



«Lokale Verankerung bleibt ein wichtiger Trumpf»

AGVS GEFORDERT Die Restrukturierung von Handel und Service in der digitalen Welt beschäftigt auch den Auto Gewerbe Verband und seinen Präsidenten Urs Wernli.

Es liegt auf der Hand, dass die Ansprüche der Importeure an ihre Garagen massiv steigen. Besonders im Zuge der Elektrifizierung und Digitalisierung. Dabei ist die Digitalisierung der Werkstatt zum zentralen Thema geworden. Es geht dabei nicht nur um E-Antriebe, sondern um Werbung, Kontaktaufnahme, Terminbuchung, Auftragskonfiguration, Bezahlung, Feedback oder den Versand von Newslettern, was heute alles online stattfindet. Dazu kommt auch noch das digitale Marketing. Angesichts dieser Tatsachen stellt sich die Frage, wie sehr der einzelne Garagist diesen neuen An- und Herausforderungen noch gewachsen ist. Allein gehe das nicht mehr, sagen alle Importeure. Um fit für den Markt von Morgen zu sein, braucht es hohe Investitionen.

Ist das für einen Familienbetrieb, auch wenn der ortsansässige Händler den lokalen Markt oft viel besser kennt als der Importeur, noch zu stemmen? Urs Wernli, Zentralpräsident des Auto Gewerbe Verbands Schweiz (AGVS) und Kenner der Materie, ist überzeugt davon, dass die Anforderungen an den einzelnen Betrieb nicht nur der Digitalisierung wegen steigen: «Die Zukunftsfähigkeit eines Betriebs hängt nicht bloss davon ab, wie rasch er sich an die dynamische technische Entwicklung anpassen kann, sondern auch davon, wie umfassend er sich bereits heute als Mobilitätsdienstleister versteht.» Das wiederum habe mit Grösse nichts zu tun, sondern sei eine Frage der Einstellung. Zudem hätten die Schweizer Garagisten in

den letzten Jahren bewiesen, dass sie mit dieser Tendenz Schritt halten wollten und könnten.

Auf dem Weg in die Zukunft könnten die Garagisten auf jeden Fall mit der Unterstützung durch den AGVS rechnen, versichert Wernli: «Aus- und Weiterbildung punkto Digitalisierung und Elektrifizierung haben oberste Priorität.» Abgesehen davon investierten auch Importeure und Werkstattkonzeptanbieter in die Infrastruktur und Mitarbeiter. In einem Projekt mit der Universität St. Gallen im Auftrag des AGVS hat sich in diesem Zusammenhang ausserdem eine Studentengruppe mit digitalen Technologien und Prozessen in der Autowerkstatt beschäftigt und total 45 Technologien und Trends zur Prozessoptimierung definiert.

Verdrängung findet statt

Dass im Retailgeschäft ein Verdrängungswettbewerb stattfindet, stellt der AGVS-Zentralpräsident nicht in Abrede. Das habe auch mit den sinkenden Margen zu tun. In diesem Zusammenhang fragten sich viele Garagisten, wie sie ihre Kostenstruktur optimieren können. Eine Möglichkeit bestehe darin, so Wernli, die Overheadkosten (Administration, Personal, Marketing) auf mehrere Betriebe zu verteilen. Viele Garagen suchten auch im Zuge des Generationenwechsels eine Integration in eine grössere Garagengruppe. Das begünstige die Entstehung solcher Gebilde. Es wäre aber falsch, für diese Entwicklung ausschliesslich die Importeure verantwortlich zu machen. «Die lokale Verankerung und die Nähe zu den Kunden bleibt ein wichtiger Trumpf in der Hand der Schweizer Garagisten», hält der AGVS-Präsident fest. Das habe jüngst eine repräsentative Studie des Marktforschungsunternehmens Link klar ergeben.

Service bleibt wichtig

Hie und da ist zu hören, dass Service only künftig nicht mehr gefragt sei. Wernli widerspricht dem entschieden und versichert, dass Servicedienstleis-



tungen auch in Zukunft eine tragende Säule im Autogewerbe bleiben. Der AGVS sorge unter anderem durch die Aufrechterhaltung der Gruppenfreistellungsverordnung dafür, dass sich die Importeure bei der Neuaufstellung ihrer Vertriebsstrukturen an minimale Regeln halten. Der AGVS stellt zudem mit den Markenhändlerverbänden die rechtliche Beratung sicher. Trotzdem: «Leider lässt sich nicht immer für alle Mitgliederbetriebe eine zufriedenstellende Lösung mit deren Importeur finden. Ich bedauere das sehr.» **AO/MS**

Der Handel ist im Wandel: AGVS-Präsident Urs Wernli bietet Hand.

