktoffensive mit insgesamt 26 neuen Modellen an, die bis 2009 eingeführt werden sollen. Für 2007 erhofft sich Rivoal um die 170.000 Zulassungen und peilt zusammen mit Pkw, Lkw und Dacia einen Marktanteil um die fünf Prozent an.



Zuversichtlich für 2007: Dr. Gebhard Ratz (oben rechts) und Daniel Mundzeck von der GMAC-Bank



Udo Bub ist neuer After-sales-Chef bei Fiat

PREISVERLEIHUNG BEIM JOURNALISTENWETTBEWERB „WORT & WERKSTATT“

Neben den zahlreichen farbenfrohen Autopräsentationen auf der AMI gab es auch noch ein besonderes journalistisches Highlight: Die Verleihung des Journalistenpreises „Wort & Werkstatt“ für die qualitativ hochwertige Berichterstattung über Kfz-Werkstätten. Große Freude bei Springer Transport Media: Alle drei Preisträger entstammen unserem Verlag. Auf den Medaillenplätzen landeten Auto-Service-Praxis Redakteur Peter Diehl (1. Platz), Auto-Service-Praxis-Chefredakteur Frank Schlieben (2. Platz) sowie ebenfalls auf dem 2. Platz die AUTOHAUS-Redakteurin Sabine Tilp. Sie überzeugten die mit drei Branchenexperten besetzte Fachjury (siehe Foto) mit ihren Artikeln. Ausgelobt wurden der mit 2.500 Euro dotierte 1. Preis und die jeweils mit 1.500 Euro bezifferten beiden zweiten Plätze vom Werkstattsystem AUTOMEISTER und dem Softwareunternehmen Werbas AG.



Michael Bergmann, Geschäftsführer Mazda Motors Deutschland, präsentierte drei Deutschland-Premieren: den neuen SUV CX-7, die neue Generation des Mazda 2 und einen neuen 143 PS-Diesel für den Mazda 3.

Jury und Preisträger auf der AMI: Helmut Blümer (ZDK), Frank Schlieben, Hartmut Röhl (GVA), Sabine Tilp, Peter Diehl und Winfried Hummel (ASA, v.l.n.r.)



NISSAN-GESCHÄFTSFÜHRER DR. RAINER LANDWEHR

Mit einem Minus von über 30 Prozent kann Nissan mit dem ersten Quartal nicht zufrieden sein. Als Ursachen nannte Geschäftsführer Dr. Rainer Landwehr die deutlich gesunkene Nachfrage beim Micra. Die harte Konkurrenzsituation am Markt habe außerdem dazu beigetragen. Inwieweit die derzeit laufende Umstellung der Nissan-internen IT-Struktur, die das Disposystem stark betroffen hat und dazu führte, dass der Handel zeitweise Schwierigkeiten hatte, Fahrzeuge zu bestellen, dazu beitrug, wurde nicht thematisiert. Nissan prüft derzeit, ob der Handel mit Zielerreichungsboni trotz Nicht-Erfüllung der Vorgaben entschädigt wird. Zunächst gab es allerdings eine Entschuldigung an die Händlerschaft. Das Problem solle man bis Mitte Mai endgültig in den Griff bekommen, versprach der Manager. Als sehr erfreulich sieht der Nissan-Chef die hohe Nachfrage nach dem neuen SUV Qashqai. Seit Ende Februar würden bereits 10.000 Bestellungen vorliegen, so Dr. Landwehr. Deshalb werde jetzt versucht, weitere Einheiten als die geplanten 15.000 von der europäischen Zentrale zu erhalten. Auch vom neuen X-Trail erwartet der Geschäftsführer sehr positive Signale. Um den Absatz der Kleinwagen zu steigern, kündigte Landwehr Mobilitätsprogramme an. Für dieses Jahr rechnet Dr. Landwehr mit 55.000 bis 60.000 Neuzulassungen. Den Umbau des Vertriebsnetzes wertet Dr. Landwehr als komplizierte Aktion und Sanierungsjob. „Damit haben wir allerdings den Grundstein für ein neues Vertriebsnetz gelegt“, sagte er wörtlich. Bekanntlich erhielten 30 Prozent der Händler keinen Vertrag mehr und sind zum Ende des Jahres ausgeschieden. Die zwölf noch anhängigen



Klagen wegen der Verkürzung der Kündigungsfrist auf ein Jahr sieht Nissan als völlig normalen Vorgang. Bis Ende 2006 habe man 75 neue Standorte eingerichtet. Der Ausbau des Netzes von derzeit 370 auf über 500 werde allerdings nicht vor 2010 abgeschlossen sein.

Hyundai hat das erste Quartal 2007 mit einem Minus von knapp zehn Prozent gegenüber dem Vorjahreszeitraum abgeschlossen. Dennoch erwartet Geschäftsführer Karl-Heinz Engels eine Steigerung der Zulassungen auf 55.000 bis 58.000 Einheiten: „Wir sind weiterhin optimistisch und haben die richtigen Angebote.“ Das Kompaktmodell i30, das auf der AMI seine Deutschlandpremiere feierte, soll laut Engels mit 7.000 bis 8.000 Einheiten entscheidend zum Hyundai-Erfolg beitragen. Die fünftürige Schräghecklimousine wurde im Forschungs- und Entwicklungszentrum Rüsselsheim speziell für den europäischen Markt konzipiert. Sie soll ab September u.a. dem VW Golf und dem Toyota Auris Konkurrenz machen.



Karl-Heinz Engels, Geschäftsführer Hyundai Motors Deutschland



Albert Still, Mitglied des Aufsichtsrats der AVAG Holding, war Gast beim EurotaxSchwacke MarkenMonitor und betonte in seiner Rede die Bedeutung von Kommunikation in der Branche. Einen ausführlichen Bericht zum MarkenMonitor finden Sie auf Seite 22 in diesem Heft!



Die Isuzu Sales Deutschland GmbH absolvierte in Leipzig ihren zweiten Messeauftritt seit der Gründung im August 2006. Udo Emmerling, Geschäftsführer und COO Vertrieb und Marketing, erwartet für 2007 einen Absatz von 900 Pick-ups D-max und 250 Einheiten der N-Serie (leichtes Nutzfahrzeug) in Deutschland und Österreich.

VAPS

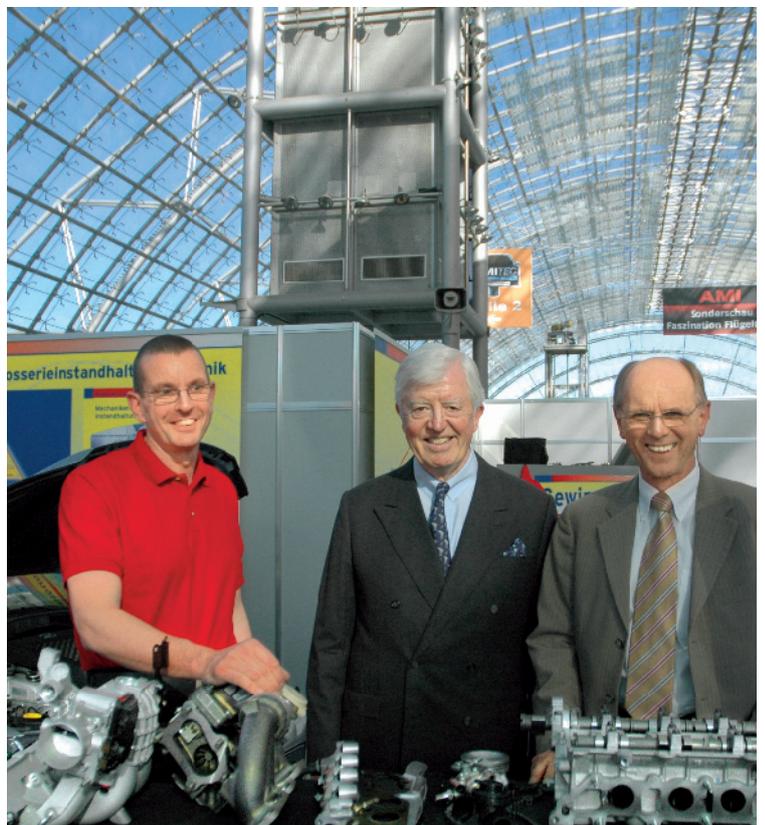
Erstmals auf der AMITEC vertreten waren in diesem Jahr VAPS EDV-Service & Vertrieb GmbH und global-e-net dms. Im Rahmen des Messerundgangs erhielt das Messeteam prominenten Minister-Besuch – der Name B.ON.D, der für „Business on Demand“ steht, begeisterte die Besucher ebenso wie die Möglichkeiten, die das Dealer Management System bietet.



Sachsens Ministerpräsident Prof. Dr. Georg Milbradt, Bundesverkehrsminister Wolfgang Tiefensee, Leipzigs Oberbürgermeister Burkhard Jung, VDIK-Präsident Volker Lange, Messechef Wolfgang Marzin, Geschäftsführer VAPS Ingolf Bösche, Geschäftsführer global-e-net Arnold Scholz



Nicht fachmännisches Tuning birgt erhebliche Risiken, wie die Kampagne „Tune it! Safe!“ zeigt. Beim Messerundgang bestätigte ZDK-Präsident Robert Rademacher gegenüber Bundesverkehrsminister Wolfgang Tiefensee das Engagement des Deutschen Kraftfahrzeuggewerbes für fachmännisches Tuning. Im Bild: ZDK-Präsident Robert Rademacher (Mitte) mit Bundesverkehrsminister Wolfgang Tiefensee (rechts) und Michael Lauer, Verband Deutscher Automobil-Tuner (VDAT)



Autoberufe und Karrierechancen im Kfz-Gewerbe standen zur AMI im Mittelpunkt der Sonderschau zu den Autoberufen in der Glashalle der Leipziger Messe. Im Bild: ZDK-Präsident Robert Rademacher (Mitte) und Ingo Meyer, ZDK, Geschäftsführer für Berufsbildung (rechts).