

22.01.2016 - 14:15 Uhr

Beständigkeit in herausforderndem Umfeld

Schinznach-Bad (ots) -

Nach einem Jahr mit erschwerten Rahmenbedingungen und unerwarteten Herausforderungen schliesst die AMAG mit einem konsolidierten Umsatz von 4,4 Mia. Franken ab. In einem leicht gestiegenen Markt konnten die Marken Volkswagen, Audi, SKODA, SEAT und VW Nutzfahrzeuge dank hoher Loyalität und Vertrauen seitens der Kunden Stabilität oder gar Zuwachs beweisen. Im laufenden Jahr wird die AMAG ihre Aufmerksamkeit noch weiter auf nachhaltiges Handeln, die Digitalisierung und Servicebereitschaft richten. Im Zentrum dabei steht natürlich auch die Rückrufaktion der Diesel-Thematik.

Letztes Jahr konnte die AMAG ihr 70jähriges Bestehen feiern. Das von Walter Haefner am 3. Januar 1945 gegründete Unternehmen zeigte in einem herausfordernden Jahr, dass sein nachhaltig erstelltes Fundament Bestand hat. Trotz hartem Gegenwind, einerseits durch die Aufhebung des Euro-Mindestkurses im Januar und andererseits im September durch die Abgasaffäre bei der Volkswagen AG, konnte die AMAG solide Resultate erreichen. Der konsolidierte Jahresumsatz beträgt 4,4 Mia. Franken (-200 Mio. Franken). Grund für diesen leichten Umsatzrückgang ist der Wegfall des Euro-Mindestkurses, der unmittelbar danach zu grossen Preisreduktionen führte.

Neue Dienstleistungen

Die AMAG Leasing AG hat neue Produkte entwickelt, um das Leasing für die Kunden noch transparenter und einfacher zu gestalten. Mit der Einführung von LeasingPlus wird Privatkunden erstmals ein übersichtliches und in dieser Form neues Leasingpaket angeboten, welches nebst der klassischen Finanzierung des Fahrzeugs auch weitere Dienstleistungen wie «Service und Verschleiss», «Reifen und Reifenlagerung» und «Ersatzfahrzeug» oder wahlweise auch die Versicherung beinhaltet. Dabei bleibt die Rate für alle Dienstleistungspakete während der Leasingdauer gleich und es entstehen keine weiteren Einzelkosten. Das bedeutet volle Kostentransparenz und -sicherheit für den Kunden.

Investitionen

Trotz der Eurokrise Anfang 2015 hat die AMAG an ihrer langfristig strategischen Planung festgehalten und weiter in die eigenen Standorte investiert. Neu eröffnet wurden die AMAG Bulle und das VW Nutzfahrzeug Center Givisiez. Die AMAG Solothurn zog nach Zuchwil in einen Neubau, welcher Mitte Januar 2016 feierlich eröffnet wurde. Die AMAG Chur eröffnete einen neuen SKODA Showroom, bei der AMAG Dulliken wurde mit dem Erweiterungsbau für den K+L Bereich angefangen. Zudem begannen die Bauarbeiten für die AMAG Baden und das AMAG Carrosserie Center Lengwil, welche beide noch in diesem Jahr eröffnet werden. In diesem Jahr stehen zudem die Eröffnungen der neuen AMAG Villeneuve sowie eines neuen Betriebs in Etoy an. Nebst diesen grossen Um- und Neubauten tätigte die AMAG grosse Investitionen in die Anpassung der Markenvorgaben sowie in den Aufbau der Marken und Infrastrukturen von «Das WeltAuto.» und «Audi Occasion:plus».

In den Jahren 2016 bis 2018 stehen weitere Bauprojekte an, so z.B. ein neuer Garagenbetrieb in Buchrain (LU), ein AMAG Carrosserie Center in Lupfig (AG), ein neues SKODA Center in Frauenfeld, ein Audi Betrieb in Lugano Noranco und die Sanierung des Standortes Petit-Lancy in Genf.

Weiter hat die AMAG das Garagenkonzept «stop+go» mit einem Netzausbau, einem Ausbau des Angebotes und einer Anpassung der Corporate Identity weiterentwickelt.

Die AMAG First AG wird im ersten Halbjahr 2016 das neue Centro Porsche Locarno in Gordola eröffnen.

Digitalisierung

Die Digitalisierung ist das Resultat des fortschreitenden Wandels in Technik, Kommunikation und Mobilität, welcher schon seit längerem auf die Wirtschaft und auch auf die Autobranche Einfluss hat, nicht nur auf die Fahrzeuge und ihre Antriebsformen selber, sondern auch auf das Umfeld. So hat die AMAG z.B. für ihre eigenen Garagenbetriebe eine Tablet-Lösung für eine mobile Serviceannahme entwickelt. Damit kann der Serviceberater mit dem Kunden direkt bei seinem Fahrzeug alle Punkte und Wünsche aufnehmen und umgehend Auskunft über Kosten, Dauer etc. geben.

Auch mit den Beteiligungen an Sharoo und Catch a Car von Mobility macht die AMAG im digitalen Mobilitätsbereich einen weiteren Schritt und fokussiert in diesem Jahr noch intensiver auf die Digitalisierung. Verschiedene Projekte in allen Bereichen der AMAG sind derzeit in Bearbeitung, denn die Digitalisierung ist der Treibstoff der Zukunft.

Nachhaltigkeit und Verantwortung

Die AMAG lebt seit über 70 Jahren eine nachhaltige Kultur. Nachhaltigkeit ist weiterhin strategisches Ziel der AMAG und bleibt im Fokus, ökonomisch, ökologisch und sozial. Diverse Themen wurden deshalb 2015 in Angriff genommen und 2016 weiter verfolgt.

Das duale Bildungssystem der Schweiz ist ein Erfolgsfaktor. Für die AMAG ist die Ausbildung von Lernenden seit jeher sehr

wichtig, so ist sie eine der grössten Ausbildungsstätten der Schweiz. Letztes Jahr stieg die Anzahl Lernender erneut an und beträgt über 13% der Mitarbeitenden.

Per Ende Jahr beschäftigte die AMAG Gruppe 5'360 Mitarbeitende, davon 714 Lernende.

Im angelaufenen Jahr steht natürlich die Rückrufaktion der Fahrzeuge, welche von der Diesel-Thematik betroffen sind, im Fokus der Kundenbetreuung der AMAG. Es ist das Ziel der AMAG und der ganzen Markenorganisationen, diese Rückrufaktion für alle Kunden möglichst reibungslos, professionell und schnell abzuwickeln. Das ganze Servicepartnernetz der Volkswagen Konzernmarken in der Schweiz wird dafür sein Bestes geben.

Marktperformance 2015

2015 wurden gesamthaft 323'783 Personenwagen neu zugelassen (7,2% mehr als im Vorjahr). Die Marken Volkswagen, Audi, SKODA, SEAT und Volkswagen Nutzfahrzeuge konnten trotz den Herausforderungen teilweise Marktanteile dazugewinnen.

Volkswagen ist erneut mit 42'212 Einheiten die meistgekaufteste Marke der Schweiz (Marktanteil 13,0%) und somit bereits zum 16ten Mal in Serie die Nummer 1 der Schweiz, das mit dem zweitbesten Ergebnis seit Importbeginn. Einen einzigartigen Erfolg kann der VW Golf feiern. Bereits zum 40sten Mal ist er das meistgekaufteste Auto von Herrn und Frau Schweizer.

Im stark wachsenden Premium-Segment legt auch die Marke Audi mit 22'225 neu zugelassenen Fahrzeugen gegenüber 2014 erneut zu und erreicht das beste Resultat seit Importbeginn. Der Marktanteil beträgt wie im Vorjahr 6,9%.

SKODA überschreitet erstmals in einem Kalenderjahr mit 20'972 Neuzulassungen die Grenze von 20'000. Der Marktanteil beträgt 6,5%. Der SKODA Octavia ist nach dem VW Golf mit grossem Abstand das zweitmeist gekaufte Auto der Schweiz.

SEAT erreicht mit 10'451 immatrikulierten Fahrzeugen erstmals den 10'000er Meilenstein und toppst damit das letztjährige erfolgreiche Resultat sogar noch (+11,4%). Mit einem Marktanteil von 3,2% ist die spanische Marke gut etabliert im Schweizer Markt.

VW Nutzfahrzeuge kann ebenfalls weiter zulegen. Insgesamt wurden 2015 10'465 Fahrzeuge zugelassen. Das sind 3,9% mehr als im Vorjahr und bedeuten ebenfalls ein Rekordergebnis.

Insgesamt wurden 95'860 Personenwagen von VW, Audi, SKODA und SEAT in der Schweiz neu zugelassen. Dazu kommen 6'331 leichte Nutzfahrzeuge von VW und SKODA. Die AMAG First AG schliesst das Jahr mit 1'602 Neuzulassungen der Marke Porsche ebenfalls erfolgreich ab. Bentley Zug hat im letzten Jahr 28 Neuwagen verkauft.

Die AMAG Leasing AG konnte im vergangenen Jahr mit 49'537 neuen Leasingverträgen um 5,2% zulegen und schliesst 2015 erfolgreich mit 130'523 Leasingverträgen ab (+ 6,6% gegenüber Vorjahr).

Morten Hannesbo, CEO der AMAG, kommentiert das Ergebnis des letzten Jahres wie folgt: «Das letzte Jahr hatte es in sich - gleich zweimal wurden wir sehr gefordert: Einerseits im Januar durch die Aufhebung des Euro-Mindestkurses und andererseits im Herbst durch die Abgasaffäre bei VW. Unseren Kunden danke ich für ihre hohe Loyalität und ihr Vertrauen in unsere Marken und in die Leistungen unserer Mitarbeitenden sowie der Händler und Servicepartner.» Er schaut mit grossem Respekt auf das kommende Jahr: «Die allgemeinen Zeichen für die Schweizer Wirtschaft sind herausfordernd, aber es bieten sich mit der Neuausrichtung des Volkswagen Konzerns auch neue Möglichkeiten. Zudem müssen wir das Vertrauen unserer Kundinnen und Kunden festigen und, wo notwendig, wieder zurück gewinnen».

Übersicht der Marktperformance (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/100001252/100783116> abgerufen werden.