



Autogewerbe – ein wichtiger Wirtschaftsfaktor in der Schweiz

Jeder achte Arbeitsplatz in der Schweiz hängt direkt oder indirekt vom Auto ab. Das stellt der Auto Gewerbe Verband Schweiz fest. Über 15'000 Betriebe in der Schweiz mit 84'000 Mitarbeitenden erzielen pro Jahr einen durchschnittlichen Gesamtumsatz von über 90 Milliarden Franken. Sinkende Margen bereiten auch Zürcher Oberländer Garagisten Kopfzerbrechen.



Der Druck auf die Autowerkstätten steigt – das bestätigen Zürcher Oberländer Garagisten. (Bild: Wikipedia) |

Gerold Schmid

Keine Frage, die Schweiz ist das am stärksten motorisierte Land Europas. Im Durchschnitt teilen sich weniger als zwei Personen ein Auto. Die individuelle Mobilität geniesst hierzulande einen hohen Stellenwert. Schweizerinnen und Schweizer legen pro Jahr über 100 Milliarden Kilometer auf den Strassen zurück. Und gut 80 Prozent der Gütertonnen werden auf der Strasse transportiert.

90 Milliarden Umsatz

Wie sich das auf die Wirtschaft auswirkt, zeigen die Zahlen des Auto Gewerbe Verbands

Schweiz (AGVS). Über 90 Milliarden Franken Umsatzvolumen generiert die Autobranche durchschnittlich pro Jahr. Davon erzielen der Automobilhandel rund 15 Milliarden, das Garagengewerbe rund 18 Milliarden, das Transportgewerbe rund 19 Milliarden, der Treibstoffhandel rund 12 Milliarden und die Zulieferfirmen rund 14 Milliarden Franken – um nur die grössten Posten zu nennen (Quelle: AGVS). Zudem ist das Auto eine wichtige Finanzquelle für Bund, Kantone und Gemeinden.

84'000 Beschäftigte

..

Über 15'000 Betriebe in der Schweiz sind in der Autobranche tätig, davon 5200 Garagen. Sie beschäftigen 84'000 Mitarbeitende. Das sind gleich viele Personen wie bei der Nahrungsmittel-, der Textil- und der Bekleidungsindustrie zusammen arbeiten. Jeder achte Arbeitsplatz in der Schweiz hat direkt oder indirekt mit dem Auto zu tun. Diese Zahlen belegen, wie relevant die Autobranche für die Schweizer Wirtschaft ist. Von der Bruttowertschöpfung aus gesehen gehört die Autobranche dennoch zu den kleineren Branchen innerhalb der Schweizer Volkswirtschaft. Ihr

Zürcher Oberland Medien AG
8620 Wetzikon
044/ 933 33 33
zueriost.ch/winterthur

Medienart: Print
Medientyp: Tages- und Wochenpresse
Auflage: 6'435
Erscheinungsweise: 6x wöchentlich



Seite: 12
Fläche: 142'204 mm²

Auftrag: 641036
Themen-Nr.: 641.036

Referenz: 65497204
Ausschnitt Seite: 2/5

Anteil an der gesamten Bruttowertschöpfung beträgt rund 1,4 Prozent. Sie ist damit vergleichbar mit der Telekommunikation (1,4 Prozent) oder der Nahrungs- und Genussmittelindustrie (1,8 Prozent).

Was dabei nicht vergessen werden darf, ist, dass die 5200 Garagenbetriebe einen wesentlichen Beitrag für die Sicherheit auf den Schweizer Strassen leisten.

Preiszerfall drückt auf Margen

Der Preiszerfall der letzten Jahre hat sich zwar positiv auf die Nachfrage nach Neuwagen und Occasionen ausgewirkt. Doch die Margen gerieten damit unter Druck. Ebenfalls wirken sich die gestiegenen Ansprüche seitens der Hersteller und der Importeure, beispielsweise auf Schauräume und deren Standards, negativ auf die Garagenbetriebe aus. Viele Betriebe müssen grosse Investitionen tätigen, wollen sie die Markenvertretung weiterhin behalten. Weil aber Garagen bei den Banken als Hochrisikobetriebe eingestuft werden, ist es komplizierter geworden, Geld für In-

vestitionen zu erhalten. Vor allem der Druck auf kleinere Betriebe wächst. Ist dann noch keine Nachfolgeregelung in Sicht, werden solche Betriebe entweder von grösseren geschluckt, oder der Inhaber entschliesst sich zur Aufgabe des Betriebs, weil die Amortisation nicht mehr in «nützlicher Frist» getätigt werden kann.

Wertewandel bei Kundschaft

Dazu kommt, dass ein schleichender Wertewandel stattfindet. Für viele Menschen ist das Auto kein Statussymbol mehr. Glaubt man dem Automobil-

wirtschafts-Experten Prof. Dr. Ferdinand Dudenhöffer, geht der Trend weg vom Besitz hin zum optimalen Nutzen. «Früher hat man sich ein schönes Auto angeschaut, wenn es vorbeigefahren ist. Heute guckt man aufs Handy. Mit dieser Welt müssen wir uns auseinandersetzen. Wir müssen neue Arten von Interessen und Emotionen finden, die jungen Menschen zu begeistern» (Quelle: AGVS).

Dudenhöffer ist überzeugt, dass dieser Wertewandel grosse Chancen für das Autogewerbe mit sich bringt. Das Stichwort für ihn heisst langfristige Ausrichtung auf Nachhaltigkeit: «...dann kann er (der Garagist – Anmerkung der Redaktion) neue Zielgruppen, beispielsweise junge Leute, gewinnen und nebenbei die bisherigen Zielgruppen weiterhin mit ausgezeichneten Produkten bedienen.»

«Neuwagengeschäft ist Mittel zum Zweck»

Dass der Preisdruck und sinkende Margen Kopfzerbrechen bereiten, bestätigen auch Ver-

antwortliche von Autobetrieben im Zürcher Oberland. «Die steigenden Kosten, die der Importeur verursacht durch komplexe Zertifizierungsverfahren, überbeuerte respektive unrealistische Anschaffungspreise für Infrastruktur, Werkzeuge, Diagnosegeräte und Software-Lizenzen, bei schwindender Marge», so Rolf Singenberger, Markenverantwortlicher Volkswagen bei Happy Netz und Geschäftsführer der Seefeld-Garage AG, «haben die Auswirkung, dass das Neuwagengeschäft heute schon defizitär und



Rolf Singenberger,
Geschäftsführer
Seefeld-Garage AG. (zvg)

nur noch Mittel zum Zweck ist, damit wieder Arbeit in der Werkstatt garantiert wird.»

Daniel Glättli, Geschäftsführer und Inhaber der gleichnamigen Garage, sieht als Antwort auf den zunehmenden Druck eine Optimierung bei den Prozessen in der Werkstatt und der Administration. «Aber im Vorder-



Daniel Glättli,
Geschäftsführer und Inhaber
Garage Glättli AG. (zvg)

grund muss immer das Wohl des Kunden stehen. Es darf nicht sein, dass die Qualität und die Dienstleistung dar-



unter leiden.»

Druck auf Werkstätten steigt

Eine sehr entspannte Direktimportsituation, die durch die Preispositionierungen herbeigeführt worden ist, wertet Heinrich Keller, Geschäftsführer der Auto Trachsler AG, als positiven Aspekt. Mehr Sorgen bereitet ihm die stets rückläufige Anzahl der verrechenbaren Arbeitsstunden pro Fahrzeugdurchlauf. «Auch hier kann die betriebswirtschaftliche Situation nur mit entsprechend mehr Fahrzeugdurchläufen entschärft werden. Allerdings handelt es sich dabei um ein zweischneidiges Schwert, wird doch dafür die Kostenseite infolge des Bedarfs an mehr Parkplätzen, durch den Administrationsaufwand, die Ersatzwagen und die vom Kunden erwarteten Gratsdienstleistungen belastet.» Zunehmenden Druck in der Werkstatt stellt auch Roger Menzi, Geschäftsführer der Auto Menzi AG, fest. «Hauptsächlich nimmt die «unproduktive Zeit» zu, sei dies durch immer grösseren administrativen Aufwand oder immer häufiger notwendige Kurse. Dazu sind immer mehr Anschaffungen von Diagnosegeräten mit den dazugehörigen Software-Abos nötig. Diese und noch mehr Faktoren drücken auch in der Werkstatt auf die Marge.»

Flexibilität und Kundennähe als Schlüsselfaktoren

Bei den Strategien für die Zukunft ihres Betriebs unterscheiden sich die Massnahmen bei Familienbetrieben wie der Garage Glättli AG oder der Auto

Menzi AG leicht von den beiden anderen angefragten Betrieben wie der Auto Trachsler AG oder der Seefeld-Garage AG. Für Daniel Glättli, der einen Familienbetrieb mit zehn Mitarbeitenden leitet, ist die Kundennähe ein entscheidender Faktor, den Betrieb nachhaltig in die Zukunft zu führen – ebenso die konstante Fort- und Weiterbildung, «denn die Autobranche ist eine sich sehr schnell wandelnde Branche». Deshalb sei es auch wichtig, laufend am Ball zu bleiben, «um die richtigen Investitionen für die Zukunft treffen zu können».

Ähnlich sieht das Roger Menzi: «Unsere Stärken heissen Kundennähe, seriöse und kompetente Beratung im Handel als auch im Kundendienst. Einen Preiskampf gegen die «Grossen» können wir nicht gewinnen.»

Heinrich Keller, Geschäftsführer der Auto Trachsler AG, beschäftigt sich intensiv mit «stra-



Heinrich Keller,
Geschäftsführer
Auto Trachsler AG. (zvg)

tegischen Überlegungen in den Bereichen Fahrzeugelektrifizierung und deren Auswirkung, Fahrzeugverkauf über elektronische Medien, neue Dienstleis-

tungspakete, direkte Kommunikation Fahrzeug zu Garage in technischen Angelegenheiten, zukünftige Ausbildung des Personals». Er sagt: «Das einzige Sichere an der Zukunft ist die Veränderung.»

Verschiedene Kanäle bedienen, die Eigenständigkeit bewahren, Prozesse weiter optimieren sowie schnell auf Marktgegebenheiten und Währungsschwankungen reagieren – das sind wichtige Faktoren für Rolf Singenberger. Und: «Sich ausschliesslich von einem Importeur abhängig zu machen, führt langfristig in eine Sackgasse.»

Durchmischte Zukunftsaussicht

Zur Beurteilung, wie die Zukunft der Garagenbetriebe in der Schweiz aussehen wird, meint Keller: «Diese wird weitestgehend von den strategischen Händlernetz-Ausrichtungen der Hersteller und der Im-

porteurs geprägt sein. Die Tendenz geht deutlich in Richtung grosse, zum Teil überregionale Vertretungen, Center mit eigenen lokalen Filialen. Die Anforderungen der Hersteller werden vor allem in den Bereichen Architektur, Corporate Identity, Marketing, Personalauswahl und Absatzziele nochmals zunehmend steigen und zahlreiche Betriebe zum Verkauf oder gar zur Betriebsaufgabe zwingen.»

Das sieht Rolf Singenberger mehrheitlich ähnlich: «Trotzdem zeigt eine klare Tendenz, dass das Persönliche und die individuelle Beratung bei kleineren und privaten Garagen wieder mehr geschätzt werden. Die grossen und luxuriösen Bauten der Importeure strahlen auch Massenabfertigung, Anonymität und Arroganz aus, was bei



vielen Kunden als negativ beurteilt wird und eine Art Unwohlsein hervorruft. Das ist die Chance für uns Kleine und Private.»

Ebenfalls eine Chance sieht Daniel Glättli: «Für uns als Familienbetrieb ist es sicher eine Chance, dass wir flexibel sind und die Kunden sehr persönlich bedienen können, was Frau und Herr Schweizer zum Glück immer noch sehr schätzen.» Zudem ist für ihn momentan noch nicht klar, welche Energieträger sich in Zukunft durchsetzen werden.

Keine Freude bereitet Heinrich Keller nach über 40-jähriger Tätigkeit in der Automobilbranche die Entwicklung vom anfänglich noch relativ freien Unternehmertum zum heutigen «Muss-Unternehmer» mit Standards, Auflagen und Vorschriften der Hersteller.



Roger Menzi,
Geschäftsführer
Auto Menzi AG. (zvg)

«Wohin die Zukunft des Garagengewerbes führt, ist momentan nicht vorhersehbar. Verschiedene Theorien dazu sind

im Umlauf», so Roger Menzi, «aber eines ist sicher, es wird auch in Zukunft Autos geben, und diese müssen gewartet werden.»

Wetziker erhält von VW «Goldnadel»



Yannick Mäder von der Autorama AG in Wetzikon (vorne rechts) war einer der sechs Gewinner der «Goldnadel» von VW. (zvg)

Sechs Schweizer Volkswagen-Mitarbeitende hätten die Kriterien der «Goldnadel»-Auszeichnung erfüllt und die Auszeichnung für das vergangene Jahr von der Volkswagen AG und Volkswagen Schweiz entgegennehmen dürfen, teilt VW Schweiz mit.

Unter den sechs Prämierten befindet sich auch Yannick Mäder, der bei der Autorama AG in Wetzikon arbeitet.

Die Mitarbeitenden müssen gemäss VW Schweiz unter anderem einen massgeblichen Beitrag an die herausragenden Leistungen ihres Betriebs im Neuwagenverkauf oder im Servicegeschäft leisten und zudem durch hohe Kundenorientierung überzeugen. (gs)

Bereits 600'000 Evoque verkauft

In nur sechs Jahren auf 600'000: Der Range Rover

Evoque hat im Segment der kompakten Premium-SUV eine Erfolgsgeschichte hingelegt. Den nächsten Meilenstein seines Bestsellers feiert Land Rover nun mit einem neuen Sondermodell. Der Range Rover Evoque Landmark wurde bei der Royal Windsor Horse Show, der königlichen Pferdeschau bei Schloss Windsor, erstmals der Öffentlichkeit vorgestellt. In Kürze ist die Evoque-Extraausgabe auch bei den Schweizer Land-Rover-Händlern zu haben. (pd)

«Vom Handkarren zum Lieferwagen»



Pantheon Basel, Museum zur Geschichte der Mobilität. (Bild: © Pantheon Basel, Foto: Urs Gautschi, Basel)

Nur wenigen ist das Museum zur Geschichte der Mobilität, das Pantheon Basel in Muttenz, bekannt.

Noch bis zum 15. Oktober 2017 läuft die 20. Sonderausstellung «Vom Handkarren zum Lieferwagen». Ziel dieser Sonderausstellung ist es, die Entwicklung des kleinen Güterverkehrs über die vergangenen 150 Jahre darzustellen. Die Exponate erzählen eine vielfältige und abwechslungsreiche Geschichte. Einzelne ihrer Kapitel animieren zum Schmunzeln, andere zum Staunen und zum Nach-

Anzeiger von Uster

Zürcher Oberland Medien AG
8620 Wetzikon
044/ 933 33 33
zueriost.ch/winterthur

Medienart: Print
Medientyp: Tages- und Wochenpresse
Auflage: 6'435
Erscheinungsweise: 6x wöchentlich



Seite: 12
Fläche: 142'204 mm²

Auftrag: 641036
Themen-Nr.: 641.036

Referenz: 65497204
Ausschnitt Seite: 5/5

denken.

Das Museum ist ein ideales Ausflugsziel für an der Geschichte der Mobilität Interessierte und auch für Familien. Geöffnet ist das Museum von Montag bis Freitag von 10 bis 17.30 Uhr sowie samstags und sonntags von 10 bis 16.30 Uhr. Der Eintrittspreis beträgt 10 Franken. Im Museum ist zudem ein Restaurant mit 120 Plätzen integriert. (gs)

pantheonbasel.ch