

DAS ENDE DER DIREKTIMPORTE?

Viele Schweizer Neuwagen stammen aus deutschen Autohäusern. Das Angebot war dort viel besser, sagen deren Besitzer. Doch stimmt das wirklich?

Wer clever ist, kauft sein Auto in Deutschland. Dieses Credo scheint seit der Aufhebung des Mindestkurses durch die Nationalbank wieder zu gelten. Seit dem Frankenschock im Sommer 2011 profitierten viele Schweizer, die sich einen Neuwagen zulegen wollten, von tieferen Preisen im Nachbarland.

Das Geschäft der grenznahen Automobilhändler florierte. Und mit dem SNB-Entscheid hat es Anfang 2015 zusätzlichen Aufwind erhalten. Die Schweizer Händler ihrerseits reagierten nun mit erheblichen Euro-Rabatten und versprachen ihren Kunden zusätzliche Garantie- und Serviceleistungen. Rechnet man den Mehraufwand eines Autokaufs im Ausland hinzu, stellt sich die Frage: Ist der Neuwagen aus Deutschland heute unter dem Strich tatsächlich noch günstiger?

Die drei Wege

Ein im Ausland produziertes Fahrzeug kann bekanntlich auf drei Arten in die Schweiz importiert werden. Konventionell geschieht dies über das offizielle Vertriebsnetz eines Herstellers. Die lokalen Autohändler beziehen ihre Neuwagen beim Generalimporteure. Die zweite Möglichkeit sind Autohändler, die sich auf den Import und Verkauf von Fahrzeugen



Klaus Haake, geb. 1957 in Bonn (D), seit 1978 wohnhaft in der Schweiz und Doppelbürger. Studien und Promotion an der Universität St. Gallen und Dauphine/Paris, Lehrbeauftragter an der HSG, Unternehmensberater, Autor und Mitglied in verschiedenen Verwaltungsräten. Spezialgebiete: Strategie, Coaching, Automobil.

gen spezialisiert haben: sogenannte Parallelimporteure. Schliesslich können Privatpersonen einen Neuwagen auch direkt bei einem deutschen Autohändler erwerben und gemäss den Zollbestimmungen einführen. Das nennt sich Di-

rekt- oder Eigenimport. Im EU/EFTA-Raum sind Parallel- und Direktimporte grundsätzlich erlaubt.

Ob sich der Direktimport von Personalfahrzeugen tatsächlich lohnt? Dieser Frage sind drei Studentengruppen der Universität St. Gallen unter der Leitung von Prof. Dr. Klaus Haake nachgegangen. Die angehenden Betriebswirte haben die ausstattungsberinigten Listenpreise verschiedener Modelle im Premium-Segment in der Schweiz und in Deutschland verglichen.

Um zu ermitteln, welche Rabatte gewährt werden, haben sie Offerten bei Händlern in beiden Ländern eingeholt. Allfällige Service- oder Garantieleistungen wurden der Vergleichbarkeit halber in Zahlen umgerechnet. Auf die Preise der Fahrzeuge aus Deutschland haben die Studenten noch Abschläge für die Einfuhr (Automobilsteuer, Zollabgaben) gerechnet und zudem die unterschiedlichen Mehrwertsteuersätze angewandt.

Preisdifferenzen liegen im Prozentbereich

Obschon die studentischen Arbeiten mit Vorsicht zu geniessen sind: Sie zeigen alle in dieselbe Richtung. Die untersuchten Modelle – ein Wagen der C-Klasse von Mercedes-Benz sowie Fahrzeuge der 1er-, 7er- und der X-Reihe von BMW

– weisen nach Berücksichtigung aller genannten Faktoren keine substantiell verschiedenen Preise mehr auf.

Beim Modell der BMW-7er-Reihe stellten die Studenten den grössten effektiven Preisunterschied fest; je nach Berechnung liegt dieser zwischen 4 und 12 Prozent. Bei den anderen Modellen bewegen sich die Differenzen im kleinen, einstelligen Prozentbereich. In wenigen Fällen war das Schweizer Angebot gar günstiger.

Lohnt sich der Direktimport heute noch? Wohl eher nicht, wie die Resultate der Studenten nahelegen. Kommt noch hinzu, dass der Aufwand sowie die Kosten des Käufers, um die für den Import nötigen Informationen zu beschaffen und die grenzüberschreitende Transaktion abzuwickeln, noch nicht im Preisvergleich berücksichtigt sind. Fahrzeuge tieferer Segmente wurden nicht untersucht, es kann aber wohl davon ausgegangen werden, dass bei tieferen Preisen der Unterschied nicht stärker ins Gewicht fallen wird. Zu guter Letzt weist ein direktimportiertes Fahrzeug einen tieferen Wiederverkaufswert auf.

Wer clever ist, kauft sein Auto in Deutschland? Zweifel sind angebracht.

Prof. Dr. Klaus Haake
Klaus.haake@hsp-con.ch

STABÜBERGABE BEI DER ESA

Nach 22 Jahren Präsidentschaft übergab Martin Plüss das Ruder an Markus Hutter.

Es war der Tag des Stabwechsels bei der ESA (Einkaufsorganisation des Schweizerischen Auto- und Motorfahrzeuggewerbes). Martin Plüss trat nach 22 Jahren als Verwaltungsratspräsident der ESA zurück. Er übergab den Stab dem Unternehmer und ehemaligen Zürcher Nationalrat Markus Hutter, die Wahl erfolgte einstimmig.

Zuvor machte Plüss einen kurzen Überblick über die aktuelle Lage der Automobilbranche. Weltweit verzeichnete der Automobilmarkt zum sechsten Mal in Folge ein Allzeithoch, indem 76 Mio. neue Personenwagen 2015 auf die Strasse gesetzt wurden. China verkaufte mit 20 Mio. Pw am meisten. In den USA waren es noch 17 Mio. Personenwagen, in der Schweiz waren es über 323 000. Plüss rief den Anwesenden in Erinnerung, dass dort, wo Umsätze getätigt werden, es immer auch etwas zu verdienen gebe, sofern man den Kunden, die eigene Marke der Garage und die Leistungen der Mitarbeitenden ins Zentrum stellt und sich dadurch von der Konkurrenz abhebt. Der Erfolg komme aber nicht auf uns zu, sondern man müsse zu ihm hingehen. Abwarten und die Hände in den Schoss legen sei keine erfolgversprechende Alternative. Es sei immer möglich, sich zu verbessern, und viele Beispiele zeigten, dass die mittelständische Organisation noch lange kein Auslaufmodell sei.

Gesund und gut aufgestellt

Die ESA konnte in einem schwierigen Umfeld den Gesamtumsatz auf 334,4 Mio.



Markus Hutter, Martin Plüss, Charles Blättler (v.l.n.r.).
© ESA

Franken im vergangenen Jahr steigern (+1,98% gegenüber 2014), wie der Vorsitzende der ESA-Geschäftsleitung, Charles Blättler, bekanntgab. Das reine Warengeschäft ohne Vignetten und Zusatzgeschäfte verlor dagegen gegenüber 2014 um 1,82%. Im vergangenen Jahr hätten die Aufhebung des Euromindestkurses durch die Nationalbank und ein sehr milder Winter ohne Schneefälle dem Geschäft stark zugesetzt. So mussten die Verkaufspreise gesenkt werden, was nur schon bei den Reifen sowie Service- und Verschleissteilen einen zweistelligen Millionenbetrag ausmachte. Trotzdem konnte der Schaden, so Blättler, in Grenzen gehalten werden mit geschickten Verhandlungen an der Einkaufs- und Verkaufsfrent. Allerdings

sei dies nicht ganz gelungen, so dass die stillen Reserven teilweise eingesetzt werden mussten. Die ESA sei aber nach wie vor



gesund und sehr gut aufgestellt. So habe man erreicht, in einem rückläufigen Gesamtmktvolumen die Marktanteile entweder zu halten oder in wichtigen Geschäftsfeldern und im Retailgeschäft markant auszubauen. Bei den Reifen habe die ESA innert Wochenfrist auf den Eurozerfall reagiert und mit einem Rabatt von 10 Prozent auf allen Reifen sofort eine einfache Lösung für die Garagisten angeboten. Im März sei die Sommersaison mit einer guten Dynamik gestartet.

Wachstum in verschiedenen Bereichen

Im Bereich Service- und Verschleissteile beispielsweise habe die ESA beim Frankenumsatzkurs fast zweistellig zugelegt. Ebenso sei bei den Starterbatterien ein leichtes Wachstum realisiert worden. Bei den Garageneinrichtungen hätten die mit einem veränderten Wechselkurs verbundenen Preissenkungen im Jahr 2015 zu ei-

ner erhöhten Nachfrage geführt. Sowohl in den Bereichen Hebetchnik wie auch beim Reifenservice, bei der Diagnose und beim Klimageservice sei ein signifikantes Wachstum zu verzeichnen gewesen. Zudem sei eine erfolgreiche Zusammenarbeit mit Bosch in allen Sortimentsbereichen weiter verstärkt worden. Schliesslich habe die erstmalige Präsenz der ESA an der Nutzfahrzeugmesse «transport.ch» viele neue Kundenkontakte in einem äusserst anspruchsvollen Geschäftsfeld erbracht, sagte der ESA-Geschäftsführungsvorsitzende. Erfreuliches gab es aus dem Bereich le Garage zu berichten. Es konnten mehrere neue le Garage Partner gewonnen werden, so dass die le-Garage-Familie per Ende 2015 auf 270 Partner angewachsen sei.

Vorwärtsstrategie geht weiter

Blättler betonte im Weiteren, dass die Vorwärtsstrategie voranschreite. Mit der Inbetriebnahme der neuen, topmodernen Logistik-Infrastruktur am Hauptsitz in Burgdorf BE im kommenden Sommer, mit weiteren Touren- und Standortoptimierungen und mit aufgeglegten Projekten und Aktivitäten werde die ESA ihren Teil dazu beitragen, dass die ESA-Mitglieder auch in Zukunft erfolgreich am Markt operieren können. «Zusammen sind wir stark», rief Blättler am Schluss seines Referats den Anwesenden zu. Die ESA beschäftigte Ende 2015 schweizweit über 500 Personen, davon rund 60 Lernende in den verschiedenen Berufen.