

18.01.2013 - 14:20 Uhr

AMAG startet gut aufgestellt ins neue Jahr

Buchs (ZH) (ots) -

-

- Marktanteil von 28,8%
- Erstmals drei Marken des Volkswagen Konzerns auf dem Podest
- Wirtschaftliche Herausforderungen gut gemeistert, Umsatz 2012 4,5 Mia. Franken
- Fokus Kundenzufriedenheit bleibt bestehen
- Auto-Jahr 2013 mit grossen Herausforderungen

Der Marktanteil von VW, SKODA, Audi, SEAT und VW Nutzfahrzeuge konnte auf 28,8% (+2,2%) gesteigert werden. Die AMAG schliesst ein wirtschaftlich unsicheres Jahr 2012 mit einem konsolidierten Umsatz von 4,5 Milliarden Franken erfreulich positiv ab. 2012 beschäftigte die Organisation 5'250 Mitarbeitende, davon 675 Lernende. Für das laufende Jahr blickt die AMAG mit grossem Respekt auf die Herausforderungen für die Branche und die Schweizer Wirtschaft.

2012 geht mit 328'139 neu zugelassenen Personenwagen als volumenstärkstes Jahr der Schweizer Automobilbranche seit 1989 in die Geschichte ein. Nach den Marktanteilsgewinnen in den Vorjahren konnten die Marken der AMAG - Volkswagen, SKODA, Audi, SEAT und VW Nutzfahrzeuge - in einem schwierigen Marktumfeld noch einmal deutlich zulegen. Beliebteste Marke war einmal mehr Volkswagen - mit deutlichem Vorsprung: VW konnte mit 44'258 Einheiten (2011: 40'594) mehr als doppelt so viele Fahrzeuge absetzen wie die Nummer 2, mit Audi ebenfalls eine Marke des Volkswagen Konzerns. Mit dem Stückzahlenrekord von 22'083 Einheiten (2011: 18'502) war Audi zudem erneut die meistgekaufteste Premiummarke der Schweiz. Erstmals auf Platz 3 konnte SKODA mit einem neuen Stückzahlen- (19'132 / 2011: 17'470) und Marktanteilsrekord von 5,8% seine ungebrochene Beliebtheit bei Herr und Frau Schweizer nochmals unterstreichen. Auch SEAT legte 2012 nochmals zu und konnte mit einem neuen Rekordvolumen und 8'934 Neuzulassungen den Marktanteil auf 2,7% (+0,1%) steigern (2011: 8'314).

Die Marke mit den vier Ringen war auch die meistgewählte Allradmarke. VW war zudem erneut die Nr. 1 bei den Dieselfahrzeugen und auf Rang 2 der Liste der Allradfahrzeuge.

Im Markt der leichten Nutzfahrzeuge hat VW Nutzfahrzeuge ebenfalls über Marktdurchschnitt zugelegt und konnte mit 8'730 Einheiten (davon 3'622 mit einer Personenwagenzulassung) - so viele wie noch nie seit Importbeginn 1950 - den Marktanteil auf 21,6% steigern (+1,9%). Und auch von SKODA wurden 95 Praktik in diesem Segment zugelassen. Der VW T5 (Caravelle und Multivan) ist weiterhin das beliebteste Modell im Segment Bus (2012: 1'849 / +26,4%).

Insgesamt wurden 94'407 Personenwagen der Marken VW, Audi, SKODA und SEAT in der Schweiz neu zugelassen. Hinzu kommen 5'203 Fahrzeuge von VW Nutzfahrzeuge und SKODA mit Nutzfahrzeugzulassung. Daraus ergibt sich für das Jahr 2012 inklusive der leichten Nutzfahrzeuge ein effektives Total von 99'610 neu zugelassenen Fahrzeugen.

Zusätzlich hat Porsche AMAG RETAIL als grösste Porsche Handelsorganisation der Schweiz im Jahr 2012 1'253 Fahrzeuge der Marke Porsche an Kunden ausgeliefert, was einer Steigerung von rund 7% gegenüber Vorjahr entspricht.

Mit einher geht auch der Erfolg der AMAG LEASING AG. Ende 2012 konnte die 1980 gegründete Leasinggesellschaft 110'204 (+8,5%) laufende Leasingverträge verzeichnen.

Morten Hannesbo, CEO der AMAG Automobil- und Motoren AG, zeigt sich erfreut über das gute Abschneiden der Marken der Volkswagen AG: «Unsere Händler und Servicepartner haben 2012 trotz anhaltender wirtschaftlicher Turbulenzen hervorragende Arbeit geleistet. Es ist unseren Partnern gelungen, im sehr schwierigen Marktumfeld mit guter Servicequalität Kunden für unsere Produkte und Dienstleistungen zu gewinnen. Der Preisdruck ist nach wie vor enorm. Dies zeigt sich zum Beispiel an den aktuell gewährten Rabatten vieler Marken. Und die Euro-Krise wird uns mit Sicherheit noch einige Zeit beschäftigen.»

Steigerung der Kundenzufriedenheit als wichtiger Erfolgsfaktor

Bei der gesamten Handelsorganisation und ihren Mitarbeitenden hat sich viel in Sachen Kundenorientierung getan. Das zeigen die neutralen Kundenbefragungen. Dennoch bleibt Hannesbo kritisch: «Das Auto-Jahr 2013 wird erneut viele Herausforderungen für die Schweizer Wirtschaft und die Automobilbranche im Speziellen mit sich bringen. Nur wenn wir unsere Kundinnen und Kunden auch im neuen Jahr mit einem noch besseren und umfassenderen Service begeistern, können wir uns im knallharten Marktumfeld behaupten.» Der Fokus Kundenorientierung wird folglich weiter bestehen bleiben. Denn trotz positiver Kundenvoten sieht Hannesbo hier weiteres Potenzial: «Wir wissen, dass unsere Marken in der Sicht unserer Kunden gut dastehen. Das zeigen uns die Entwicklungen der Kundenbefragung in den Bereichen Sales und After Sales. Aber wir wissen auch, dass wir grosses Potenzial

haben, noch besser zu werden.» Die AMAG wird ihre Bemühungen im Handel weiter intensivieren. Mit neuen Fahrzeugen im in der Schweiz so wichtigen Kompaktwagensegment, dem A-Segment, ist die Organisation mit dem neuen VW Golf, Audi A3, SEAT Leon und SKODA Octavia auch im neuen Jahr bestens aufgestellt.

Ausbau und Modernisierung des Netzes vorerst abgeschlossen

Ein weiterer wichtiger Aspekt zur Steigerung der Kundenzufriedenheit ist die entsprechende Infrastruktur der Handelsbetriebe. Um den Anforderungen der Kunden, Marken und Volumen gerecht zu werden, hatte die AMAG, aber auch viele Markenpartner, in den letzten Jahren massiv in Um-, Aus- und Neubauten investiert. Bei der AMAG sind nun bald alle grossen Bauten für die kommenden Jahre realisiert. Im Herbst 2012 wurde in Schlieren ein neuer VW-Händlerbetrieb und das neue Porsche Zentrum Zürich eröffnet. Die Eröffnung des Audi Center in Chur wird Ende Januar und die des neuen Audi / SKODA Center in Winterthur Anfang April erfolgen. Aber natürlich stehen auch in Zukunft immer wieder kleinere Um- oder Ausbauprojekte an oder sind bereits am Laufen.

Herausforderungen bleiben 2013 bestehen

«Eine grosse Herausforderung auch für die Autobranche war und ist die anhaltende Euro-Krise. Ohne die verschiedenen, gemeinsam mit den Herstellerwerken eingeleiteten Massnahmen wie Garantieverlängerungen, Ausstattungspaketen, Euroboni und anderen Aktionen wäre es nach wie vor schwierig, wettbewerbsfähige Preise zu erreichen. Es ist damit zu rechnen, dass die gesamteuropäische Wirtschaftskrise erst 2013 ihre volle Wirkung auf die Schweiz entfalten wird», so Hannesbo über die anstehenden Herausforderungen.

Der Gesamtumsatz der AMAG Gruppe liegt 2012 bei 4,5 Mia Franken (+200 Mio. Franken).

Kontakt:

AMAG Automobil- und Motoren AG
Dino Graf, Leiter Corporate Communication
Tel.: +41/56/463'93'42
E-Mail: presse@amag.ch

AMAG Automobil- und Motoren AG
Markus Gamper, PR-Manager AMAG
Tel.: +41/56/463'93'35
E-Mail: presse@amag.ch

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100001252/100731405> abgerufen werden.