

HANDELSSTRATEGIE

Und ewig lockt das Auto! – Ist dem so?

Elisabeth Bongartz hat in einem ausführlichen Beitrag zehn Fakten zusammengestellt, die hoch interessante Entwicklungen aufzeigen. Hier die Kurzfassung.

Seit 2009 ist der Pkw-Bestand um weitere vier Millionen Fahrzeuge auf 45,8 Millionen bzw. um zehn Prozent gestiegen. Es geht weiter. Wie entwickeln sich in Deutschland die Bevölkerungszahl und darin die jeweiligen Altersklassen? Die starken 68er-Jahrgänge gehen nach und nach in Rente. Der zukünftige Neuwagenabsatz steht und fällt mit der frühzeitigen Bindung der Gebrauchtwagenkäufer. Dort setze man durch den Preisverfall bei Neuwagen vor allem auf junge Gebrauchtwagen.

Man mache sich bewusst, so Elisabeth Bongartz, dass die meisten Neuwagenverkäufe im gewerblichen Bereich getätigt



Elisabeth Bongartz ist seit 25 Jahren in der automobilen Unternehmensberatung tätig und fungiert seit 2011 als alleinige Geschäftsführerin von Gerd vom Heu + Partner mit den Schwerpunkten Marketing- und Kommunikationsstrategie sowie Kundenakquise.

werden. Auch wenn die einschlägigen freien Neuwagenverkaufsbörsen sich dominant an die Privatkunden wenden. Die freie Konfiguration des eigenen Autos hat bislang nicht zu einer Erhöhung des Privatkundenanteils geführt und löst auch nicht den fragwürdigen Spagat zwischen jungen Gebrauchtwagen und Neuwagen. Für ein spezielles Auge auf den Gebrauchtwagen spricht auch das Faktum, dass immerhin 17 Prozent pro Jahr ihren GW wechseln. Da steckt Musik drin.

Menschen halten, nicht Autos

Des Weiteren hinterfragt die Autorin die Preisgestaltung der zeitwertgerechten Reparatur. Rabatte wegen zu alter Autos oder geringen Einkommens wirken diskriminierend. Diese Zwei-Klassen-Gesellschaft gelte es abzuschaffen. Es solle nicht die Illoyalität durch Eroberungsaktionen belohnt werden, sondern die reine Loyalität. Die einfachste Form ist die rabattierte Vorauszahlung auf planbare Leistungen mit einem entsprechenden Preisabschlag. Also, nicht die Autos kehren in die Betriebe zurück, sondern die Menschen.

Einen besonderen Gedanken widmet Elisabeth Bongartz dem Faktor Image. Die Händlerpersönlichkeit sei es, die den Übergang der Automobilwirtschaft in neue, andere Mobilität erlebbar und überlebbar macht.

Das wichtige Fazit der Autorin: Erst die Kunden in den Service holen, dann Gebrauchtwagen verkaufen, anschließend Neuwagen. hb ■



Den Beitrag von Elisabeth Bongartz lesen Sie unter:
www.autohaus.de/bongartz

Wir bedanken uns für das entgegengebrachte Vertrauen und die gute Zusammenarbeit.



Frohe
Weihnachten
und ein gutes
neues Jahr!



CONSORS FINANZ
BNP PARIBAS

