Auch im Service sind Veränderungen in der Kundenansprache zu erwarten.
FOTO: PROMOTOR

# Der Aftermarket 2025

VREI – der Verein freier Ersatzteilmarkt – veranstaltete einen Marketing-Kongress. Das Thema: „Der automobile Aftermarket 2025 – Herausforderungen, Chancen, Trends“.

HANS ROSARIUS

Bekannt sind bereits Veränderungen wie der Wettstreit des gebundenen mit dem ungebundenen Teil des Marktes, der Wettbewerb zwischen Handels- und Herstellermarken. Dabei stellt sich die Frage, wie weit Wettbewerbsfreiheit in diesem Markt garantiert ist und der Umgang mit der zunehmenden Konzentration auf Seiten der Hersteller sowie des Handels und welche Bedeutung der zunehmende Umfang der Kooperationen in diesem Handelsgeschäft hat. „Themen wie E-Mobilität, Elektrifizierung bestehender Antriebsstränge, autonomes Fahren versus Carsharing, die Beeinflussung des Wachstums durch neue Fahrzeugmodelle, der Einfluss der Konnektivität (Vernetzung) von Fahrzeugen auf den Aftermarket und wie sieht in Zukunft Reparatur und Service aus, diese Themen gewinnen zunehmend an Bedeutung“, machte Arndt Franz dort deutlich. Er ist Vorsitzender des VREI-Lenkungsausschusses und Mitglied der Geschäftsführung der Mahle Aftermarket.

FOTO: ROSARIUS

## Geballte Kompetenz

**SECHS** führende Markforschungsunternehmen (BBE Automotive, EFFICONS, 2hm&associates, GfK, GiPA und Wolk Aftersales Experts) im Ersatzteilmarkt stellten vor 104 Teilnehmern die zukünftigen Entwicklungen aus ihrer Sicht vor und boten den Mitgliedern einen breiten Überblick aus verschiedenen Perspektiven.

### Fahrzeugbestand wird weiter zunehmen

Von einem kann ausgegangen werden: Autos wird es weiterhin geben und Führerscheine werden weiterhin gemacht. Eine Untersuchung von BBE hat gezeigt, das 90 Prozent der jungen Menschen einen Führerschein haben. Damit ist die Bereitschaft, Auto zu fahren, weiterhin da. Gleichzeitig sagten 86 Prozent, dass sie sich ein Leben ohne Auto nicht vorstellen können. Aus Flexibilitätsgründen kommt für viele der Verzicht aufs Auto nicht infrage. 80 Prozent der Befragten verzichten lieber auf ihr Handy als aufs Auto. Auch der Fahrzeugbestand wird künftig weiter zunehmen – allerdings nicht mehr so stark wie bisher. Im Vergleich zu heute kann von rund 50 Millionen Fahrzeugen ausgegangen werden. Zudem wird das Durchschnittsalter der Autos weiter steigen – von heute 9 Jahren auf 11 bis 13 Jahre im Jahr 2025, prognostizieren die Marktforschungsexperten von BBE und GFK.

### Alternative Mobilität ist gefragt

Die Zahl der Fahrzeuge mit Elektro-Antrieb wird nicht, wie von der Regierung gewünscht, bei einer Million im Jahr 2020 liegen. Geht die Entwicklung so weiter wie bisher, wird diese Zahl erst 2025 erreicht. Insgesamt wird der Anteil der Autos mit Elektro-, Hybrid- und Gas-Antrieb 2025 bei 9,7 Prozent liegen. Die geringen Zuwachsraten bei der Elektromobilität sind nicht auf die technische Entwicklung zurückzuführen, sondern auf die Kunden. In Japan und Frankreich ist die Elektromobilität wesentlich weiter vorangeschritten als in Deutschland. Die Ursachen werden in den Anschaffungskosten und der eher konservativen Einstellung der deutschen Autofahrer gesehen. Zudem sind die Lade-Infrastruktur und die Batterie-Speicherkapazität noch nicht konsumentenfreundlich optimiert. Das heißt, es muss etwas getan werden, sagt Christian Walka von 2hm & Associates.

Für den Bereich Aftermarket hat die Elektromobilität große Auswirkungen. Denn der elektrische Antrieb hat wesentlich weniger Verschleißteile wie Kupplung, Antrieb, Getriebe usw. Dafür ist die Bandbreite an elektronischen Teilen natürlich etwas größer. Anlässlich einer Veranstaltung, bei der über die Demokratisierung von Innovationen gesprochen wurde, erklärte Mercedes, dass anders als früher nicht geplant sei, die Elektromobilität erst in der S-Klasse zu verwirklichen und dann abzuwarten, bis sich dies entwicklungsseitig amortisiert habe, um dann erst die C-Klasse und A-Klasse einzubeziehen. Die elektrischen Antriebe sollen künftig von Anfang an in allen Typen zur Verfügung stehen. Das wird den Fahrzeugbestand und letztendlich den Aftermarket sehr schnell verändern. Zumindest in dem Ausmaß, in dem auch die Elektromobilität insgesamt voranschreitet.

Damit verbunden sind Auswirkungen auf den Service und den Werkstattbereich. Die Kfz-Werkstätten müssen nicht nur ihre Mitarbeiter schulen lassen, sondern für Arbeiten im Hochvoltbereich auch die Ausstattung entsprechend anpassen. Das sind Investitionen, die es kleinen Betrieben schwer machen, sich in diesem Bereich zu behaupten.

### Reparaturgeschäft wird geringer

Auf der einen Seite sieht die Zukunft positiv aus, auf der anderen Seite wird es Entwicklungen geben, auf die man sich vorbereiten muss. Dazu gehört, dass der Aftermarket nicht weiter zunehmen wird. Die Wartungs- und Reparaturaufträge werden weniger. Während es 2008 noch zwei Ereignisse pro Jahr und Auto waren, sank die Zahl 2014 auf 1,65, 2025 wird sie noch darunter liegen. Diese Entwicklung ist auf die vermehrte Ausstattung mit Fahrerassistenzsystemen zurückzuführen. Die 2020 zugelassenen Autos werden zu 60 Prozent mit einer Parkhilfe, 95 Prozent mit ASB und 85 Prozent mit ESP ausgerüstet sein. Die Zunahme der sicherheitsrelevanten Systeme führt dazu, dass in Bereichen wie im Unfallgeschäft das Volumen zurückgehen wird. Betrachtet man die reine Serviceleistung der Kfz-Werkstätten, dann beläuft sich das derzeitige Volumen auf 7,6 Mrd. Euro. Bleibt die Technik auf dem heutigen Stand, reduziert sich das Volumen bis 2025 auf rund 7 Mrd. Euro. Entwickelt sich die Technik weiter, sinkt das Volumen auf 6,2 Mrd. Euro. Bei schnellerer Entwicklung der Technik verringert sich das Volumen sogar auf 5,5 Mrd. Euro.

## Industrie 4.0

In der Industrie 4.0 – auch die vierte industrielle Revolution – verzahnt sich die Produktion mit modernster Informations- und Kommunikationstechnik. Treibende Kraft dieser Entwicklung ist die zunehmende Digitalisierung von Wirtschaft und Gesellschaft. Sie verändert nachhaltig die Art und Weise, wie zukünftig (nicht nur) in Deutschland produziert und gearbeitet wird. Nach Dampfmaschine, Fließband, Elektronik und IT bestimmen nun intelligente Fabriken, sogenannte Smart Factories, die vierte industrielle Revolution. Technische Grundlage hierfür sind intelligente, digital vernetzte Systeme, mit deren Hilfe eine weitestgehend selbstorganisierte Produktion möglich wird: Menschen, Maschinen, Anlagen, Logistik und Produkte kommunizieren und kooperieren in der Industrie 4.0 direkt miteinander. Produktions- und Logistikprozesse zwischen Unternehmen im selben Produktionsprozess werden intelligent miteinander verzahnt, um die Produktion noch effizienter und flexibler zu gestalten.

### Schadenmanagement nimmt zu

Weiteren Einfluss auf die Entwicklung hat zudem das von den Versicherungen angebotene Schadenmanagement, das vom Fahrzeughalter nicht direkt wahrgenommen wird. Die angebotenen niedrigen Prämien der Versicherungen verführen regelrecht dazu, solche Verträge abzuschließen, mit denen die Fahrzeughalter nicht mehr Herren des Verfahrens sind. Die zentrale Schadenssteuerung der Versicherer wird von heute 17 Prozent auf 23 bis 26 Prozent im Jahr 2020 steigen. Da die Versicherungen die Fahrzeugteile zentral und damit zu günstigeren Preisen beziehen als der einzelne Kfz-Betrieb, wird auch der Aftermarket in seinem Volumen sinken.

### Produkt-Qualität und -Kosten

Im Aftermarket bemerkbar macht sich außerdem die zunehmende Produktqualität, die einhergeht mit einem geringer werdenden Ersatzteilbedarf. Deutlich wird dies am Beispiel Reifen. Lag der Absatz 2007 noch bei 25,6 Millionen, sank er 2015 auf 23,1 Millionen. Die Reifen laufen länger, es werden weniger gebraucht – und damit schrumpft der Aftermarket. Aber auch der Preiskampf wird sich verschärfen. So sind beispielsweise ▶

Der Online-Handel wird bis 2025 ungefähr einen Wert zwischen 15 und 20 Prozent erreichen, prognostiziert Falk Wiedemann von 2hm & Associates.
FOTO: ROSARIUS

## Der Kfz-Aftermarket

**MARKT** im Automobilbereich, auf dem neben den Fahrzeugherstellern auch alternative Hersteller Ersatzteile anbieten. Er umfasst neben Verschleiß- und Reparaturteilen auch Tuningteile. Unterschieden wird dabei zwischen den beiden Bereichen des sogenannten freien Teilemarkts IAM (Independent Aftermarket = nicht gebundener Teilemarkt) und des gebundenen Teilemarkts, der oftmals in Anlehnung an die Bezeichnung OEM (Original Equipment Manufacturer = Originalausrüstungshersteller) für Fahrzeughersteller auch OES (Original Equipment Service = Wartung und Reparatur mit Originalteilen) genannt wird. Zudem wird die Abkürzung OES auch für die Lieferanten genutzt, welche die Ersatzteile zum Vertrieb über den Fahrzeughersteller unter dessen Marke produzieren.

Reifen von 2007 bis heute um 17 Prozent billiger geworden. Es ist davon auszugehen, dass künftig alle Kfz-Teile von dieser Entwicklung betroffen sein werden. Die Situation wird sich nicht verbessern, außer wenn ein Hersteller ein Produkt mit einem Alleinstellungsmerkmal auf den Markt bringt.

### Einfluss des Netzes

Schaut man in die Zukunft, darf die Digitalisierung nicht außen vor bleiben. Sie wird im Servicebereich einen großen Einfluss haben. Die Kunden werden sich immer mehr informieren und ihre Erfahrungen untereinander austauschen. Ob auf Plattformen wie Motor-talk.de oder autobild.de oder auf den Seiten von Online-Börsen wie Auto-Scout24, kfzteile24 oder ReifenDirekt.de: Kunden, die diese Seiten kennen, nutzen sie auch. Manchmal bleibt es nicht nur bei der Information, sondern sie kaufen auch. Das wird in Zukunft zunehmen.

Trotz der neuen Medien in der digitalisierten Welt wird im Aftermarket der Mensch weiterhin im Mittelpunkt stehen. Eine Umfrage zum Informationsverhalten der Autofahrer hat ergeben, dass bei den Jungen 47 Prozent und bei den 60-Jährigen 78 Prozent weiterhin das Gespräch mit ihrer freien oder markengebundenen Werkstatt suchen. 26 Prozent der jungen Autofahrer informieren sich bei Freunden und Kollegen, nur 22 Prozent im Internet. Bei den 60-Jährigen sind es 12 Prozent, die sich bei Freunden oder Kollegen informieren, 7 Prozent im Internet.

Das Vertrauen, das den Kfz-Werkstätten bereits in der Vergangenheit entgegengebracht wurde, muss erhalten bleiben. Daher ist es wichtig, dass die Betriebe daran arbeiten. Denn die Kunden wechseln bislang nur selten, was auch künftig wohl so sein wird. Dieses Vertrauen erhält die Werkstatt, wenn sie mit ihren Kunden spricht und Informationen weitergibt. Betriebe und Mitarbeiter müssen lernen, auf die Kunden zuzugehen, denn auf diese Weise wird eine Vertrauensbasis geschaffen.

### Verändertes Kaufverhalten

Eine Studie zum Reifenkauf zeigt, dass sich nur ein Prozent der befragten Autofahrer vor Ort informiert und anschließend online kauft. 13 Prozent der Befragten informieren sich im Internet und kaufen dann auch online. Dagegen kaufen und informieren sich 56 Prozent der Befragten vor Ort. 30 Prozent informieren sich im Internet und kaufen dann vor Ort.

Trotz dieser positiven Zahlen, von denen andere Branchen träumen, durchdringt das Internet den Aftermarket immer mehr. 32 Prozent der Autofahrer haben schon Teile wie Bremsscheiben, Wischerblätter, Filter, Batterien oder Lampen online gekauft. Aber auch Motor- und Getriebeteile sowie Karosserieteile können bereits im Internet erworben werden.

Insgesamt liegt der Absatz im Online-Einzelhandel bei 15 Prozent. Die jährlichen Wachstumsraten betragen derzeit 15 bis 20 Prozent, sagt Falk Wiedemann von 2hm & Associates. Es gibt zwar Anzeichen, dass diese Wachstumsintensität in der näheren Zukunft etwas zurückgehen wird. Das Internet wird aber trotzdem 2025 eine große Rolle spielen, da davon auszugehen ist, dass alle Autoteile online bezogen werden können, weil dann auch die Lieferproblematik gelöst sein wird.

Betrachtet man das Kaufverhalten von autofahrenden Smartphone- bzw. Tablet-Nutzern, ist festzustellen, dass 45 Prozent bereits Teile online erworben haben. 46 Prozent haben schon Reifen online gekauft und 14 Prozent den Service genutzt, während alle Autofahrer dies zu 32 Prozent, 30 Prozent und 9 Prozent tun. Interessant ist aber auch, dass die Smartphone-Nutzer für Reparatur und Wartung im Schnitt 492 Euro ausgeben, andere Autofahrer nur 464 Euro. Eine erfreuliche Tatsache. Dagegen sind es bei der Bindungsquote schlechter aus. Nur 45 Prozent der Smartphone-Nutzer würden die Werkstatt wieder aufsuchen, während es bei den übrigen Autofahrer 57 Prozent sind. Das heißt, die Loyalität der Smartphone bzw. Tablet-Nutzern zu ihren Werkstätten ist nicht stark ausgeprägt.

Nicht nur die Kunden ändern ihr Informations- und Kauf-Verhalten, sondern auch die Kfz-Werkstätten werden sich in Zukunft dahingehend ändern. Die Medien werden den Kfz-Werkstätten nicht nur zur Information dienen, sondern sie werden auch den Einkauf der Ersatzteile neu überdenken. Davon betroffen sein werden auch die Teilehersteller.





### Marktanbieter rücken zusammen

Damit verbunden ist nicht nur ein Schrumpfprozess des Aftermarkets, sondern die Anbieter werden um ihre Kunden, die Kfz-Werkstätten, kämpfen. Bereits heute ist festzustellen, dass sich der Markt verändert. So hat beispielsweise Stahlgruber die Mehrheit an PV Automotive, Wessels + Müller hat Trost SE übernommen, der Teilegroßhändler Hess kooperiert mit Coparts-Gesellschaftern und Coler wurde an die Alliance Automotive Group mit Sitz in London verkauft. In diesem Marktbereich ist auch künftig mit Übernahme von Unternehmen zu rechnen, weil Renditen gesehen werden, die auf dem eigenen Markt nicht mehr zu erreichen sind. Daher ist eine intensive Marktbeobachtung der Hersteller wichtig, um nicht mit einem Wettbewerber konfrontiert zu werden, mit dem nicht gerechnet wurde.

Daneben wird es neue Anbieter geben wie Nexus Automotive International SA, die im Februar 2014 gegründet wurde und heute bereits 59 Mitglieder hat. In Zukunft wird man es mit weltweiten, mindestens aber mit europaweiten Aktivitäten des Handels zu tun haben. Anzunehmen ist, dass Europa 2025 ein Markt sein wird.

### Veränderte Logistikanforderungen

Veränderungen werden auch im Bereich des Handels gesehen, insbesondere in der Teillelieferung. Bestehende Firmen, die bereits im Logistikbereich unterwegs sind, werden ihr Tätigkeitsfeld erweitern. Beispiele sind Delticom, ein mobiler Reifenservice-Partner, oder Uber, ein Online-Vermittlungsdienst für Fahrdienstleistungen, der Fahrgäste an Mietwagen mit Fahrer vermittelt sowie private Fahrer mit eigenem Auto. Auf den

„Wird der Konsument auch 2025 noch nicht von der Elektromobilität überzeugt sein, beläuft sich der Anteil nur auf zwei bis vier Prozent."

**Stephanie Fiegert,** GFK

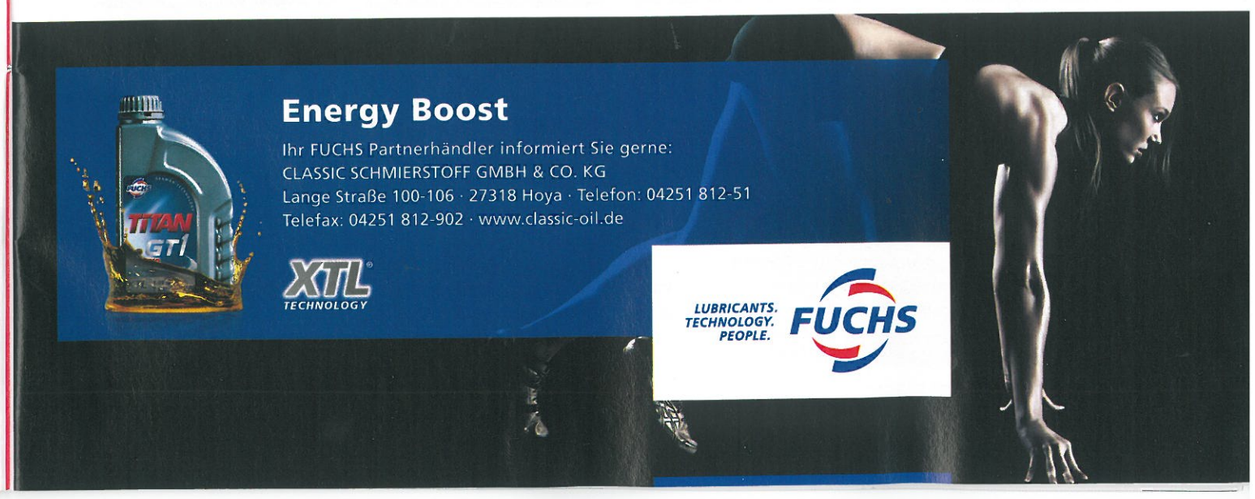
Markt kommen zudem neue Anbieter, beispielsweise Amazon, ein Online-Unternehmen, das momentan in Süddeutschland mit seiner Transport GmbH Bestellungen Stunden später zustellt, oder Foodora, ein Fahrradkurierunternehmen. Diese Unternehmen kennen den Lieferservice genau und sind in der Lage, ihren Service auch auf Kfz-Teile auszuweiten sowie diese binnen Stunden zu liefern.

### Service im Wandel

Auch im Service sind Veränderungen sind erwarten. Bereits heute versucht der gebundene Markt immer mehr, in den freien Markt einzudringen. Der gebundene Markt achtet auf die Garantieverlängerung. Zudem werden Servicepakete angeboten. Für die zeitwertgerechte Reparatur haben viele Hersteller weitere Teilelinien aufgelegt. Damit haben die Kfz-Betriebe die Möglichkeit, den Kunden Teile preiswerter als die Original-Ersatzteile anzubieten. Gleichzeitig kämpft der gebundene Markt um die freien Kfz-Werkstätten. So stellt BMW mit seinem Online-Dienstsystem (BMW OSS) allen Werkstätten die Informationen zur Verfügung, die sie brauchen, um ihre Originalteile richtig einbauen zu können. Diese Maßnahme wird bis 2025 weiter ausgebaut.

FOTO: ROSARIUS

### Verkauf findet beim Kunden statt

Ferner wird es neue Serviceelemente geben. Der Verkauf wird dort möglich sein, wo der Kunde ist. Beispielsweise müssen Reifen nicht im Reifengeschäft verkauft werden. Mithilfe von Pop-up-Stores, also zeitlich begrenzten Verkaufsständen, können Ersatzteile zum Beispiel auch bei Handelsmessen angeboten werden. Das System der Servicemobile wird 2025 noch stärker ausprägt sein als heute, denn wenig aufwendige Reparaturen können auch direkt vor Ort beim Kunden durchgeführt werden. So sind beispielsweise 58 Prozent der jungen Autofahrer daran interessiert, dass es mobile Werkstattmitarbeiter gibt, die ihr Fahrzeug vor Ort oder bei ihnen zu Hause reparieren. Für die Kfz-Werkstatt bedeutet das, dass sie entsprechend geschulte Mitarbeiter vorhalten muss, die immer das Wohl des Kunden im Auge haben.

Am Ende aber machen Menschen das Geschäft. Der persönliche Kontakt, das Gespräch miteinander und das Vertrauen der Menschen untereinander werden auch weiterhin von entscheidender Bedeutung sein. ■