

## Abstract

### **„Eine Analyse des strukturellen Wandels im Automobilgewerbe: Entwicklungen, Impact und Handlungsempfehlungen für Schweizer Garagisten.“**

#### **Kurzzusammenfassung:**

Das Schweizer Automobilgewerbe sieht sich vor einem enormen Wandel. So nehmen die technischen Entwicklungen rasant zu und die Landesvertriebsgesellschaften stellen immer höhere Anforderungen an ihr Händlernetz. Der Direktvertrieb durch die Importeure in Form von Internetvertrieb und Flottendirektverkäufen wird ausgebaut. Auf der Seite des Neuwagenhandels wird es in Zukunft für die Garagenbetriebe Mindereinnahmen zur Folge haben.

Diese Arbeit analysiert die Schweizer Garagenbetriebe und evaluiert den möglichen Impact aus Technik und Vertrieb. Anhand der gewonnenen Erkenntnisse werden auf Basis der Blue Ocean Strategy verschiedene Handlungsempfehlungen erläutert.

<b>Verfasser/in:</b>	André Mathis
<b>Herausgeber/in:</b>	Prof. Mag.rer.soc.oec. Sigrid Hofer-Fischer
<b>Veröffentlichung (Jahr):</b>	30.06.2017
<b>Zitation:</b>	André Mathis, 2017, „Eine Analyse des strukturellen Wandels im Automobilgewerbe: Entwicklungen, Impact und Handlungsempfehlungen für Schweizer Garagisten.“ FHS St.Gallen – Hochschule für Angewandte Wissenschaften: Masterarbeit MSc in Business Administration
<b>Schlagworte:</b>	Automobilgewerbe; Vertriebsstruktur; Sales und After Sales

## **Ausgangslage**

Die Garagenbetriebe in der Schweiz stehen vor einem grossen Wandel. Durch Einzug neuer Technik und Vertriebssysteme kommen diese längerfristig wirtschaftlich unter Druck. In Bezug auf zukünftige Antriebstechnologien sind Experten der Meinung, dass Elektromobilität zunehmend bekannter und die geringeren Unterhaltskosten als grossen Vorteil von Elektrofahrzeugen wahrgenommen werden. Auf Seiten des Vertriebs wickeln die Hersteller durch den Direktvertrieb viele Geschäfte selber ab. Hierbei kann die Befürchtung aufkommen, dass ein wesentlicher Teil vom bisherigen Verkauf- und Werkstattumsatzes des Automobilgewerbes in naher Zukunft wegbrechen wird.

## **Ziel**

Ziel dieser Arbeit ist, die zukünftigen Veränderungen der Säulen (Sales und After Sales), aus dem Geschäftsmodell der Schweizer Garagenbetriebe zu untersuchen. Hierbei werden Trends, neue Technologien und neue Vertriebsstrukturen analysiert, wodurch der zukünftige Impact evaluiert wird. Aus den Erkenntnissen sollen Handlungsempfehlungen entwickelt werden, welche die Garagisten optimal auf den strukturellen Wandel vorbereiten.

## **Vorgehen**

Nach den konzeptionellen Vorarbeiten über den Automarkt, sowie den Garagenbetrieben, werden für die empirische Primärforschung qualitative Experteninterviews durchgeführt. Befragt werden Automobilexperten von Importeuren, Consulting-Unternehmen und Vertreter der Garagenbranche. Diese ergänzen den bestehenden Wissensstand und zeigen Besonderheiten des Schweizer Marktes auf.

## **Erkenntnisse**

Eine wesentliche Erkenntnis ist, dass die Importeure vermehrt Flottengeschäfte selber tätigen und den Internetvertrieb ausbauen werden. Auf der Seite des After Sales werden die Umsätze sinken, denn bei Elektrofahrzeugen und durch die Einführung von neuer Technik, wie Fahrerassistenzsysteme, fällt ein erheblicher Teil des Wartungsbedarfs weg. Zudem wirkt sich der Trend der Sharing Economy auf den Verkauf- und den Werkstattumsatz der Garagenbetriebe negativ aus. Aus den Erkenntnissen dieser Arbeit, wodurch auch die Forschungsfragen beantwortet wurden, konnten Handlungsempfehlungen für das zukünftige Bestehen der Garagenbetriebe erstellt werden. Dabei müssen sich die Unternehmen in ihrer Struktur klarer positionieren und mögliche Kooperationen eingehen.

## **Literaturquellen**

**Diez, W. (2009).** Automobil-Marketing. Navigationssystem für neue Absatzstrategien. München.  
**Dudenhöffer, F. (2016).** Wer kriegt die Kurve? Zeitenwende in der Autoindustrie. Frankfurt u. a.