



PRESSEMITTEILUNG

Künzelsau/Köln, 02.03.2023

BERNER Branchenbarometer: Stimmung schwankt in Europas Kfz-Werkstätten

Deutschlands Autowerkstätten haben gut zu tun. Und das ist in der aktuellen Situation wichtiger denn je, da es bei schwächelndem Neuwagenverkauf auf den Service als Ertragsmotor ganz besonders ankommt. Im Geschäftsklima für das Pkw-Gewerbe spiegelt sich dennoch auch viel Skepsis. Das zeigt das neue Branchenbarometer der Berner Group. Gerade einmal 15% der deutschen Kfz-Profis erwarten demnach 2023 ein Umsatzplus (Vorjahr 25%). Jeder vierte Betrieb befürchtet, dass die Auftragslage rückläufig sein wird (Vorjahr 19%). In anderen europäischen Märkten ist die Stimmung laut der länderübergreifend unter 1.162 Entscheidern erhobenen Umfrage des B2B-Großhändlers deutlich optimistischer.

Stimmungseuropameister im BERNER Branchenbarometer ist Italien. Mehr als die Hälfte aller Kfz-Profis rechnet hier demnach für 2023 mit einer „besseren“ oder sogar „viel besseren“ Auslastung. 11% befürchten einen Rückgang. Etwas weniger euphorisch, in Summe aber ebenfalls überwiegend positiv, blickt man in Frankreich auf das laufende Kalenderjahr: Jede fünfte Werkstatt glaubt an ein Umsatzplus. Rund zwei Drittel rechnen zumindest mit einer stabilen Auftragslage. 12% gehen von weniger Kunden aus.

„In Italien liegt die Laufleistung der Autos ohnehin auf einem konstant hohen Level. Und während es in Deutschland nach dem Ende des Tankrabatts zu einem spürbaren Einbruch der Laufleistung kam, hat diese in Frankreich nach dem Streik im Sommer zuletzt ebenfalls sehr schnell wieder kräftig angezogen. Mit steigender Laufleistung nimmt auch der Servicebedarf in den Werkstätten zu“, erklärt Florian Sommer, zuständiger Leiter des Mobility-Segments bei der Berner Group, einen der Gründe für die Stimmungsunterschiede.

Hinzu kommt: In Deutschland werden mehr Neuwagen zugelassen als in Frankreich und Italien. Besonders viele Federn müssen die in diesen Ländern populären Massenmodelle von Renault, Peugeot oder Fiat lassen. Des Händlers Leid, ist der Werkstatt Freud'. Denn: „Je älter das Auto, desto größer ist automatisch der Wartungs-, Inspektions- und Reparaturbedarf“, so Experte Sommer. „Das sorgt natürlich für ordentlich Rückenwind bei den französischen und italienischen Kfz-Profis.“ Der Blick nach vorne fällt in Deutschland wenig zuversichtlich aus. Nur 15% der Betriebe glauben demnach an ein Umsatzplus. Jede vierte Werkstatt befürchtet, dass das Geschäft 2023 schlechter läuft als 2022.

Klassische Handwerksleistungen als Chance

„Die Erwartungen steuern vor allem im letzten Quartal des Kalenderjahres auf ein All-Zeit-Tief zu“, berichtet BERNER Mobility-Experte Sommer, der jedoch einen Mutmacher hat: „Die Chance, mit klassischen Handwerksleistungen gutes Geld zu verdienen, ist riesig.“ So liegen die Neuzulassungszahlen europaweit immer noch bis zu 40% unter dem Vor-Covid-Niveau. Und viele Autobesitzer tendieren aufgrund der allgemeinen Preisexplosion in anderen Lebensbereichen momentan eher dazu, bei älteren Fahrzeugen auf eine zeitwertgerechte Instandsetzung zu achten. Sommer: „In diese Lücke sollten Kfz-Profis gezielt hineinstoßen. Insbesondere Kunststoff- und Plastikkomponenten müssen nicht zwingend ausgewechselt werden. Statt komplett neue Fahrzeugteile zu bestellen, lassen sich viele Defekte, Risse oder Bruchstellen ganz einfach kleben.“ Neben der Werkstatt (macht Umsatz/Marge) und ihren Kunden (keine lange Wartezeit/deutlich geringere Kosten) profitiert auch die Umwelt (weniger Müll zur Entsorgung) davon.



Um die Auslastung hochzuhalten oder in Schwung zu bringen, empfiehlt Sommer zudem, zusätzliche Geschäftspotentiale zu nutzen. Wie leicht das geht, erklärt er am Produktbeispiel „Cleanstar Magic“ aus dem eigenen Haus. Die smarte chemische All-In-One-Innovation reinigt die Frontscheibe nicht nur bei jedem Sprühvorgang, sondern versiegelt diese auch und bietet mit ihrem speziellen Perl-Effekt eine langanhaltende, wasserabweisende Wirkung.

Gewinn über Tank der Scheibenwischenanlage

„Viele Kunden entscheiden sich bislang eher ungern für eine Scheibenversiegelung, da dies aufgrund des höheren Aufwands in der Regel ein teures Thema ist“, weiß BERNER Experte Sommer. Die Folge: Kfz-Profis füllen das Waschwasser mit Ware zumeist kostenlos oder für eine geringe Marge nach. „Anstelle des Austausches von handelsüblichem Waschwasser kann die Werkstatt ihren Kunden bei der Annahme des Autos als Alternative mit Mehrwert den Einsatz von Cleanstar Magic anbieten. Im Vergleich mit dem mehrstufigen Reinigungs- und Versiegelungsprozess sind die Arbeits- und Materialkosten schätzungsweise bis zu sechs Mal günstiger.“ Mit nur einem Handgriff können Kfz-Betriebe so über den Tank der Scheibenwischenanlage gleich zwei Fliegen mit einer Klappe schlagen: Ihren eigenen Gewinn erhöhen – und die Zufriedenheit ihrer Kunden verbessern, was mittelfristig sicher auch die Stimmung aufhellen dürfte. Denn nur glückliche Werkstattbesucher kommen bekanntlich regelmäßig wieder.

Über die Berner Group

Die Berner Group ist ein familiengeführtes europäisches Handelsunternehmen. Unsere Vision: „We keep the world together and moving“. Das heißt, wir sind der zentrale B2B-Handelspartner für alle Materialien im Bereich Wartung, Reparatur und Produktion für unsere Kunden im Bau-, Mobilitäts- und Industriesektor. Mit über vier Kanälen schaffen wir für unsere Kunden ein integriertes Omnichannel-Einkaufserlebnis. Im Bereich von Stahl und C-Teilen sowie im Bereich der Chemie sind wir gleichzeitig innovativer Hersteller. Wir sind mit über 200.000 Artikeln und etwa 8.000 Mitarbeitenden in über 20 Ländern vertreten.