

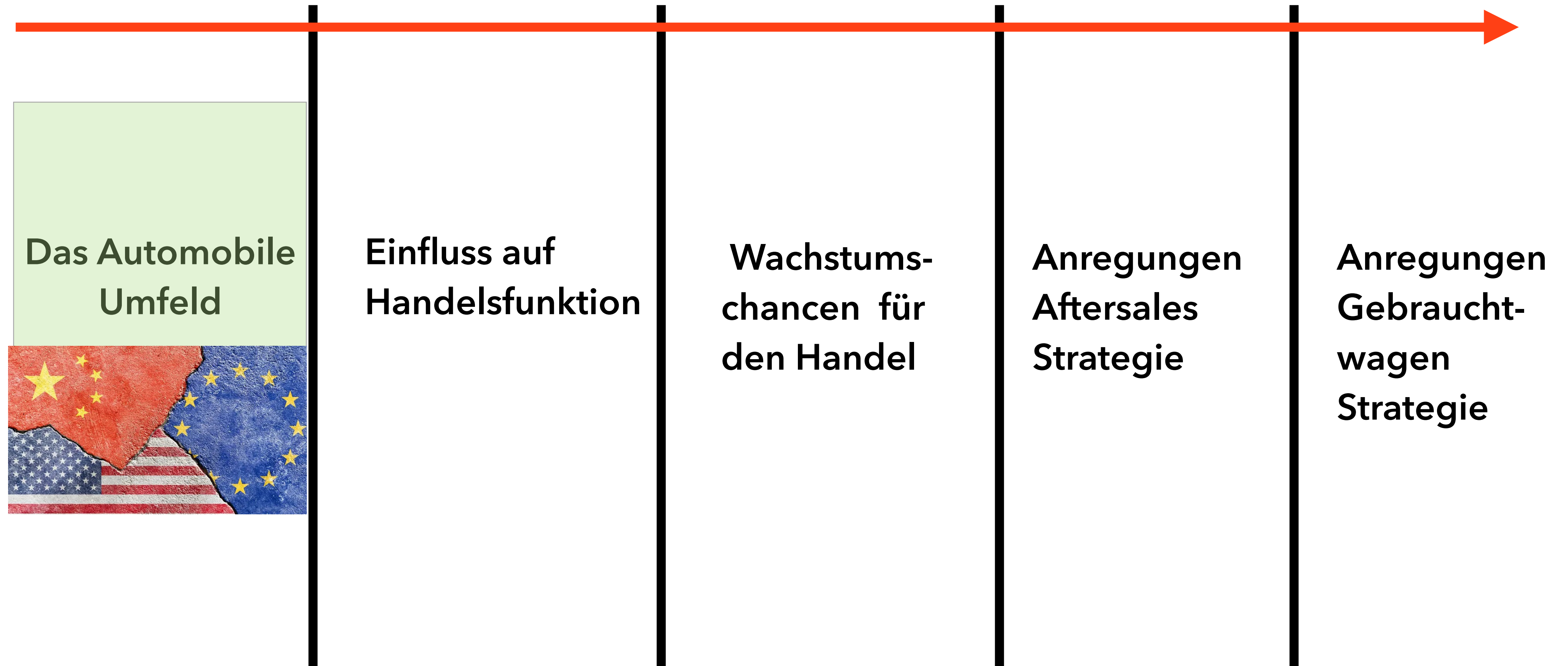
CHANCEN DER TRANSFORMATION IM AUTOHANDEL

JÜRGEN STACKMANN



**TAGUNG VERBAND DER
AUTOMOBILHÄNDLER
DEUTSCHLANDS
KÖLN 05.NOVEMBER 2025**

WORÜBER ICH HEUTE SPRECHEN MÖCHTE

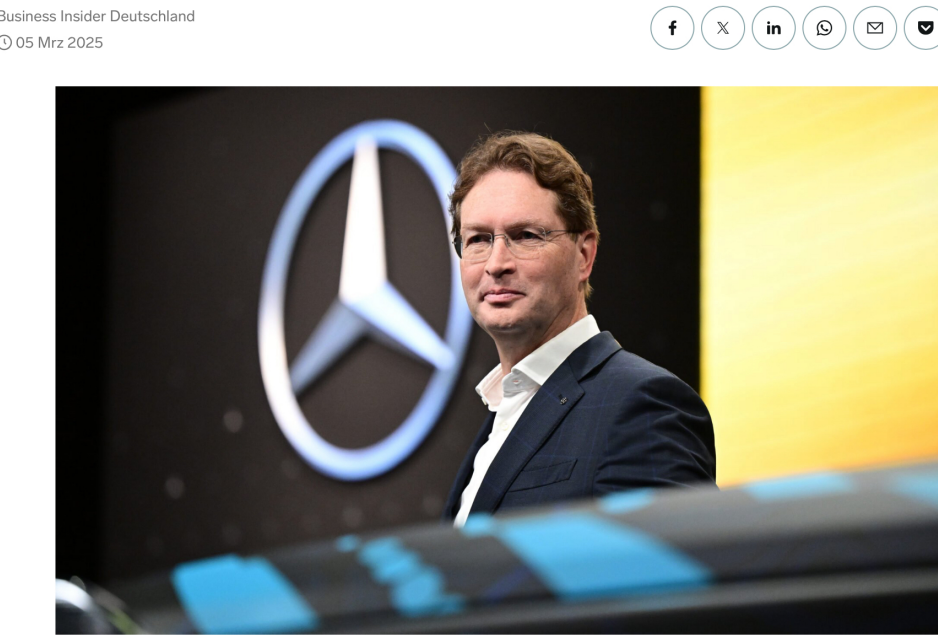


DAS AUTOMOBILE UMFELD EUROPA SITUATION HERSTELLER

JÜRGEN STACKMANN

-> Standortkosten

Umfangreicher Stellenabbau bei Mercedes:
Diese Bereiche sind laut CEO
„überproportional“ betroffen



-> China Speed!

Volkswagen zündet E-Offensive: So soll China zurückerobert werden



Drei seriennahe Konzeptfahrzeuge von VW feiern auf der Automesse in Shanghai Weltpremiere. Mit der neuen Generation smarter Elektrofahrzeuge will die Marke den Neustart im wichtigsten Fahrzeugmarkt der Welt einläuten. Denn in China, wo aktuell lokale Hersteller den Takt vorgeben, verloren deutsche Autobauer zuletzt im Wettbewerb.

-> Investitionsdruck & Strategie

Neue Strategie wegen Krise
**Porsche wirft Elektroziele
über Bord**

Porsche warnt vor einem Gewinneinbruch und verkündet eine neue Strategie: Beliebte Verbrenner sollen noch weit bis in die 2030er-Jahre hergestellt werden. Die ambitionierten Elektroziele werden eingestampft. Das kostet den Konzern mehrere Milliarden Euro.

Publiziert: 22.09.2025 um 11:00 Uhr | Aktualisiert: 22.09.2025 um 13:53 Uhr
Teilen Anhören 106 Kommentieren



-> Ende offener Märkte

Der Zoll-Deal trifft Volkswagen, Mercedes
und BMW ins Mark. Die Autohersteller
müssen sich in den USA jetzt neu aufstellen

Die EU akzeptiert zähneknirschend 15 Prozent Zoll für Exporte in die USA, ohne neue Gegenzölle zu verhängen. Die Abmachung gilt auch für Deutschlands Kernbranche. Was bedeutet die Zeitenwende für sie?

Michael Rasch, Frankfurt
29.07.2025, 05:30 Uhr 5 min Hören Merken Drucken Teilen



OPERATIVES ERGEBNIS 1.HJ EUROPÄISCHE OEM

Mercedes-Benz
Group

-55%

€ 3,6 MRD

BMW Group

-29%

€ 4,0 MRD

VW Group

-33%

€ 4,5MRD

Stellantis

-94%

€ 540 Mio

Renault Group

-10%

€ 1,65 MRD

AKTIENKURSENTWICKLUNG 1.1.-31.10.25



LICHTBLICK

IAA 2025 TECHNIK, DESIGN, PREIS, MARKEN- FOKUS

JÜRGEN STACKMANN



DAS AUTOMOBILE UMFELD EUROPA WORAUF ES WOHL HINAUSLÄUFT...

JÜRGEN STACKMANN



DAS AUTOMOBILE UMFELD EUROPA WAS DAS FÜR DEN HANDEL BEDEUTET.

JÜRGEN STACKMANN

Amplituten ignorieren !
Nur nicht Kirre machen lassen..

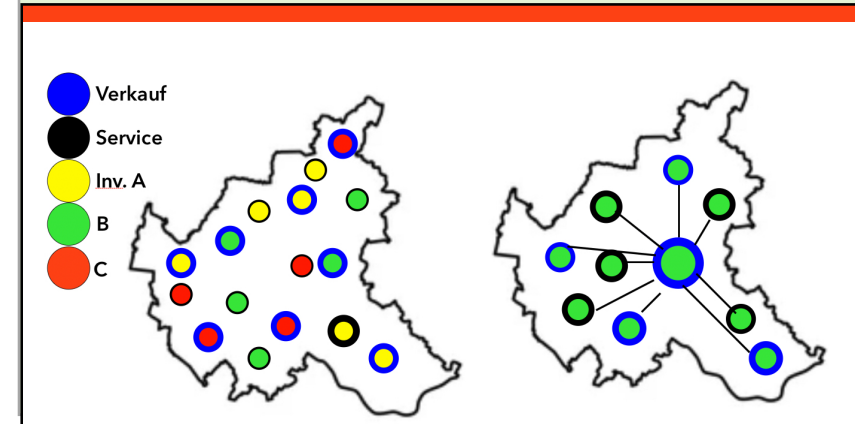


Kostendruck kommt auch im Handel an.

ZIELE MEINER PRÄSENTATION

Das Automobile
Umfeld

Einfluss auf
Handelsfunktion



Wachstums-
chancen für
den Handel

Anregungen
Aftersales
Strategie

Anregungen
Gebraucht-
wagen
Strategie

ENTWICKLUNGEN HANDEL IN EUROPA

HABEN

-> solide aber
sinkende Profits,
grosse Varianz in
Marken

-> Agentur und
Direct Sales
scheitern im
Volumenmarkt

-> Fuhrpark auf
Rekordhoch, stark
alternd

-> Service durch
hohe Preise noch
stabil

-> GW durch
COVID neu im
Focus

ENTWICKLUNGEN HANDEL IN EUROPA

SOLL



ENTWICKLUNGEN HANDEL IN EUROPA

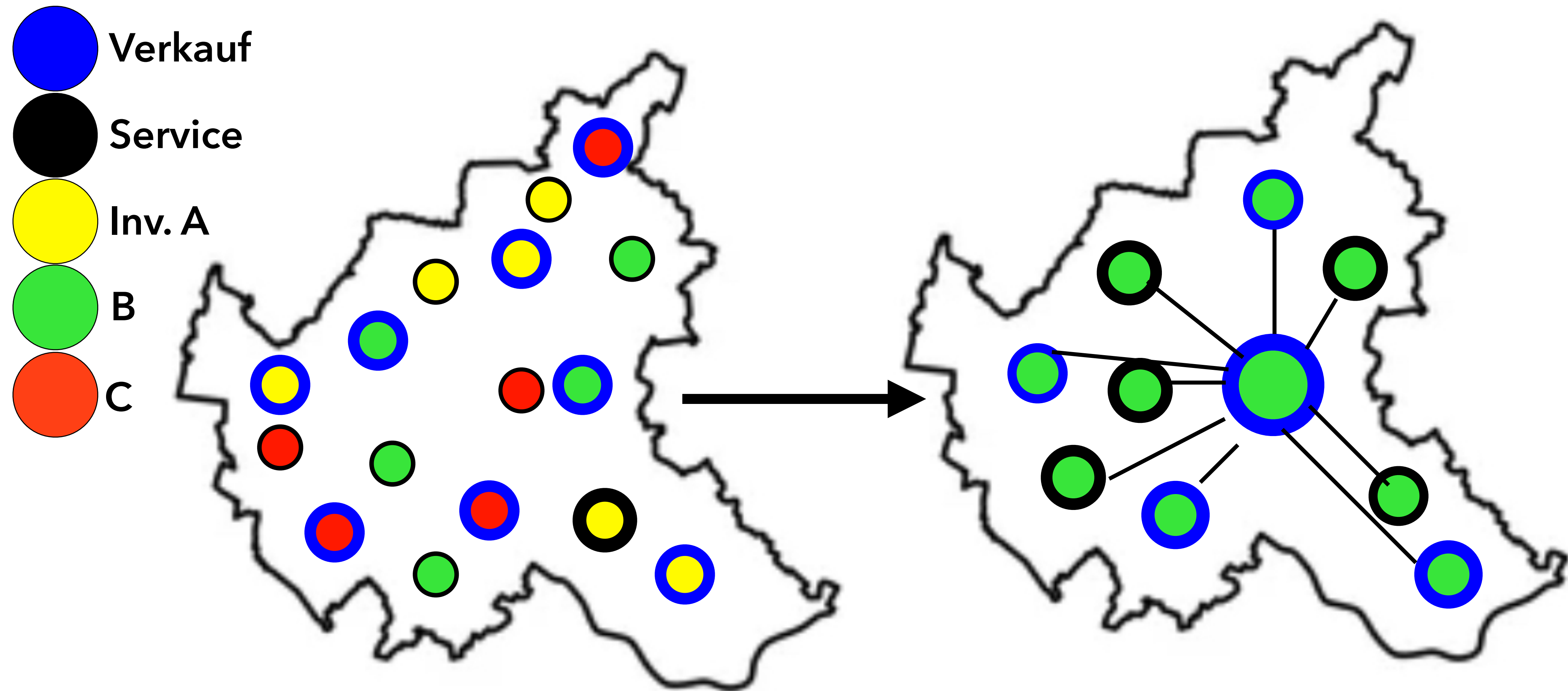
NETZ-TRENDS GROSSE HERSTELLER

-> Investoren:
Wachsen oder raus!

-> Netz:
mehr Abstand, Hub
and Spoke, flexible
Formate

-> Netzkosten =
Margenreduzierungs-
potenzial

-> Regionale
Dominanz wird
akzeptiert



ZIELE MEINER PRÄSENTATION

Das Automobile
Umfeld

Einfluss auf
Handelsfunktion

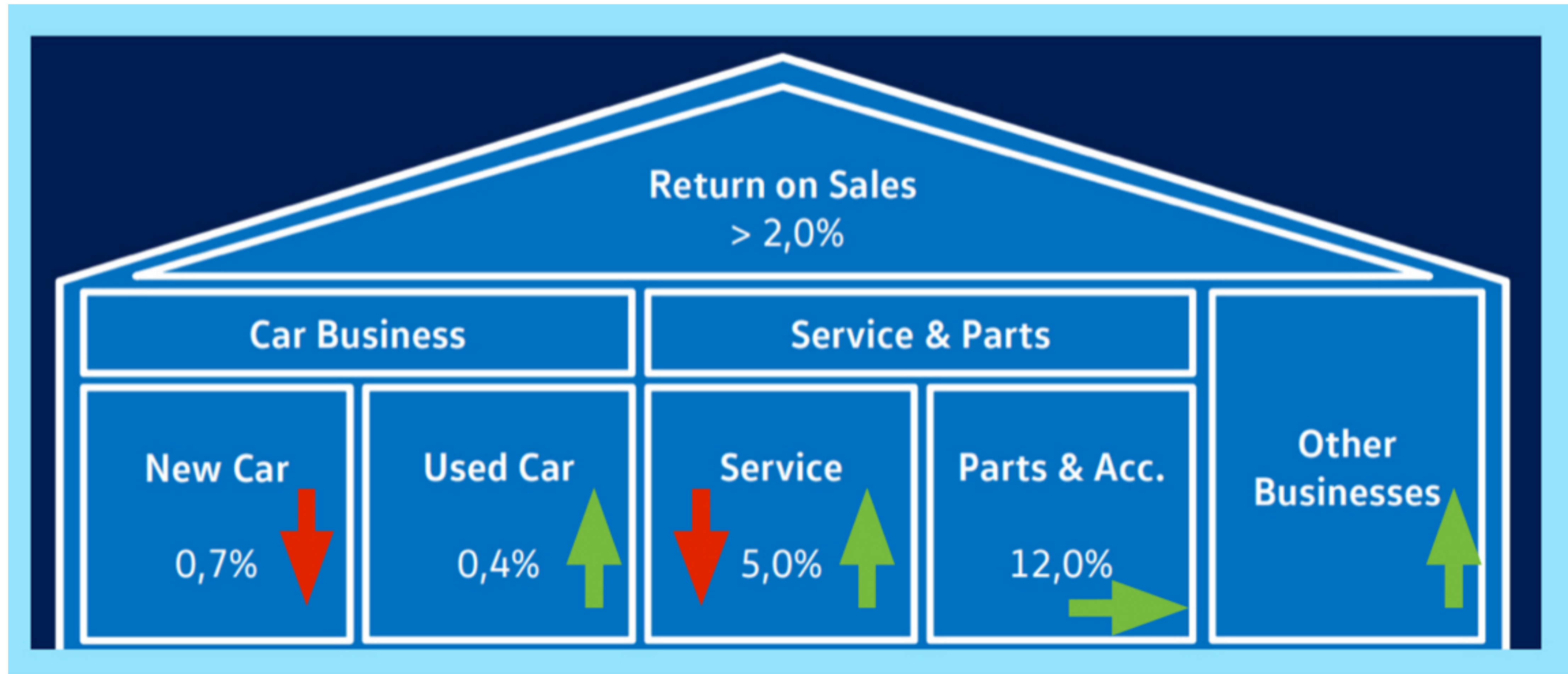
Wachstums-
chancen für
den Handel

Anregungen
Aftersales
Strategie

Anregungen
Gebraucht-
wagen
Strategie



WACHSTUMS-CHANCEN IM HANDEL



NEUWAGEN

WACHSTUM NUR ÜBER MARKE ODER ZUKAUF

-> Druck auf Marge
wächst weiter:

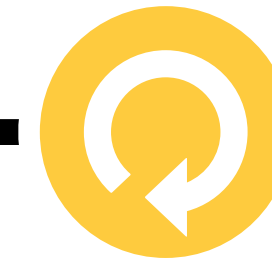
Hersteller drücken
relative und
absolute Marge

-> Flottenanteil
wächst:

Einzelkunden
werden zur
Ausnahme

-> Effizienz und
Produktivität vs.
Kundennähe

-> Leasing wird
dominante
Angebotsform.



WIRTSCHAFTLICHE SITUATION

FRAGE: DER MITTELFRISTIGE RELATIVE BEITRAG VON **NEUWAGEN** FÜR MEIN ERGEBNIS / ERGEBNIS NETZ

	Sinkt stark	Sinkt	Neutral	Steigt	Steigt stark
Hersteller		2	2	1	
Handel		8	4	2	

FRAGE: DER MITTELFRISTIGE RELATIVE BEITRAG VON **GEBRAUCHTWAGEN** FÜR MEIN ERGEBNIS / ERGEBNIS NETZ

	Sinkt stark	Sinkt	Neutral	Steigt	Steigt stark
Hersteller			1	4	
Handel			2	11	1

WIRTSCHAFTLICHE SITUATION

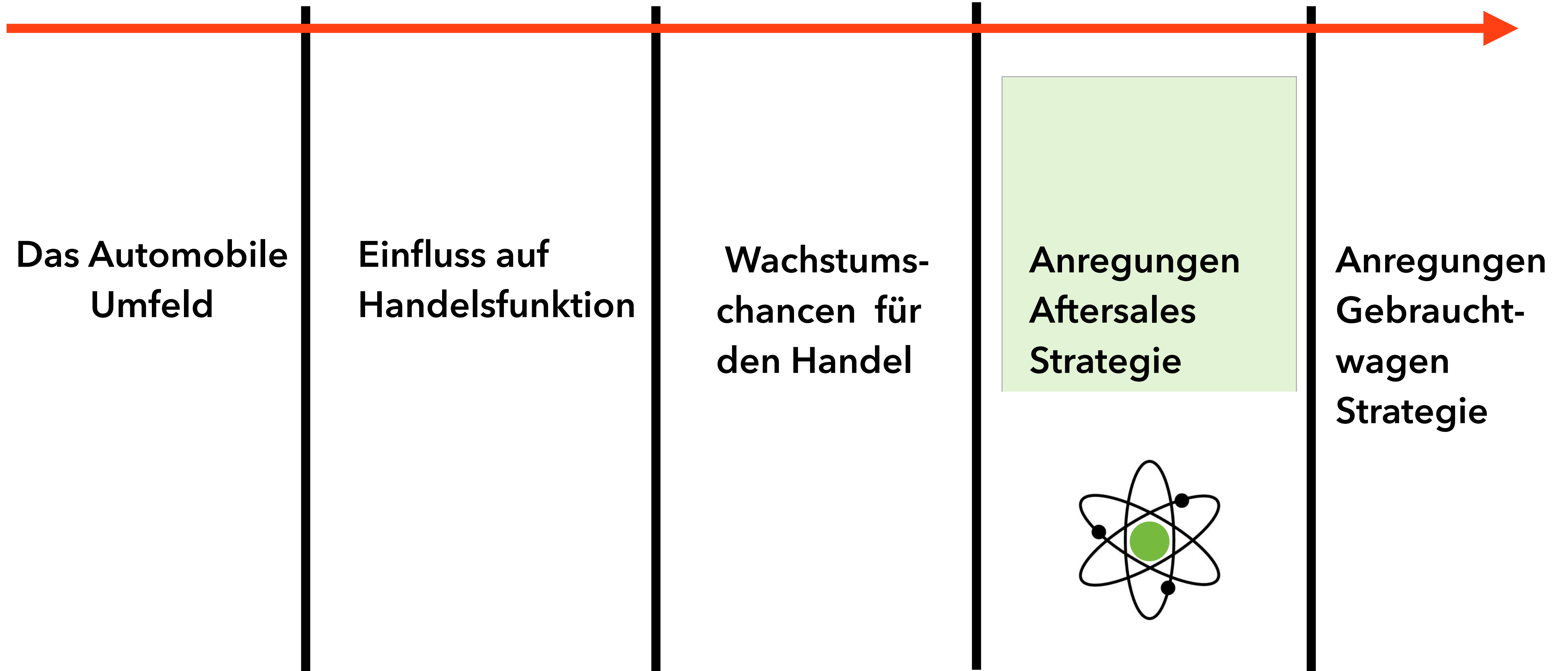
FRAGE: DER MITTELFRISTIGE RELATIVE BEITRAG VON FINANZ-DL FÜR MEIN ERGEBNIS / ERGEBNIS NETZ

	Sinkt stark	Sinkt	Neutral	Steigt	Steigt stark
Hersteller				5	
Handel	3			11	

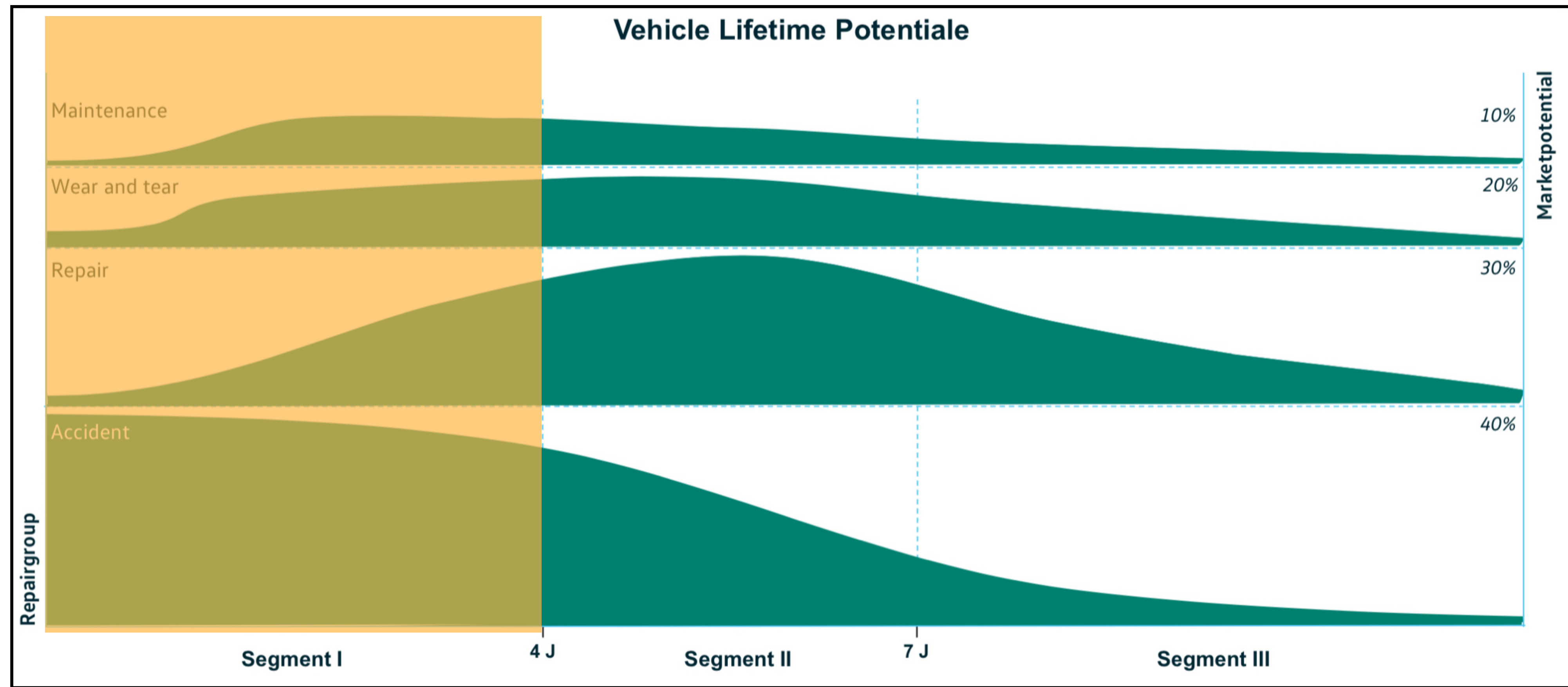
FRAGE: DER MITTELFRISTIGE RELATIVE BEITRAG VON AFTERSALES FÜR MEIN ERGEBNIS / ERGEBNIS NETZ

	Sinkt stark	Sinkt	Neutral	Steigt	Steigt stark
Hersteller			2	2	1
Handel	1		4	10	

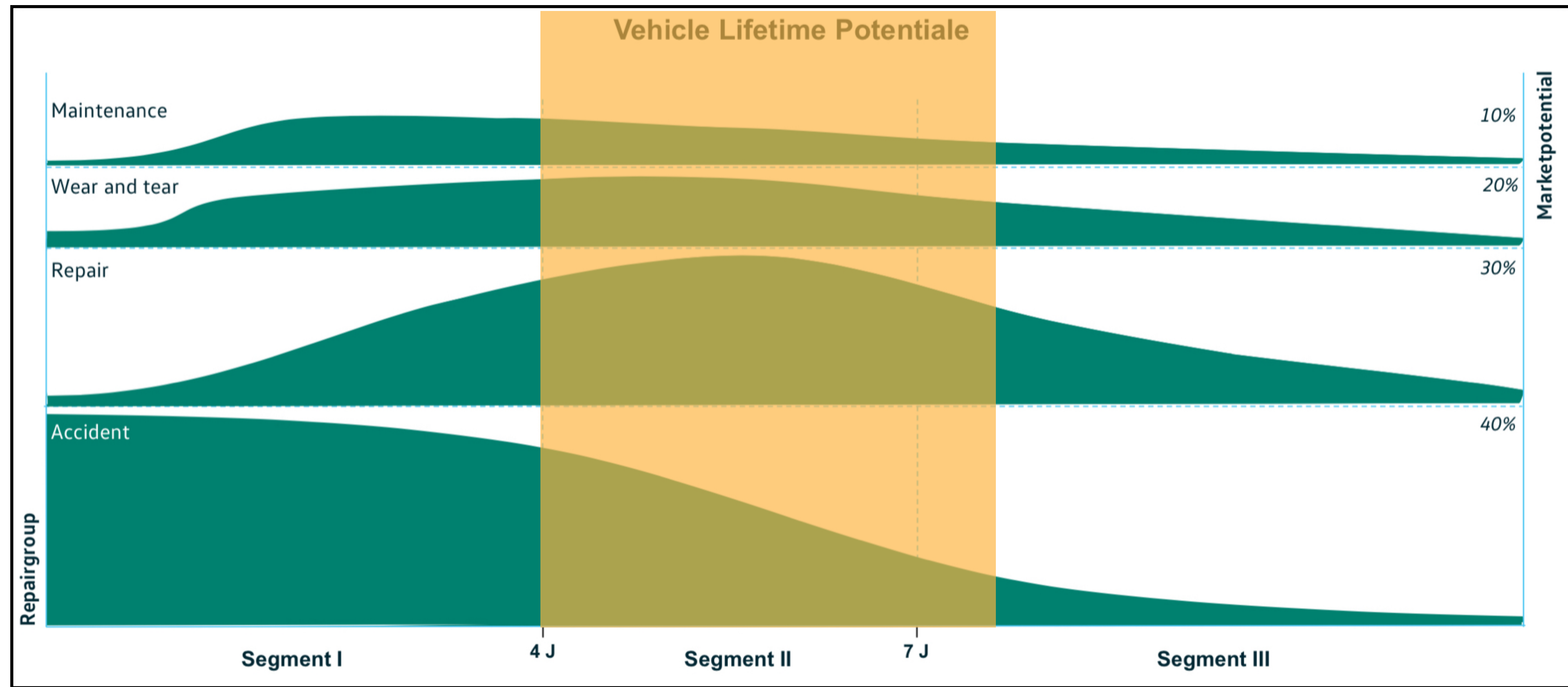
ZIELE MEINER PRÄSENTATION



SEGMENT 1: HÖCHSTE WERTSCHÖPFUNG IN K&L SOWIE WARTUNG



SEGMENT 2: HÖCHSTE WERTSCHÖPFUNG IM REPARATURGESCHÄFT



SERVICE- UND TEILE DEEPDIVE RESSORT GEWICHT STÄRKEN



SERVICE- UND TEILE DEEPPDIVE

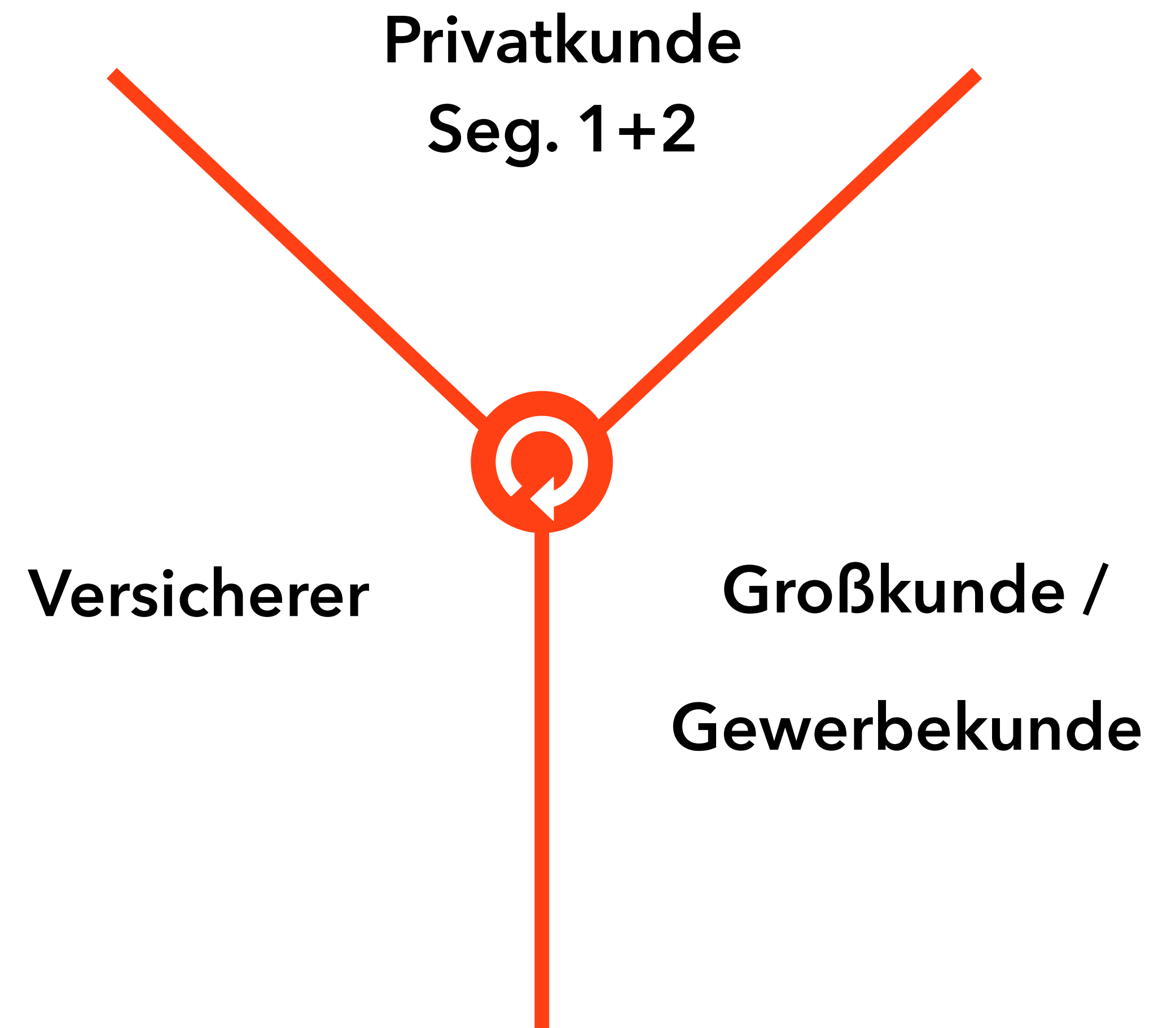
FOCUS AUF WERTSCHÖPFUNG + PRODUKTIVITÄT

JÜRGEN STACKMANN

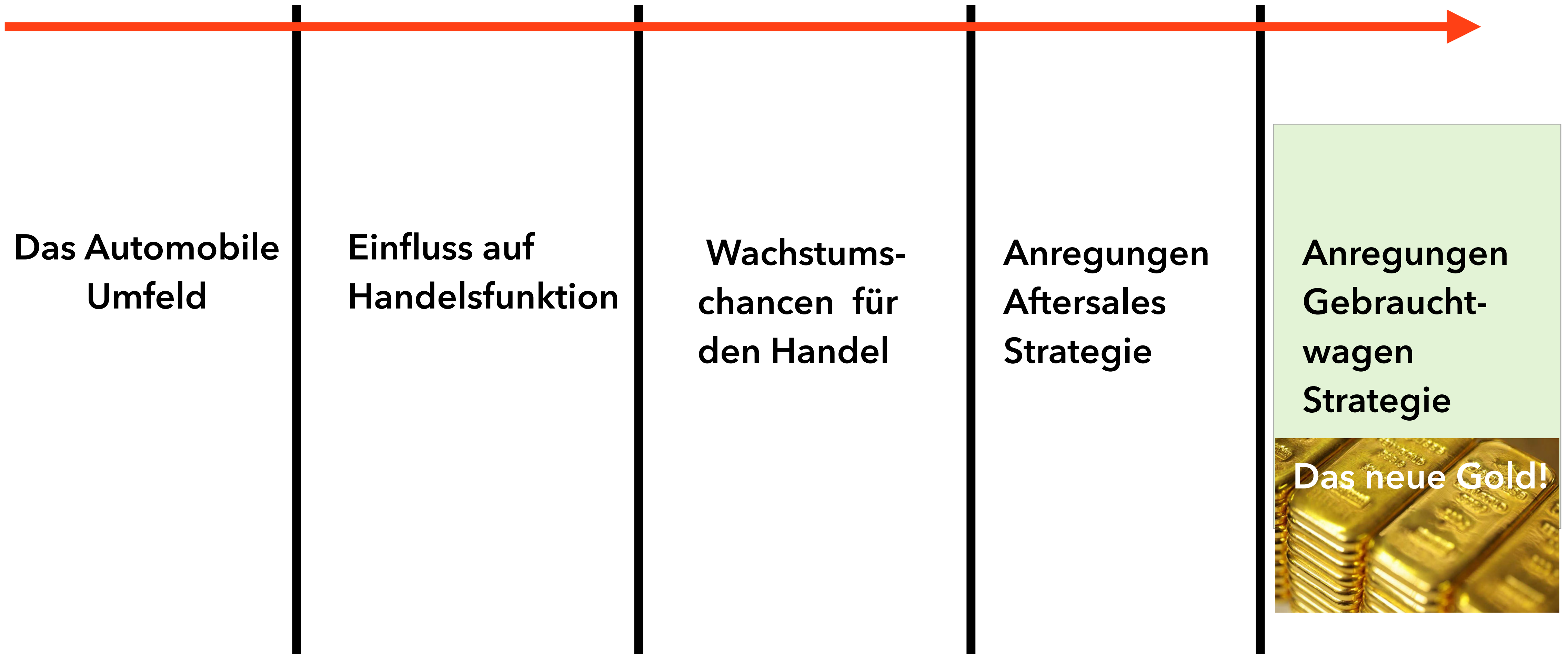


SERVICE- UND TEILE DEEPPDIVE DEDIZIERTE STRATEGIE PRO KUNDENSEGMENT

JÜRGEN STACKMANN

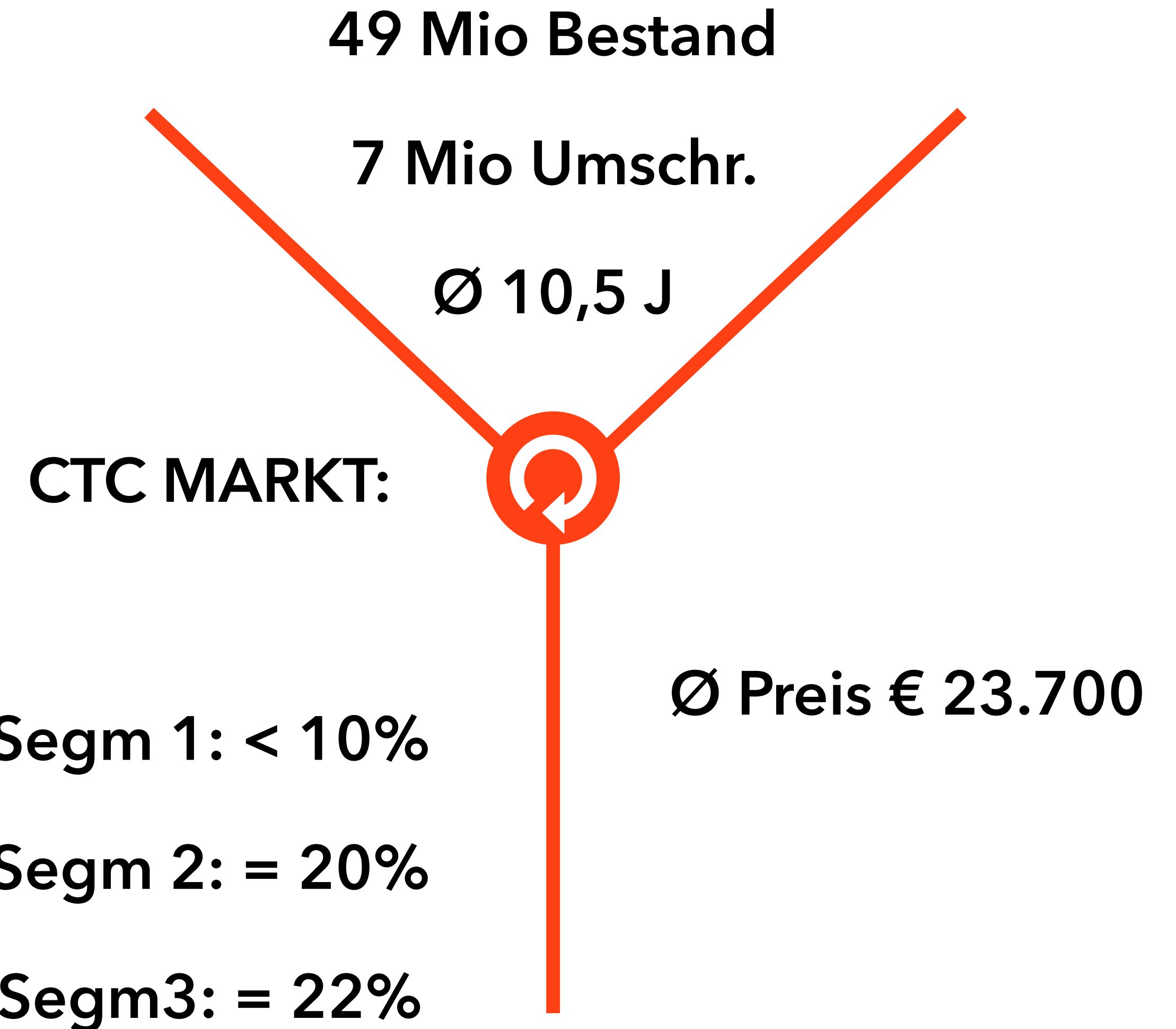


ZIELE MEINER PRÄSENTATION

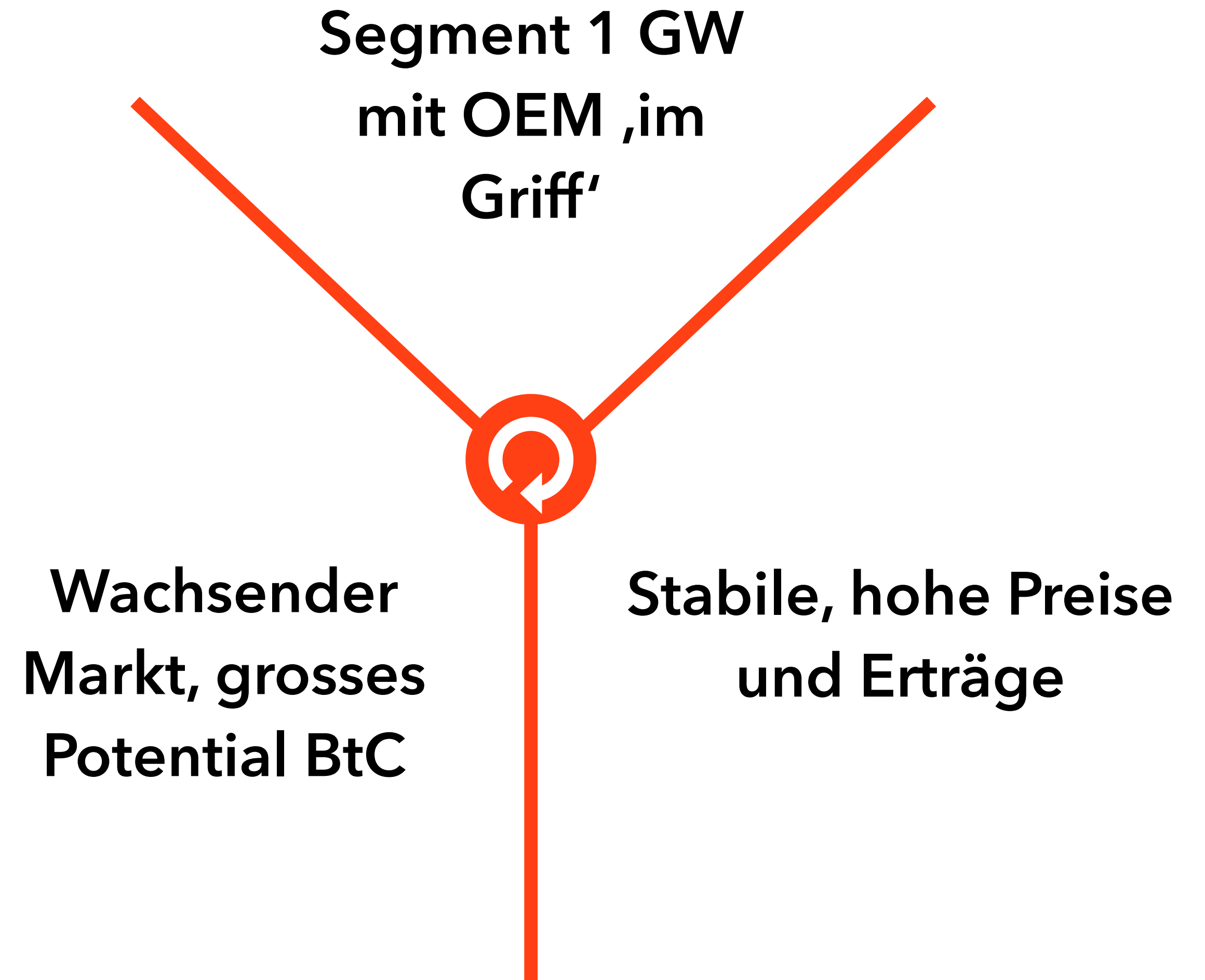


GEBRAUCHT- WAGEN

FACTS

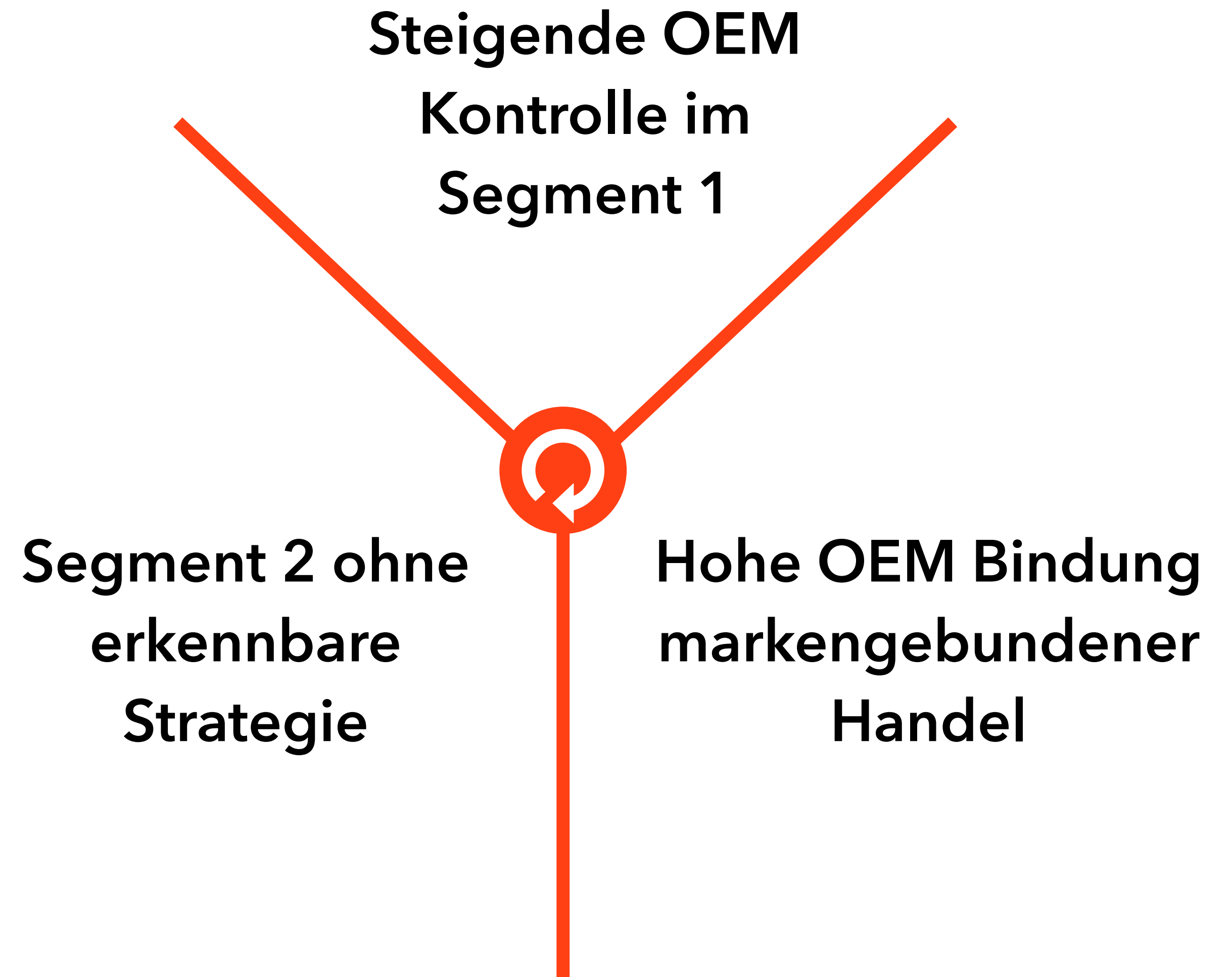


DEEP DIVE GEBRAUCHT- WAGEN HABEN



DEEP DIVE GEBRAUCHT- WAGEN

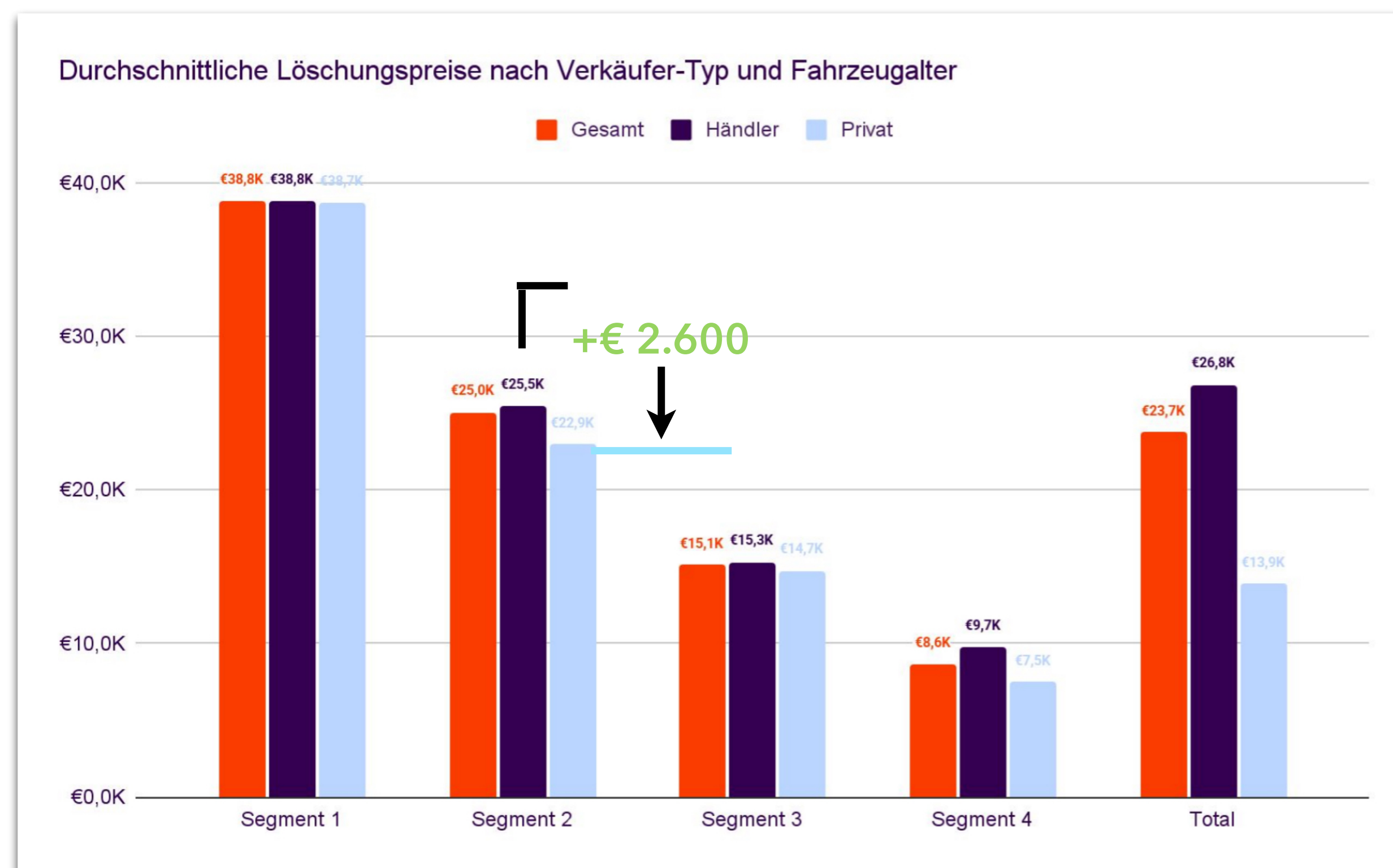
SOLL



Löschungspreise nach Verkäufertyp & Fahrzeugalter

Confidential

Händler erzielen höchste Löschungspreise in allen Segmenten*



- Im Segment 1 (0-3 Jahre) zeigen Händler und Privatpersonen nahezu identische Löschungspreise, was auf eine marktkonforme Preisfindung in diesem Segment hindeutet.
- Im Segment 4 (12+ Jahre) erreicht die Preisdifferenz ihren Höhepunkt – Privatpersonen löschen Inserate durchschnittlich 22.7% unter dem Händlerniveau.
- 52.3% aller Privatlösungen konzentrieren sich auf Altfahrzeuge (vs. 17.3% bei Händlern), was die erhebliche Gesamtpreisdifferenz zwischen den Verkäufertypen maßgeblich erklärt.

7

*Segment 1: 0-3 Jahre, Segment 2: 4-7 Jahre, Segment 3: 8-11 Jahre, Segment 4: 12+ Jahre

mobile.de

Ein Vergleich der Händlertypen

Confidential

Markengebundener Handel vs. freier Handel

Segment 1 (0-3 Jahre)

Markenhandel*

65.3%

Anteil an den Löschungen
des markengebundenen
Gebrauchtwagenhandels.

vs.

Freier Handel

31.7%

Anteil an den Löschungen
des freien Gebrauchtwagenhandels.

Segment 2 (4-7 Jahre)

Markenhandel*

29.7%

Anteil an den Löschungen
des markengebundenen
Gebrauchtwagenhandels.

vs.

Freier Handel

33.9%

Anteil an den Löschungen
des freien Gebrauchtwagenhandels.

Segment 3 (8-11 Jahre)

Markenhandel*

3.7%

Anteil an den Löschungen
des markengebundenen
Gebrauchtwagenhandels.

vs.

Freier Handel

15.7%

Anteil an den Löschungen
des freien Gebrauchtwagenhandels.

Segment 4 (12+ Jahre)

Markenhandel*

1.3%

Anteil an den Löschungen
des markengebundenen
Gebrauchtwagenhandels.

vs.

Freier Handel

18.6%

Anteil an den Löschungen
des freien Gebrauchtwagenhandels.

6

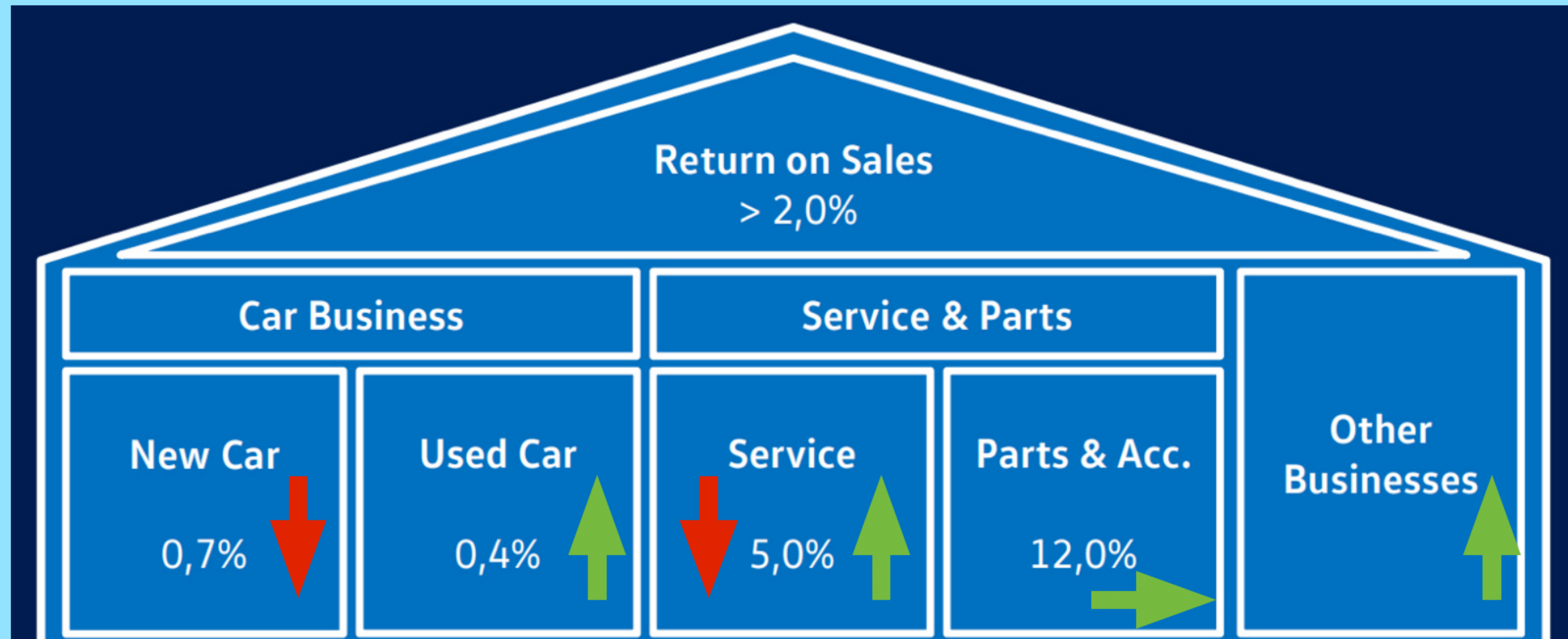
*Klassische Vertragshändler, Servicepartner mit Markenbindung, Niederlassungen der Hersteller

mobile.de

DEEP DIVE GEBRAUCHTWAGEN RICHTUNGS- ENTSCHEIDUNGEN



FUTURE POTENTIAL BY BUSINESS AREA - RETAILER PERSPECTIVE



VIELEN DANK!

SCHREIBEN SIE MIR UNTER:

JUERGEN.STACKMANN1@GMAIL.COM

