

FINANZKENNZAHLEN 2014

Weiter abwärts

Wie schon 2013 hat sich auch im Geschäftsjahr 2014 die Ertragslage im Handel weiter verschlechtert. Die voraussichtliche Umsatzrendite ist im Durchschnitt auf nur noch 1 Prozent gefallen.

Rath, Anders, Dr. Wanner & Partner WPG

KURZFASSUNG

Auch wenn Neuzulassungen und Besitzumschreibungen 2014 etwa auf Vorjahresniveau verharrten: Die wichtigen Finanzkennzahlen der Autohäuser haben sich im letzten Geschäftsjahr spürbar verschlechtert. Die „Verzinsung Gesamtkapital“ ist z. B. von 6,2 auf 4,9 Prozent gesunken. Rund ein Drittel der Betriebe schrieb rote Zahlen.



liest man die Zahlen über die Pkw-Neuzulassungen und die Besitzumschreibungen, könnte man zu der Annahme gelangen, dass das Jahr 2014 in etwa wieder wie 2013 gelaufen sei: Die Neuzulassungen haben um 2,6 Prozent (per November 2014) zugelegt, die Besitzumschreibungen liegen in etwa auf Vorjahreshöhe. Der deutsche Automobilmarkt scheint dank der (noch) guten wirtschaftlichen Insellage Deutschlands stabil zu sein. Insbesondere die im Vergleich zu anderen europäischen Staaten gute Arbeitsmarktlage führt zu einer zuverlässigen Nachfrage der Konsumenten. Risikopotenzial liegt in der Entwicklung der politischen Lage (Ukraine bzw. Naher Osten), der Euro-Staatsschuldenkrise und nicht zuletzt der Weltwirtschaft, die aufgrund des stark sinkenden Ölpreises zunehmend ein rezessives industrielles Klima erwarten lässt.

Für diesen ersten Jahresrückblick, den wir Mitte Dezember machten, konnten die Zahlen per Oktober 2014 berücksichtigt werden. D. h. Bilanzen liegen noch nicht vor und damit ist vieles unter Vorbehalt zu

beurteilen. Die Qualität der Zahlen hat nicht den Charakter von Jahresabschlüssen, in die z. B. Boniabgrenzungen, Abschreibungen auf das Anlagevermögen, genaue Steuerberechnungen und Rückstellungen mit entsprechenden Dokumentationen einfließen. Aber im Vergleich mit dem Vorjahreszeitraum lassen sich doch Tendenzen aufzeigen. Auch sei an dieser Stelle darauf hingewiesen, dass eine unterjährige genauere Erfolgsrechnung mit bereits die Jahreseffekte z. T. vorwegnehmenden kalkulatorischen monatlichen Abgrenzungsbuchungen nicht nur von Banken gern gesehen werden. Sie sollte Berücksichtigung in jedem Rechnungswesen finden, um aktuell über die eigene Lage informiert zu sein und um Überraschungen und erhebliche Ergebniseffekte erst zum Jahresende zu vermeiden.

Der Rückblick zeigt, dass die Abwärtsbewegung aus 2013 sich in 2014 fortgesetzt hat. Die Herausforderung für 2015 wird – neben den von vielen Herstellern/Importeuren vorgesehenen Investitionen in neue CI/Autohausimmobilien usw. – die Fortentwicklung des bisherigen Geschäftsmodells

hin zu einer Stärkung der Eigenmarke sein. Das Hängen am Tropf und an der Politik eines Herstellers kann nicht allein die Lösung sein, eigene Wege müssen gefunden werden. Man wird sich den neuen Herausforderungen in den Ballungsgebieten mit Car-Sharing, Elektromobilität, Werkstattketten zunehmend stellen müssen. Die Qualitätsverbesserungen an den Fahrzeugen führen zu weniger (Garantie-) Umsatz, gleichzeitig verstärkt sich der Intra-Brandwettbewerb, leider auch mit dem eigenen Lieferanten (Großabnehmergeschäfte, Gebrauchtwagenvermarktung, Nutzen von Vermittlerportalen).

Neu- und Gebrauchtwagen

Zieht man die Zahlen über Neuwagenzulassungen und Besitzumschreibungen als Maß für die Prosperität des (inhabergeführten) Autohandels in Deutschland heran, muss man berücksichtigen, dass der Neuwagenhandel zu einem großen Teil auf taktische bzw. herstellereigene Zulassungen entfällt. An den Besitzumschreibungen partizipiert der Autohandel nur mit 60 Prozent, wobei rund 35 Prozentpunkte

auf den Markenhandel und 25 Prozentpunkte auf den freien Handel entfallen. Der Kuchen bleibt also klein, zudem treten die Hersteller vermehrt über ihre Niederlassungen und die Verteilung ihrer Überproduktion mit in den Markt. Jeder weiß, dass bei stabiler Marktgröße Marktanteile nur über den Preis zu gewinnen sind. Leidige Konsequenz daraus ist, dass sich die Hersteller zunehmend auch diverser Vermittlungsportale bedienen.

Weiterer Druck entsteht bei zunehmender Dauer der Schuldenkrise in einigen europäischen Ländern und durch die Russlandkrise: die Fahrzeugproduktion für diese Länder muss umgesteuert werden, der Margendruck nimmt damit erheblich zu. Einige Händler bedienen sich in ihrer Not des Internethandels mit geringen Margen, um über Mengenbonifizierung einen wenn auch geringen Zusatzertrag zu erreichen. Masse statt Klasse also. Die Zahlen zeigen, dass die Stückkosten insgesamt nicht der Lage angepasst werden. Dies zeigt sich leider in einem von 3,1 Prozent im Vorjahr

auf nur noch 1,7 Prozent gesunkenen DB III im Neuwagengeschäft.

Stütze des Autohaus-Geschäfts war wie schon im Vorjahr das Gebrauchtwagengeschäft, was sich bis in den DB III durchzieht, der um rund 16 Prozent gesteigert werden konnte. Man sieht also, dass mit dem Eigenhandel mehr Geld verdient werden kann. Gefordert ist hier der Unternehmer. Da diese Steigerung höher ausfällt als die Steigerung bei den Besitzumschreibungen, muss tatsächlich mehr über die Händlerschaft gelaufen sein oder die Fahrzeuge waren hochwertiger (Jungwagen).

Das Werkstattgeschäft

Das frühere Aushängeschild wird zunehmend zum Sorgenkind. Nicht nur der Aftersales-Umsatz ist rückläufig, auch der Deckungsbeitrag sinkt. Der Wettbewerbsdruck durch Fast-Fit-Ketten wie ATU etc. und die zunehmende Präsenz durch Onlineportale lassen grüßen. Dazu kommen weniger Gewährleistungsfälle und Garantiarbeiten und längere Wartungsintervalle.

UMSATZENTWICKLUNG 2014	
Umsatzentwicklung im Vergleich zum Vorjahr	
Neuwagen	+ 2,1%
Gebrauchtwagen	+ 4,0%
Teile/Zubehör	- 4,3%
Werkstattservice	+ 0,4%
Gesamt	+ 0,1%

-20 -10 0 10

Stütze des Autohandels war wiederum der Gebrauchtwagenbereich.

le. Zum anderen werden in bestimmten Bereichen die Fahrzeuge zunehmend nicht mehr repariert, insbesondere elektronische Bauteile werden nur noch ausgetauscht. Daher ist es wichtig, Fahrzeuge mit einem Alter von mehr als drei Jahren wieder in die Werkstatt zu bekommen. Neben Kundenbindungsprogrammen (Treuecard, SparDepot) können abgespeckte Serviceprogramme für diese Youngtimer (siehe z. B. das JES-Konzept des Autohauses Jür-

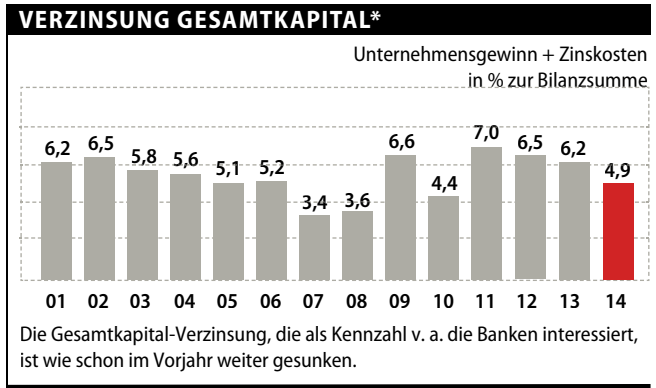
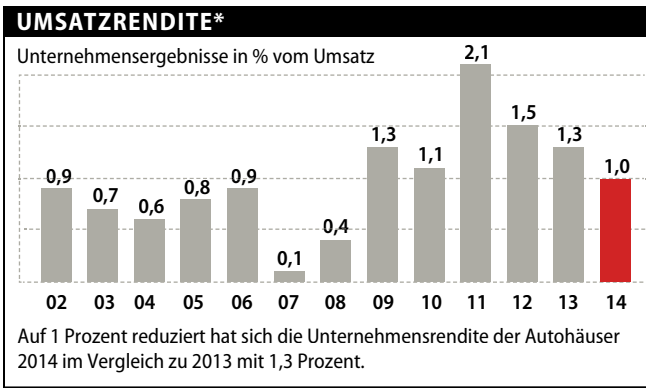


Einladend • Imagefördernd • Individuell • Energiesparend • Kostenoptimiert • Schlüsselfertig

Vom ersten unverbindlichen Beratungsgespräch bis zur Übergabe.
Bundesweit!
Seit mehr als 25 Jahren.



Salzdahlumer Straße 140
38302 Wolfenbüttel
Telefon 0 53 31 / 30 00-0
Telefax 0 53 31 / 30 00-40
info@gia-mbh.de
www.gia-mbh.de



gens in Hagen) ein Weg sein. Aber auch hier ist vorsichtig zu operieren: Es gilt, das eigene übrige Werkstattgeschäft nicht zu torpedieren.

Der rückläufige Teileumsatz konnte zum Teil durch Anpassungen bei den Stundensätzen kompensiert werden. In Summe ist der DB III nochmals etwas geringer als im Vorjahr.

Eigenkapitalsituation

Die Gewinne sinken. Der rückläufigen Geschäftsentwicklung können erforderliche Kostenanpassungen erst viel später folgen. Damit vermindert sich auf Dauer auch die Haftbasis des Eigenkapitals, soweit es nicht durch externe Mittelzuführungen gestärkt werden kann. Jeder kennt die Diskussionen in Sachen Ratingverfahren mit seiner Hausbank oder auch dem Fahrzeugfinanzierer. Gut, dass die Zinsen noch niedrig sind. Im Sinne eines Stresstests mag sich jeder ausrechnen, was eine Steigerung von einem Prozentpunkt hier ausmacht. Es ist zu beobachten, dass die Qualität des Bilanzmanagements in den Autohäusern zunimmt. Windowdressing ist auch hier

angesagt. Das probate Mittel des Verlegens des Bilanzstichtags haben viele bereits umgesetzt.

Und die Aussichten für 2015?

Die Kennzahlen können zu diesem Zeitpunkt nur einen ersten Eindruck von der Entwicklung im Automobilhandelsgeschäft geben. Die Zahl der Insolvenzen im Kfz-Gewerbe war in der Vergangenheit schon wesentlich signifikanter. Insofern könnte man von einer halbwegs soliden Lage sprechen. Das Geschäftsmodell des Autohandels hat sich aber aufgrund der Veränderungen durch die Hersteller in den letzten Jahren geändert:

- Der Händler ist zunehmend abhängig von den Vorgaben, die er erfüllen muss.
- Großabnehmergeschäfte werden vom Hersteller direkt getätigt.
- Autovermittler und Internet machen dem stationären Handel das Leben schwer.
- Der Schulungsaufwand für die Mitarbeiter im Autohaus wird immer höher. Die Leute müssen heute manchmal mehr auf Schulungen gehen, als sie produktive Stunden im Betrieb leisten.

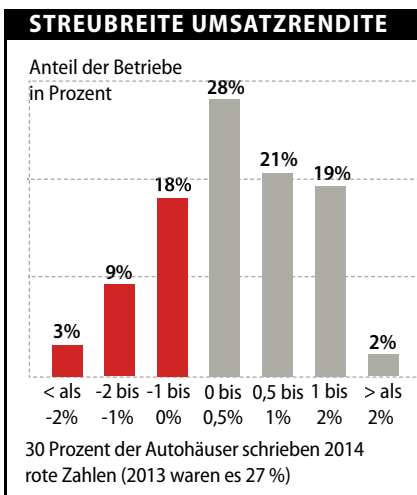
▪ Die Händler sind in immer kürzer werdenden Zeitabständen zur Umsetzung neuer CI-Baustandards und Schaffung von Eventlocations, Wohlfühlzonen oder „Flagship-Stores“ aufgerufen.

Gleichzeitig machen die Hersteller vor, wie es mit der virtuellen Welt geht. Wird der junge Mensch morgen sein Auto nur noch im Internet bestellen? Ist das Geschäftsmodell Markenhandel mit seiner ungleichen Chancen-/Risikoverteilung schon obsolet? Warum gibt es so wenige Menschen, die in den Unternehmen die Nachfolge antreten wollen?

Die Hersteller wollen zur Umsetzung dieser Forderungen Unternehmen, die das aufgrund ihrer Größe, Möglichkeiten und Potenziale leisten können. Damit ist der Weg des weiteren Konzentrationsprozesses im Kfz-Gewerbe absehbar.

Die Prognosen sehen für 2015 annähernd stabile Zulassungszahlen vor. Autohaus-Unternehmer sollten sich daher in 2015 sehr intensiv mit ihrem Geschäftsmodell befassen.

Horst Neubacher, Wirtschaftsprüfer, Steuerberater, muc@raw-partner.de ■



DB III* V. ABTEILUNGSUMSATZ

	2013	2014
Neuwagen	3,1 %	1,7 %
Gebrauchtwagen	1,2 %	1,4 %
Ersatzteile/Zubehör	16,3 %	14,3 %
Werkstatt	22,7 %	21,2 %

Die Quoten von DB III sind mit Ausnahme im Gebrauchtwagenbereich leicht rückläufig.

* Als Deckungsbeitrag III gilt: Erlös minus Anschaffungskosten minus Einzelkosten (z. B. Provisionen und Gewährleistung), Personalkosten und direkte Betriebskosten (wie z. B. Werbung, Kosten Geschäftsfahrzeuge, Garantie).

