

Automobil

Wirtschaft

SONDERDRUCK

1

Titelstory

Was macht die CARAT so erfolgreich?

CARAT

AWi Report

**Servicechancen in
der Wirtschaftskrise**

Autovertrieb

**Steuerung jetzt
neu justieren**

Servicemarkt

**Kundenfang mit
schneller Diagnose**



**BESSER FAHREN
MIT CARAT**

**3 PORSCHE BOXSTER
ZU GEWINNEN***

Spaß haben, Gas geben, Porsche fahren: Die neue CARAT-Aktion bringt Faszination in den Teilebezug. Je 1.000 Euro Großhandelsumsatz beim CARAT-Großhändler erhalten Werkstätten 1 Teilnahme los. Je mehr Lose, umso höher die Wahrscheinlichkeit, bald kostenlos* Porsche zu fahren. Nutzen Sie Ihre Chance.

Der Renner • Laufzeit bis 31.12.2009 • Vorstellung der 3 Gewinner Anfang 2010

Ihren nächsten CARAT-Händler finden Sie unter www.carat-gruppe.de

* 3 kostenfreie Leasingverträge inklusive Vollkaskoversicherung und Steuer, Laufzeit jeweils 3 Jahre. Die reinen Betriebskosten bezahlen Sie.

CARAT
UNTERNEHMENSGRUPPE



■ Mit viel Elan und Fachwissen hat Thomas Vollmar die Carat zu einer führenden Organisation im deutschen Kfz-Teilegeschäft gemacht.



AutomobilWirtschaft: Herr Vollmar, Ihrem Schreiben an die Carat-Geschäftspartner zum Jahreswechsel 2008/2009 haben Sie einen maschinell ausgefüllten Lottoschein beigefügt. Damit dieser eventuell erlittene Verluste auf dem Kapitalmarkt mit viel Glück wettmachen könnte. Hat sich ein Gewinner bei Ihnen gemeldet?

Thomas Vollmar: Mit unserem Weihnachtsgruß wollten wir natürlich in erster Linie auf die Finanzkrise und der damit einhergehenden Zockermertalität Bezug nehmen und mit einem Augenzwinkern auf den inzwischen eingetretenen Glücksspielcharakter an der Börse hinweisen. Größere Lottogewinne konnten wir leider nicht verzeichnen, aber immerhin konnten sich doch einige unserer Geschäftspartner über drei und vier Richtige freuen. Und wenn die Aktion dazu beigetragen hat, dass die Carat als Absender bis zum Ziehungstermin im Bewusstsein der

In unserem Titelinterview fragten wir den Geschäftsführer von Deutschlands größter Kfz-Teilehandels-Kooperation, Thomas Vollmar:

Wie fährt die **CARAT** durch die Wirtschaftskrise?

Empfänger war, dann war diese Lottoaktion auch ein Gewinn für uns.

AWi: Für die am automobilen Aftermarket tätigen Unternehmen muss auch nicht unbedingt ein Lotto-Sechser her, um wirtschaftlich gut durch das von der Finanzkrise gebeutelte De-

pressionsjahr 2009 zu kommen. Ihnen bietet die Krise sogar neue Chancen. Oder sehen wir das falsch?

Vollmar: Grundsätzlich versuchen wir immer, aus den nicht zu beeinflussenden Gesamtmarktentwicklungen die Chancen für den freien Reparatur-

markt und speziell für die Carat-Unternehmensgruppe abzuleiten. So glauben wir auch, dass das zurückhaltende Verbraucherverhalten letztlich dem freien Reparaturmarkt entgegen kommt, da man in der Zeit der Krise erst recht nicht mehr bereit ist, die hohen Stundensätze in der Vertragswerkstatt zu

bezahlen. Wenn dann gleichzeitig in den freien Reparaturbetrieben die Kompetenz und die technische Ausstattung mit den Fahrzeugentwicklungen Schritt gehalten haben und somit die Qualitätsansprüche der Autofahrer erfüllt werden können, bietet diese Krise dem freien Reparaturmarkt tatsächlich neue Chancen.

„Unternehmerisches Handeln in der Werkstatt gefragt“

AWi: Gleichwohl existiert noch immer ein Reparaturstau ...

Vollmar: ... der bei höherer Arbeitslosigkeit und schwindender Kaufkraft nicht in dem Maße aufgelöst werden kann, wie viele es gerne für 2009 erwartet hätten. Insofern liegen die Chancen nicht im Automatismus eines enger werdenden Marktes, sondern nach wie vor im unternehmerischen Handeln und der Kunst, sich mit guter Qualität und gutem Service das Vertrauen der Autofahrer zu sichern.

AWi: Dass die Verbraucher ihr Geld zusammenhalten und statt neue Autos zu kaufen lieber mit ihrem alten öfter zum Service in die Werkstatt fahren, wird durch den Erfolg der Abwrackprämie wieder etwas relativiert. Immerhin reichen die von der Bundesregierung dafür ausgelobten 1,5 Milliarden Euro für rund 600.000 Fahrzeuge, die dem

Werkstattmarkt zunächst einmal verloren gehen. Die Abwrackprämie ein Instrument zur Beschädigung der Werkstattkonjunktur?

Vollmar: Auf den ersten Blick kann man das sicher so betrachten. Gesamtpolitisch müssen wir allerdings anerkennen, dass mit der Abwrackprämie die Rezessionsauswirkungen zumindest gedämpft werden und dass sie sich letztlich aufgrund der Mehrwertsteuereinnahmen sowie den geringeren Kurzarbeitskosten nahezu selbst finanziert. Wenn hierdurch nun auch Marken wie VW, Ford und Opel partizipieren, können damit auch unsere Teilelieferanten positive Effekte für sich ableiten. Viele unserer Carat-Systempartner nutzen auch unser Fahrzeughandelsmodul. Hier hören wir von unseren Kunden, dass seit Einführung der Abwrack- oder Umweltprämie eine fast nicht zu erfüllende Nachfrage nach Neu- und Jahreswagen besteht, die nun mit unseren Garantiedienstleistungen verkauft werden und die Autofahrer somit an unsere ad-AUTO DIENST-Betriebe binden.

AWi: Aber das Teile- und Servicegeschäft. Gibt es da nicht einen negativen Abwrackeffekt?

Vollmar: Wenn wir berücksichtigen, dass 16 Millionen Fahrzeuge älter als 9 Jahre sind und von den 600.000

aktionsrelevanten Neuwagen mehr als ein Drittel ohnehin gekauft worden wäre, dann reden wir noch über einen Anteil von 3 Prozent in diesem Fahrzeugsegment, in dem der DIY-Anteil am stärksten ausgeprägt ist. Kurz und gut – ja, die Abwrackprämie wird den freien Reparaturmarkt sicher negativ beeinflussen. Allerdings nur in solch einem geringen Maße, dass die eingangs erwähnten Chancen aus der Krise diesen Negativeinfluss wieder mehr als ausgleichen können.

„Bedeutung des Ersatzgeschäfts enorm gestiegen“

AWi: Was bedeutet die Wirtschaftskrise eigentlich für die Carat-Lieferanten? Können die Ausfälle in der Erstausrüstung durch Mehrverkäufe in den Ersatzmarkt ausgeglichen werden?

Vollmar: Wir haben innerhalb der letzten drei Monate circa 70 Jahresgespräche mit unseren Lieferanten geführt. Unisono war in allen Gesprächen zu hören, dass die Ausfälle in der Erstausrüstung dramatisch sind und nun die Bedeutung des Ersatzgeschäfts enorm steigt. Endlich, könnte man in einigen Fällen sagen, da das Ersatzgeschäft oft nur 10 – 20 Prozent Anteil hatte und konzernintern auch entsprechend behandelt wurde, was zum Teil zu erheblichen Lieferengpässen führte, wenn gerade mal wieder dem Band des

Das neue Logistikzentrum Castrop-Rauxel

- Grundfläche 25.000 m²
- Erweiterbar auf 37.000 m²
- Raumvolumen 300.000 m³
- Gebäudemaß 300 x 80 Meter





■ Thomas Vollmar ist das „Sprachrohr“ der Carat. Seine Kollegin Geschäftsführerin Gabriele Dorn – im Bild mit ZDF-Anchorman Klaus Kleber – kümmert sich um die gesamten kaufmännischen Belange.

Fahrzeugherstellers eine höhere Priorität als dem Ersatzmarkt eingeräumt wurde. Je höher natürlich der Anteil auf der OE-Seite ist, desto geringer sind die Chancen, die dortigen Ausfälle mit den Umsätzen auf dem Ersatzmarkt zu kompensieren. Hinzu kommt hier noch der Aspekt, dass die Nachbauer nun von dieser Schwäche der OELieferanten profitieren und mit entsprechenden Angriffstrategien als Krisengewinner aus der momentanen Situation hervorgehen könnten.

AWi: Und Ihr Unternehmen, die Carat-Gruppe, in welcher Form hat sich die krisenhafte Wirtschaftsentwicklung für die einzelnen Unternehmensbereiche bislang ausgewirkt?

Vollmar: Bis heute können wir – Gott sei dank – noch keine Umsatzeinbrüche verzeichnen. Der kalte Winter hat uns hervorragende Umsätze mit Starterbatterien und Frostschutzmittel beschert, so dass wir mit einem Plus in den ersten zwei Monaten gegenüber dem Vorjahr starten konnten. Nun erlebt der Markt aber gerade auf der Nkw-Seite einen dramatischen Einbruch, was sich auch in den Zahlen unserer Nkw-Teilehändler widerspiegelt. Diesen Rückgang konnten wir bei den zentralregulierten Streckenumsätzen durch die Gewinnung neuer Gesellschafter, allen voran der A.-W. Heil & Sohn GmbH & Co. KG

in Hannover, überkompensieren. Unser Zentrallagergeschäft hat nur einen sehr geringen Nkw-Teileanteil, so dass wir hier bis heute ein nennenswertes und plangerechtes Plus ausweisen können. Wir sind allerdings nicht so blauäugig, dass wir glauben, diese Entwicklung würde sich in den nächsten Monaten so fortsetzen. Wenn wir die Betrachtung der Umsätze um die Sondereinflüsse des kalten Winters bereinigen, sind auch bei uns erhebliche Rückgänge bei den Verschleißteilen festzustellen. Daher werden wir nicht nachlassen, durch die Gewinnung neuer Kundengruppen unsere Umsatzziele zu erfüllen.

AWi: Die aggressive Preispolitik mancher Anbieter am freien Teilemarkt und die Rückeroberungsstrategien einiger Automobilhersteller im Werkstattbereich, dürften die Margen nachhaltig beschädigen ...

Vollmar: Ja, dieses traurige Phänomen der Hilflosigkeit macht sich leider auch in unserer Branche breit. Dieses Verhalten lässt sich natürlich durch die einzelnen Kostenstrukturen der angesprochenen Anbieter erklären, die gewisse Kennzahlen im Warenumschlag einfach notwendig machen und somit dann zu kurzsichtigen Preisaktionen führen, um sich die dringend benötigten Umsätze letztlich zu kaufen.

Hierbei scheut man auch nicht davor zurück, Neukunden mit besseren Einkaufskonditionen zu bedienen, als seine treuen Bestandskunden. So sehr ich Verständnis für diese Zwänge aus den Economies of Scale habe, muss ich mich doch über die damit verbundene Einfallslosigkeit wundern. Einfach 10 Prozent Rabatt auf alle Neu- und Zusatzumsätze anzubieten ist so einfallslos und gleichzeitig betriebswirtschaftlich so schädlich, dass man wirklich an den Managerqualitäten so mancher Marktteilnehmer zweifeln muss.

„Carat-Abwrackprämie gegen Rabattangriffe“

AWi: Was kann man gegen das Einreißen der Rabattitis auch im Teilegeschäft tun?

Vollmar: Die Carat hilft ihren Großhändlern in dieser Situation mit einem Hilfsfonds in Verbindung mit einer Aktion, um die gefährdeten Umsätze zu sichern. Unter dem Titel Carat-Abwrackprämie stellen wir dem freien Reparaturmarkt 1 Million Euro Abwrackprämie zur Verfügung, mit der gezielt die Rabattangriffe abgewehrt werden und gleichzeitig die Modernisierungen der Werkstattausstattungen forciert werden können. Die Basis für diese Aktion ist eine partnerschaftliche Umsatzzielvereinbarung zwischen dem Großhändler und seinem Werkstattkunden, wobei alle Umsätze in 2009 zusätzlich noch die Teilnahme an der Verlosung von drei Porsche Boxster ermöglichen. Damit haben wir einen zeitlich befristeten Aktionscharakter, der sich gegenüber den plumpen Rabattaktionen gezielt und deutlich positiv abgrenzen lässt.

AWi: Die Carat hat in den zurückliegenden Jahren mit großem Erfolg vier Werkstattssysteme aufgebaut, die derzeit von rund 1.500 Partnern genutzt werden. Wie sollte es hier weitergehen?

Vollmar: Das ist ganz einfach: Wir möchten bis 2010 die Anzahl unserer Partner auf 2.000 erhöht haben. Dies wird uns einerseits mit der weiteren Professiona-

lisierung unserer zwei Premium- und unserer zwei Basissysteme gelingen, andererseits aber auch durch die neue Flächendeckung in Norddeutschland, mit der ein spürbarer Impuls auf die Expansion unserer Systeme einhergeht. Auch hier scheint man sich in den Krisenzeiten auf die qualitativen Werte zu besinnen und der Tatsache, dass unser System ad-AUTO DIENST vor knapp 20 Jahren als erstes, handelsgetragene Werkstattssystem etabliert und mehrfach kopiert wurde, Rechnung zu tragen.

AWi: Und die Facheinzelhandelsstationen AUTOplus, ist auch da eine weitere Netzverdichtung geplant?

Vollmar: Ja, auf jeden Fall. Das qualitative Wachstum geht hier in aller Ruhe und unaufgeregt voran, so dass wir inzwischen schon fast monatlich einen neuen Fachmarkt AUTOplus feiern können. Ganz aktuell haben wir einen dringend notwendigen Schritt in der Betriebstypendifferenzierung verabschiedet. So werden nun alle AUTOplus-Fachgeschäfte, die ohne Werkstatt arbeiten, in das neue Fachgeschäftssystem „Carat Autoteile-Welt“ überführt. Somit können wir das Leistungsprofil der AUTOplus-Fachmärkte klar und eindeutig definieren, in den Kommunikationsmedien entsprechend darstellen und endlich die

bisherige Gradwanderung des Marktauftritts verlassen.

AWi: Die Carat Systementwicklungs- und Marketing GmbH & Co. KG, wie das Unternehmen mit vollem Namen korrekt heißt, hat derzeit 156 Gesellschafter und ist mit einem Außenumsatz von 1,8 Mrd. Euro sowie einem Einkaufsumsatz von über 500 Millionen Euro inzwischen der Marktführer im deutschen Teilehandel. Reicht das, um sich in einem heiß umkämpften Markt auch künftig in vorderster Position behaupten zu können?

Die CARAT Systementwicklungs- und Marketing GmbH & Co. KG ist ein...

Hochkarätiger Kfz-Teile-Absatzkanal

Was will man eigentlich noch mehr! In der Kfz-Teilekooperation Carat sind Zentraleinkauf, Lager und Logistik, Marketing, Zentralregulierung,



CARAT-Fachhandel

- AUTOplus-Fachmärkte (mit Meisterwerkstatt)
- CARAT-AUTOTEILE-WELT (bisherige AUTOplus-Fachgeschäfte und SGH-SB-Bereiche)
- PROFI SHOP (Fachhandelskunden der Gesellschafter)



EDV-Services sowie Controlling für den Kfz-Teilehandel in einem Unternehmen zusammengefasst. Sie ist Systemgeber für den mit Know-how gestützten Pkw- und Lkw-Service sowie den Großhandel von Produkten für die Karosserie und Lackreparatur. Rund 220 Lieferanten versorgen die Carat-Lager mit ca. 100.000 ständig abrufbaren Artikeln für den Kfz-Service und die Kfz-Werkstattausrüstung, weitere 60.000 Positionen sind ab Hersteller virtuell abrufbar. Über 600.000 Sendungen gehen per anno an 1.500 Carat-Systemwerkstätten der Marken ad AUTO DIENST, ad truckdrive, AutoMobil, TruckService und weitere, nicht systemgebundene Kfz-Werkstätten sowie Fachhandelshäuser der Marken ProfiShop, Carat Autoteilewelt, AUTOplus-Fachmärkte und Karosserie&Lack-Großhandelshäuser.

Zusammen geführt sind Einkauf, Marketing, EDV und Verwaltung in dem modernen Verwaltungszentrum in Mannheim, wo 150 Mitarbeiter tätig sind. Die Belieferung der 630 Verkaufs-



Carat im Überblick

Umsatz	> 1,8 Mrd. Euro
Einkaufsvolumen (ZR)	> 500 Mio. Euro
Umsatz eigene Logistik	> 115 Mio. Euro
Gesellschafter	154
Outlets	630
Systemwerkstätten	1.500
Mitarbeiter Gruppe	5.000
Mitarbeiter Zentrale	150
Gründungsmitglied der adi (Auto Distribution International)	
Umsatz	> 5,1 Mrd. Euro
Systemwerkstätten	> 5.000

Vollmar: Nein, die Bündelung von Umsätzen allein kann definitiv nicht ausreichen, um die führende Rolle im Markt zu behaupten. Daher legen wir größten Wert auf den Ausbau unserer qualitativen Erfolgsfaktoren, wie Logistik, Systeme und Elektronikkompetenz. So komplex die Carat mit ihrem Leistungsportfolio auch ist, so unterschiedlich stark ist sie in ihrer Gesellschafterstruktur und der regionalen Leistungsfähigkeit. Gerade in den Zukunftsthemen unserer Branche müssen wir hier noch sehr massiv investieren, um das in unserem Carat-Kosmos wiedergegebene Spiegelbild der Branche stabil und überlebensfähig

zu halten. Hier haben wir schon eine Menge erreicht, wobei wir mit der Fertigstellung unseres neuen Zentrallagers im Juli 2009 sicher einen weiteren Meilenstein erreicht haben werden.

AWi: Die Konzentration im freien Kfz-Teilemarkt schreitet fort. Kürzlich wurde die Fusion von Trost und KSM zur Trost Auto Service Technik SE mit einem Gesamtumsatz von 770 Millionen Euro bekannt gegeben. Welche Chancen für weiteres Wachstum sehen Sie für Ihr Unternehmen?

Vollmar: Die gesamte Handelslandschaft wird sich in diesem Jahr kom-

plett und mit vielen Überraschungen verändern. Jede Veränderung, jede Konzentration wird weitere Reaktionen und Handlungszwänge auslösen, so dass in diesen Veränderungen immer auch Chancen stecken. Wir glauben, dass wir mit unserem Unternehmensmodell geradezu perfekt dafür aufgestellt sind, von den Veränderungen zu partizipieren, weshalb wir auch realistische Chancen für weiteres Wachstum unserer Gruppe sehen. Zum Jahresende können wir diese Frage gerne nochmals aufnehmen ...

„Marktbereinigung auf allen Ebenen“

AWi: Können Sie unseren Lesern/Ihren Kunden im Kfz-Servicemarkt noch abschließend eine Geschäftsprognose für das laufende Jahr geben – und vielleicht auch noch darüber hinaus?

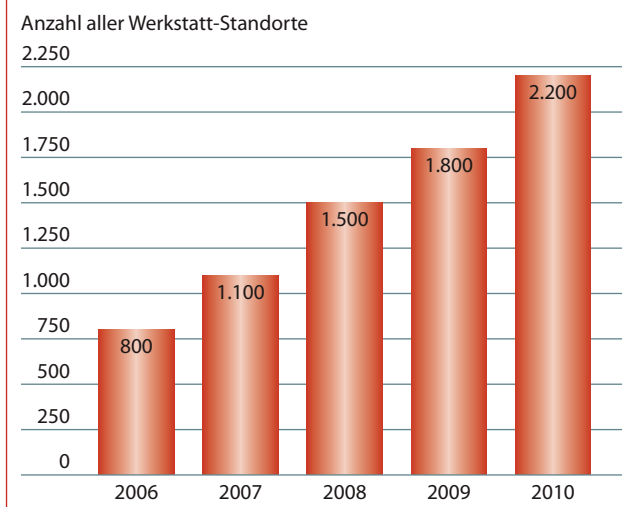
Vollmar: Das ist jetzt aber eine richtige Herausforderung! Aber ja – wir werden in 2009 durch ein Tal der Tränen gehen müssen und es wird eine Marktbereinigung auf allen Ebenen stattfinden. Der Wunsch nach Mobilität und nach bezahlbarem Service bleibt aber dennoch bei den über 40 Millionen Autofahrern in Deutschland bestehen, so dass auch das Teile- und Servicegeschäft wieder Spaß machen wird. Qualität und Kompetenz wird in diesem Krisenjahr noch stärker gefragt sein und letztlich das Überleben sichern. Daneben wird die Eigenkapitalquote darüber entscheiden, ob die Durststrecke bis zum Ende durchlaufen werden kann oder nicht. Hier bleibt zu hoffen, dass die Banken endlich ihre Zurückhaltung abbauen und die jüngste EZB-Leitzinssenkung auf 1,5 Prozent auch in vernünftige Überbrückungskredite umsetzt. Alles wird gut!

CARAT Systementwicklungs- und Marketing GmbH & Co. KG

Am Victoria-Turm 2
68163 Mannheim

Tel.: 06 21/8 60 80-0
Fax.: 06 21/8 60 80-914

Entwicklung Werkstattssysteme



Die Carat ist nicht nur eine große Kooperation von Autoteilen und Kfz-Werkstatteinrichtungen, sondern auch ein großer Anbieter von Werkstattssystemen. Auf der AMITEC können Sie sich darüber direkt informieren.

standorte erfolgt vom neuen Logistikzentrum Castrop-Rauxel. Die Outlets versorgen wiederum rund 18.000 Werkstätten, fast jede deutsche Werkstatt kauft bei einem der 154 Carat-Gesellschafter. International vernetzt ist die Carat über die Auto Distribution International (adi), die wiederum mehr als 5.000 Systemwerkstätten in Europa versorgt und dabei einen Außenumsatz von aktuell 5,1 Milliarden Euro p.a.

erzielt. Wichtigster Handelsplatz mit den gewerblichen Kunden ist die Carat-Leistungsmesse, die alle zwei Jahre in Kassel alternativ zur Automechanika stattfindet. 2007 waren ca. 25.000 Fachbesucher ins Kasseler Messezentrum gekommen, in diesem Jahr rechnet die Carat mit einem noch höheren Besucheraufkommen. Merken Sie sich auf jeden Fall den Termin vor: 2. bis 4. Oktober.



**ELEKTRONIK-
KOMPETENZ FÜR ALLE**

**INVESTITIONSHILFE, SOFT-
WARE, SCHULUNG, HOTLINE**

Diagnostik, Software, Schulung: CARAT unterstützt Deutschlands Werkstätten tatkräftig im wachsenden Bereich Fahrzeugelektronik. Ihr CARAT-Großhändler kann bei Investitionen und Know-how eine Menge für Sie tun. Nehmen Sie Kontakt auf – wir freuen uns darauf!

Ihren nächsten CARAT-Händler finden Sie unter www.carat-gruppe.de

CARAT Systementwicklungs- und Marketing GmbH & Co. KG

Am Victoria-Turm 2
68163 Mannheim

Tel.: 06 21/8 60 80-0
Fax.: 06 21/8 60 80-914

CARAT
UNTERNEHMENSGRUPPE

