

16.01.2015 - 14:30 Uhr

AMAG: 70 Jahre jung - Innovativ ins neue Jahr

Zürich (ots) -

Die AMAG schliesst in einem herausfordernden Markt mit einem konsolidierten Umsatz von 4,6 Milliarden Franken ab. Dank der Vielzahl neuer Modelle, der anhaltend hohen Kundenloyalität und dem grossem Kundenvertrauen konnten die Marken VW und Audi den Marktanteil halten und die Marken SKODA, SEAT und VW Nutzfahrzeuge nochmals zulegen. Für 2015 liegt der Fokus noch stärker auf Nachhaltigkeit, innovativem Denken und Handeln, sorgfältiger Planung und Investitionen für die Zukunft. Mittelfristig sollen bis zu 600 Arbeitsplätze neu geschaffen werden.

In diesem Jahr darf die AMAG das 70 Jahre Jubiläum feiern. Am 3. Januar 1945 gründete Walter Haefner die «Neue AMAG Automobil- und Motoren AG». Walter Haefner führte das Unternehmen stets mit Unternehmergeist und Nachhaltigkeit. Auch sein Sohn, Martin Haefner, leitet als Verwaltungsratspräsident mit unternehmerischem Gespür erfolgreich die Geschicke des Unternehmens.

Der konsolidierte Jahresumsatz beträgt erstmals in der Geschichte der AMAG Gruppe 4,6 Milliarden Franken (+100 Mio. Franken). Heute beschäftigt die AMAG Gruppe 5'480 Mitarbeitende (+80), davon über 700 Lernende (+57). Die AMAG wird weiterhin in ihre Mitarbeitenden sowie in die einzelnen Geschäftsbereiche nachhaltig investieren und voraussichtlich in den nächsten fünf Jahren auf ca. 6'000 Mitarbeitende wachsen.

Nachhaltigkeit und Verantwortung

Im neuen Jahr liegt der Fokus noch stärker auf Nachhaltigkeit, innovativem Denken und Handeln, sorgfältiger Planung und Investitionen für die Zukunft. Die AMAG wird auch im neuen Jahr nachhaltig investieren. Beispielsweise in die Aus- und Weiterbildung der Mitarbeitenden. Die Ausbildung unserer Lernenden war immer ein wichtiges Thema. Die Anzahl der Lernenden beträgt rund 13% aller Mitarbeitenden. Ein Grossteil der Lehrgangsberechtigten arbeitet nach Abschluss der Ausbildung auch weiter bei der AMAG. Und deshalb ist die AMAG seit letztem Jahr auch der internationalen «Alliance 4 Youth» Initiative der Nestlé beigetreten.

Investieren wird die AMAG Gruppe auch in den verschiedenen Geschäftsbereichen: Es werden mehrere Nutzfahrzeug Center entstehen, welche ca. 200 Arbeitsplätze schaffen werden. Weiter sind neue Karosserie- und Lack-Betriebe geplant, welche ca. 400 Stellen bieten werden. Im eigenen Filialnetz laufen derzeit neun grössere Projekte und weitere 14 Um- oder Neubauprojekte sind in den nächsten Jahren geplant.

Das WeltAuto. - Occasionen ohne Risiko

Im Occasionsbereich läuft derzeit flächendeckend die Einführung von «Das WeltAuto.». Damit übernimmt die AMAG und die offizielle Handelsorganisation das international eingeführte Occasionslabel der Volkswagen AG und setzt in der Schweiz eine neue, verlässliche Benchmark im Occasionshandel. WeltAuto Occasionen sind alle in ausgezeichnetem Zustand und wurden intensiv nach ausführlichen Kriterien mit höchstem Qualitätsanspruch geprüft. Die WeltAuto Partner bürgen für diese Occasionsfahrzeuge mit Garantie und Rückgaberecht.

Neue Antriebe und Mobilitätskonzepte

Die AMAG wird auch im ökologischen Bereich weitere Schritte unternehmen. Die neue «we care» CO₂-Initiative, welche die AMAG im 2015 startet, ist eine schweizweite Kampagne, um die neuen Antriebstechnologien der VW Gruppe in der Öffentlichkeit bekannter zu machen.

Beispiel Erd-/Biogas: Noch hat sich dieser Treibstoff nicht etabliert. Die AMAG will das ändern. So werden kurz- und mittelfristig drei AMAG Standorte (Jona, Biel-Brügg und Schinznach-Bad) mit einer öffentlichen Gastankstelle ausgerüstet. Gemeinsam mit Migrol wurden zudem zwölf weitere Standorte evaluiert, die das Erdgasstellennetz optimal ergänzen beziehungsweise die Lücken in der schweizerischen Erdgasversorgung schliessen würden. Als weiteres Projekt werden AMAG Kunden beim Einbau einer Gas-Kleintankstelle unterstützt. AMAG Import subventioniert die ersten 100 Tankstellen dieser Art mit einem finanziellen Support von 50% der Material- und Installationskosten.

Beispiel Elektromobilität: Bereits seit 2013 ist die AMAG Partner von EVite, einer privat finanzierten Initiative zur Errichtung eines flächendeckenden Netzes an öffentlichen Schnellladestationen. An acht AMAG Standorten wurden bereits öffentliche Schnellladestationen eröffnet.

Auch bei den alternativen Mobilitätskonzepten beschreitet die AMAG neue Wege und unterstützt seit letztem Jahr das zweijährige Pilotprojekt «Catch-a-Car» von Mobility, das erste stationsungebundene Carsharing-Angebot der Schweiz.

Morten Hannesbo, CEO der AMAG, kommentiert das letzte Jahr wie folgt: «Trotz herausforderndem Gegenwind im Schweizer Automarkt haben sich die AMAG und ihre Marken aber gut behauptet. Das ist nebst der hohen Produktqualität auch das Resultat

der hohen Loyalität in unsere Marken und der Leistungen unserer Händler und Servicepartner. Gerade im Bereich der neuen Antriebe sind wir mit einer breiten Modellpalette für das kommende Jahr gut gerüstet».

Vorausschauend auf das Jahr 2015 meint er aber kritisch: «Die Zeichen für die Schweizer Wirtschaft sind herausfordernd. Gerade die CO2 Lenkungsabgabe wird 2015 eine sehr grosse Herausforderung für die Branche. Und wir bedauern den Entscheid der SNB. Auch wenn es für uns klar ist, dass die Untergrenze als Strategie nicht haltbar war, ist doch dieser Entscheid zu diesem Zeitpunkt sehr überraschend und mit grossen Risiken verbunden. Mit einem noch besseren und umfassenden Service, mit viel Innovation, Effizienz und Schnelligkeit werden wir im Markt begeistern müssen.».

Übersicht der Markenperformance (siehe beiliegendes PDF).

Kontakt:

AMAG Automobil- und Motoren AG
Dino Graf
Leiter Corporate Communication
Telefon +41 56 463 93 51
presse@amag.ch

AMAG Automobil- und Motoren AG
Roswitha Brunner
PR-Manager AMAG
Telefon +41 56 463 93 35
presse@amag.ch

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100001252/100767258> abgerufen werden.