

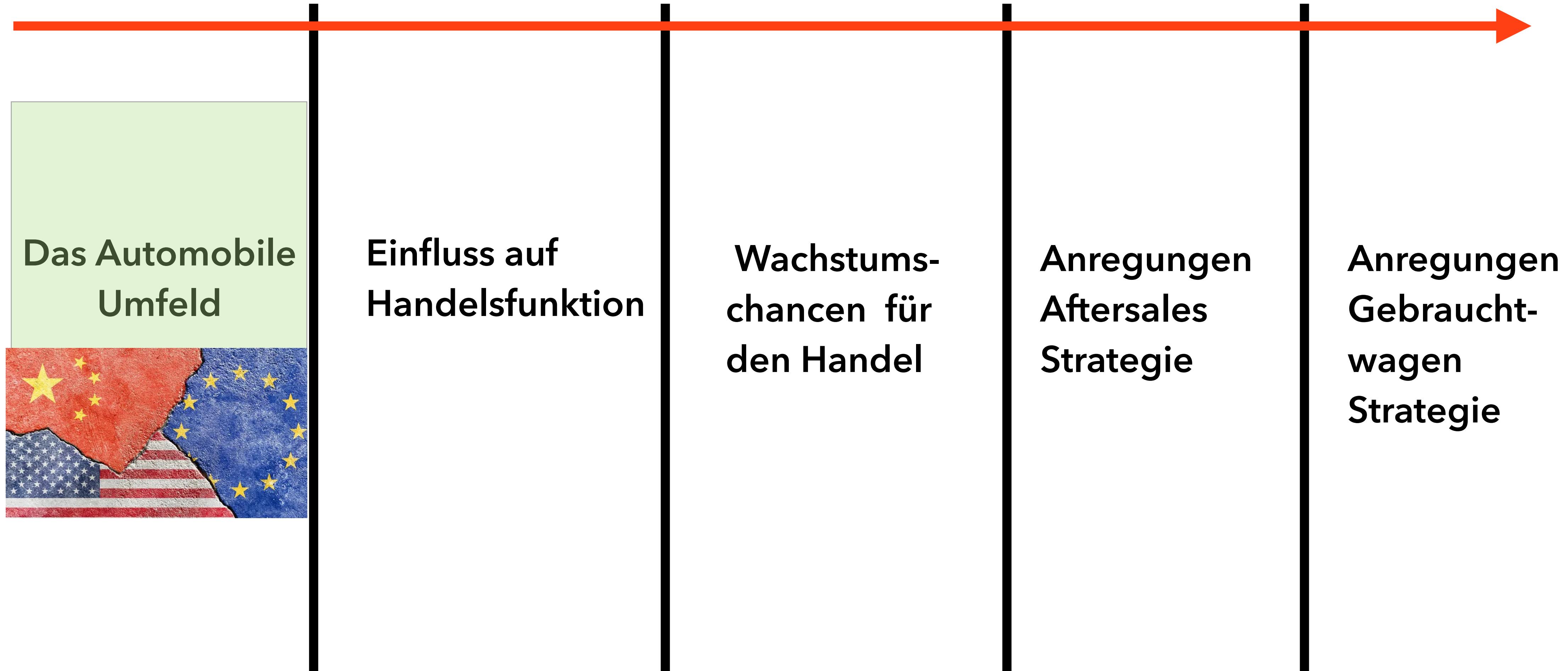
CHANCEN DER TRANSFORMATION IM AUTOHANDEL

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

Business Insider Deutschland
© 05 Mrz 2025



-> China Speed!

Volkswagen zündet E-Offensive: So soll China zurückerobert werden



Volkswagen | Elektrofahrzeuge | China | Auto Shanghai 2025

23.04.2025, 16:38 · Annalena Götz



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



Kommentieren



-> Ende offener
Märkte

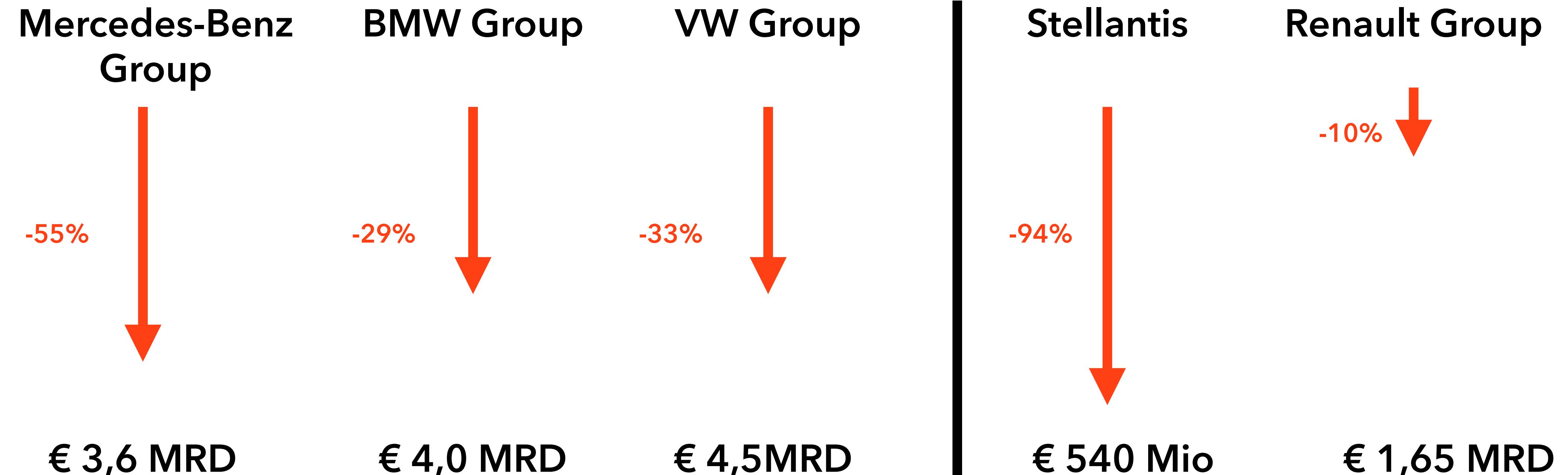
Der Zoll-Deal trifft Volkswagen, Mercedes und BMW ins Mark. Die Autohersteller müssen sich in den USA jetzt neu aufstellen

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



OPERATIVES ERGEBNIS 1.HJ EUROPÄISCHE OEM



AKTIENKURSENTWICKLUNG 1.1.-31.10.25



Quelle: DAX

JÜRGEN STACKMANN

LICHTBLICK

IAA 2025
TECHNIK, DESIGN, PREIS, MARKEN-
FOKUS

JÜRGEN STACKMANN



DAS AUTOMOBILE UMFELD EUROPA WORAUF ES WOHL HINAUSLÄUFT...

JÜRGEN STACKMANN

-> Standort
Deutschland
verliert

-> Multitraktion im
Focus

-> US Markt mit
hohen Hürden

-> China In China
(for the world)



DAS AUTOMOBILE UMFELD EUROPA WAS DAS FÜR DEN HANDEL BEDEUTET.

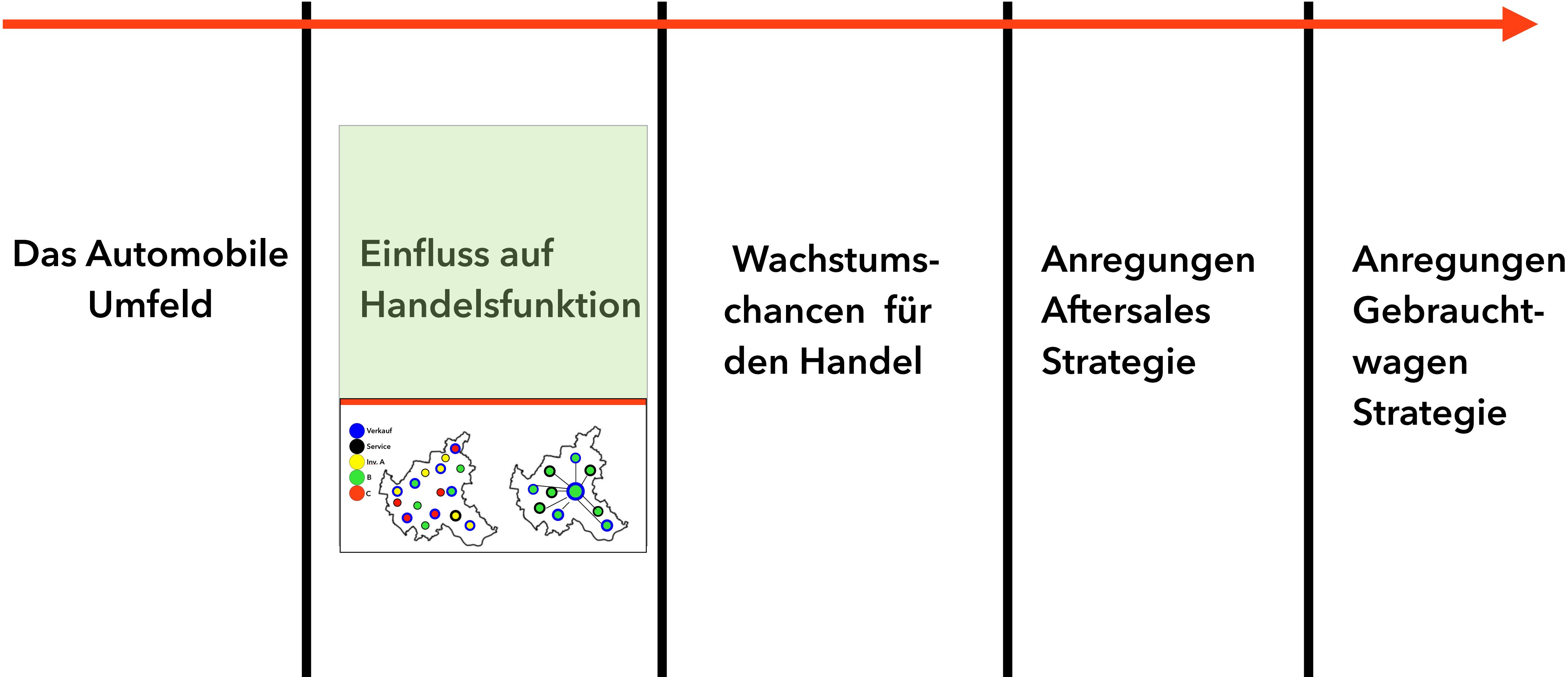
JÜRGEN STACKMANN

Amplituden ignorieren !
Nur nicht Kirre machen lassen..



Kostendruck kommt auch im Handel an.

ZIELE MEINER PRÄSENTATION



ENTWICKLUNGEN HANDEL IN EUROPA

HABEN

JÜRGEN STACKMANN

-> solide aber
sinkende Profits,
grosse Varianz in
Marken

-> Fuhrpark auf
Rekordhoch, stark
alternd

-> Agentur und
Direct Sales
scheitern im
Volumenmarkt

-> Service durch
hohe Preise noch
stabil

-> GW durch
COVID neu im
Focus



ENTWICKLUNGEN HANDEL IN EUROPA

SOLL

-> Kosten steigen
rasant!

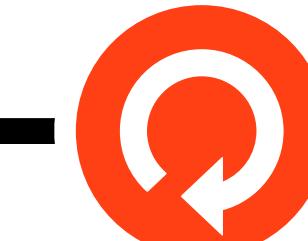
-> Prozess-
digitalisierung nicht
umgesetzt

-> Netz in D noch
immer over-
dealered!

-> Neuwagen
Marge sinkt

-> GW Markt
professionalisiert
sich

-> Druck auf Service
kommt erst!



ENTWICKLUNGEN HANDEL IN EUROPA

NETZ-TRENDS GROSSE HERSTELLER

JÜRGEN STACKMANN

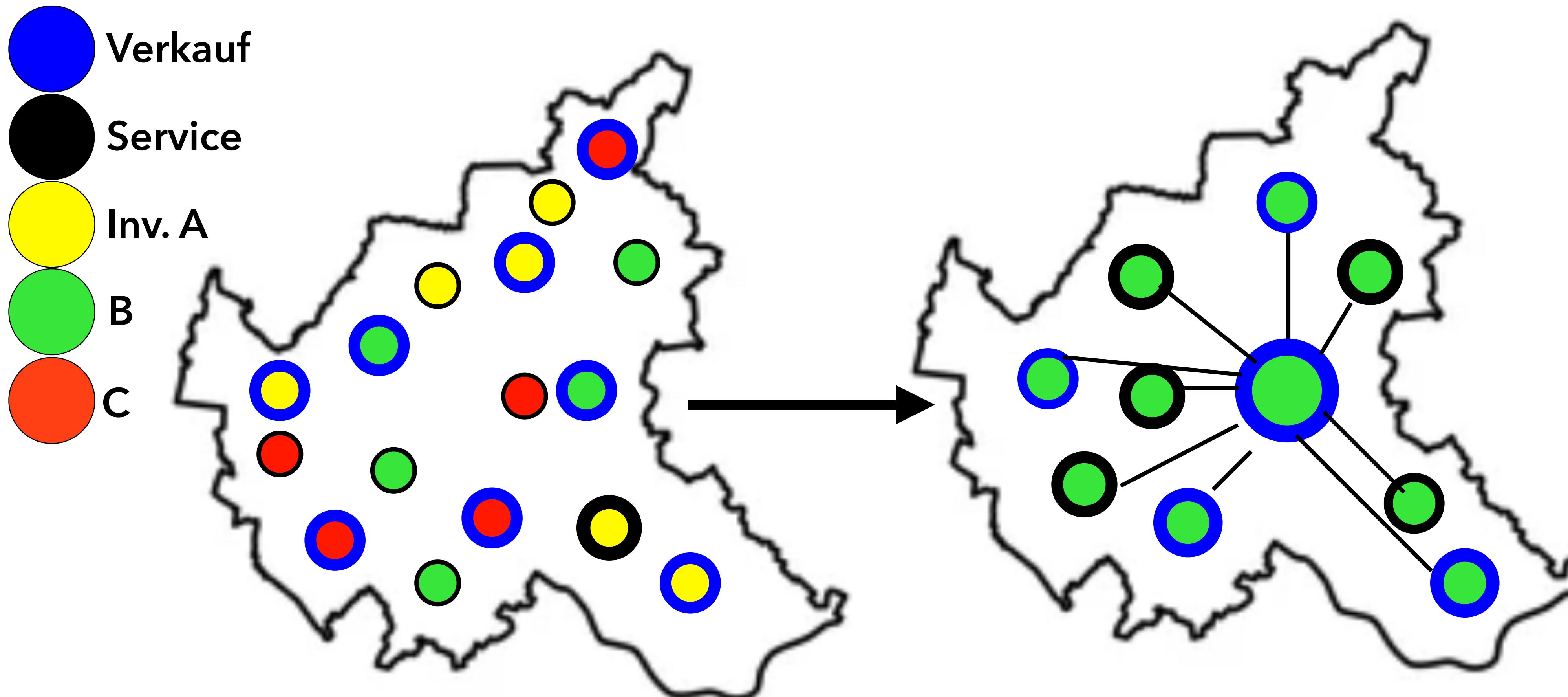
-> Investoren:
Wachsen oder raus!

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

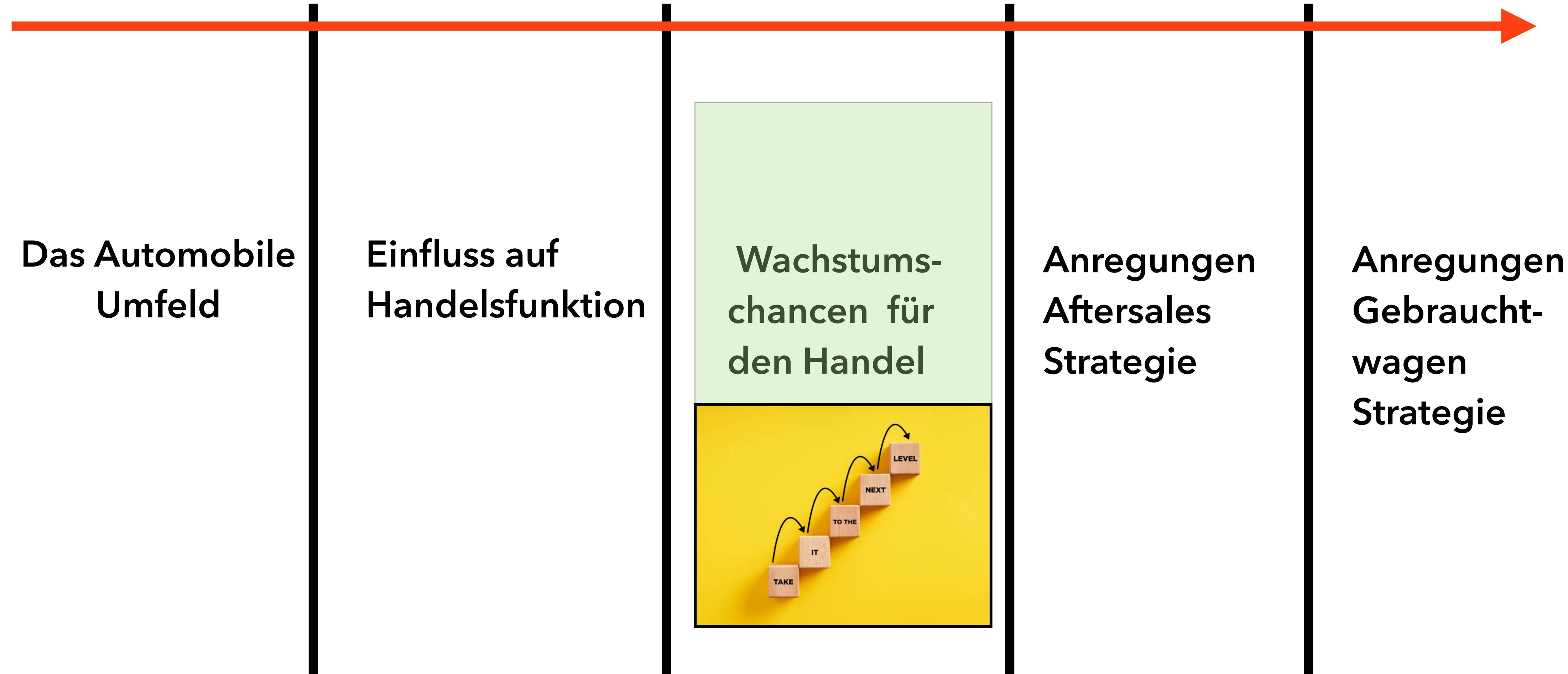
-> Netzkosten =
**Margenreduzierungs
-potenzial**

-> Regionale
**Dominanz wird
akzeptiert**

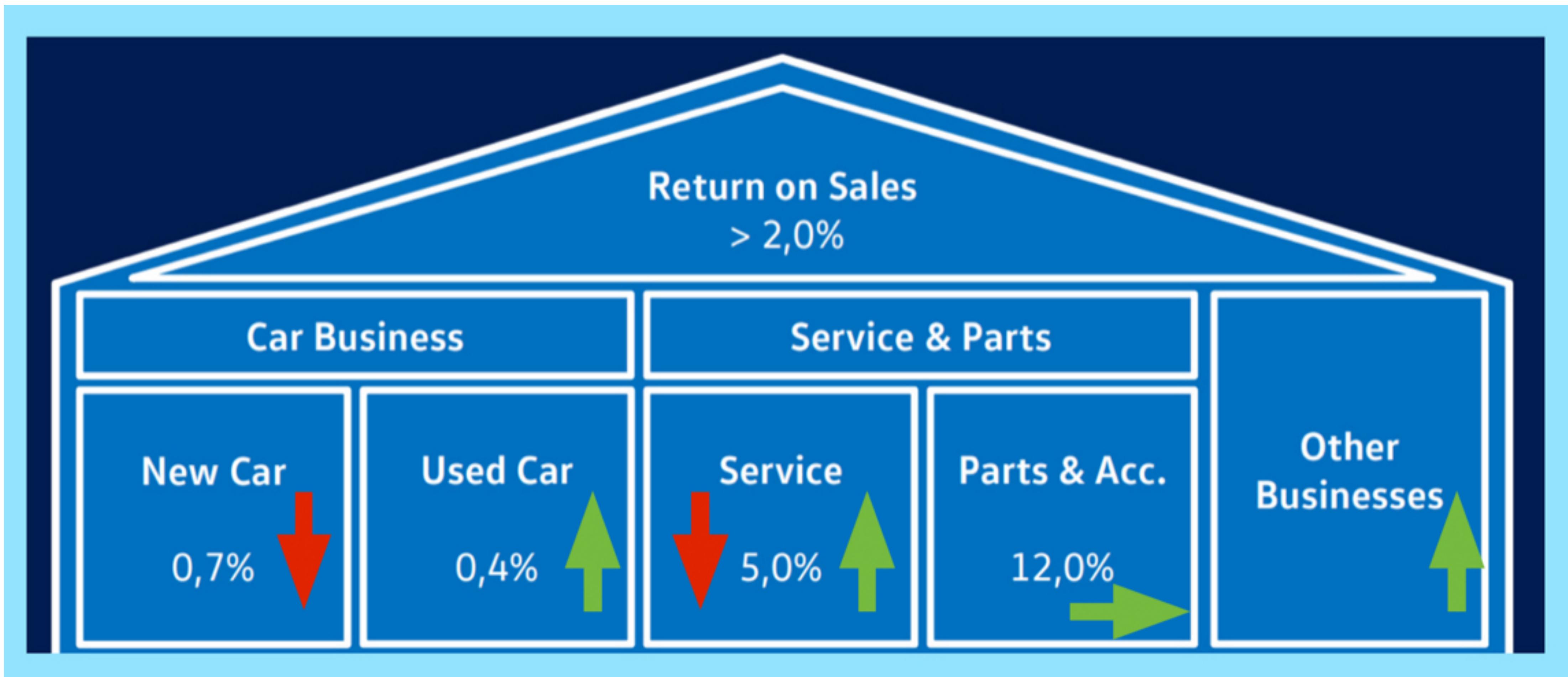




ZIELE MEINER PRÄSENTATION



WACHSTUMS-CHANCEN IM HANDEL



NEUWAGEN

WACHSTUM NUR ÜBER MARKE ODER ZUKAUF

-> Druck auf Marge
wächst weiter:

Hersteller drücken
relative und
absolute Marge

-> Effizienz und
Produktivität vs.
Kundennähe

-> Flottenanteil
wächst:

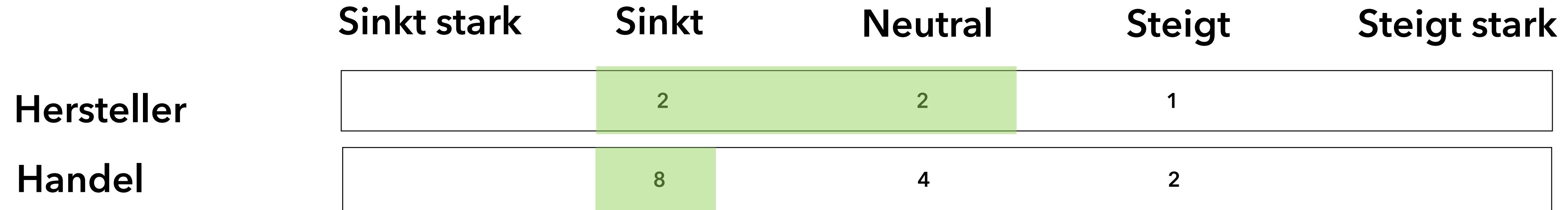
Einzelkunden
werden zur
Ausnahme

-> Leasing wird
dominante
Angebotsform.

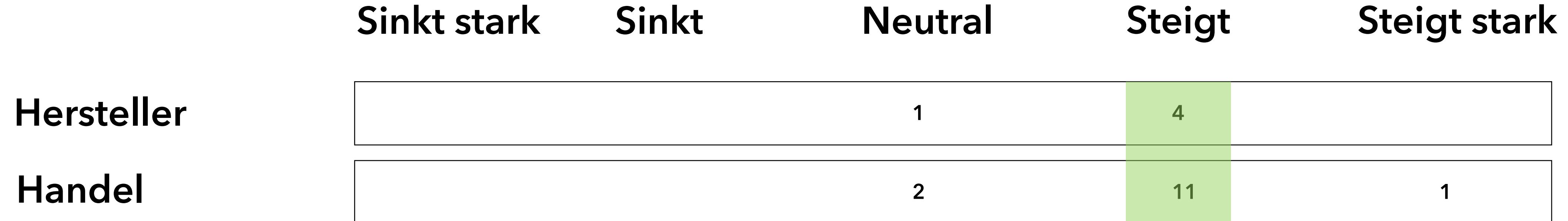


WIRTSCHAFTLICHE SITUATION

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



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



WIRTSCHAFTLICHE SITUATION

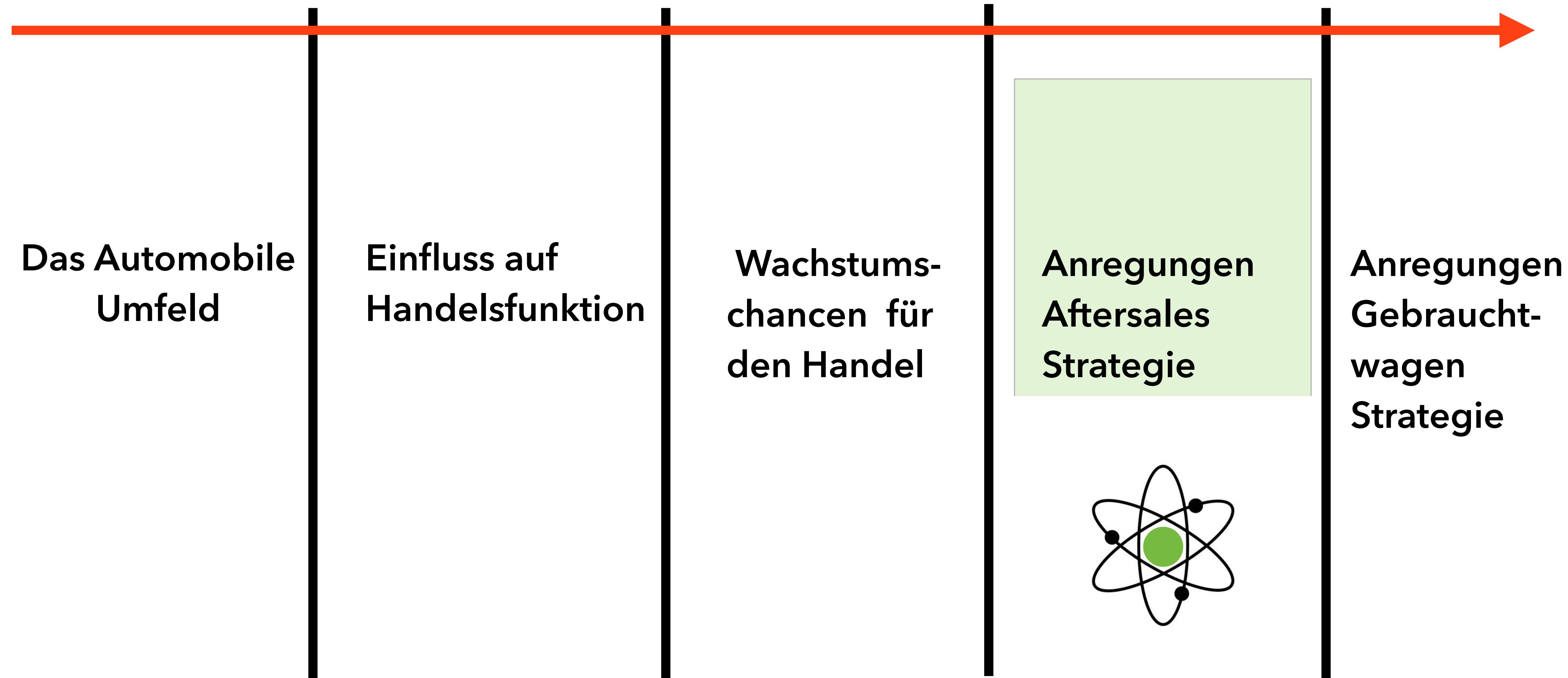
FRAGE: DER MITTELFRISTIGE RELATIVE BEITRAG VON FINANZ-DL FÜR MEIN ERGEBNIS / ERGEBNIS NETZ

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

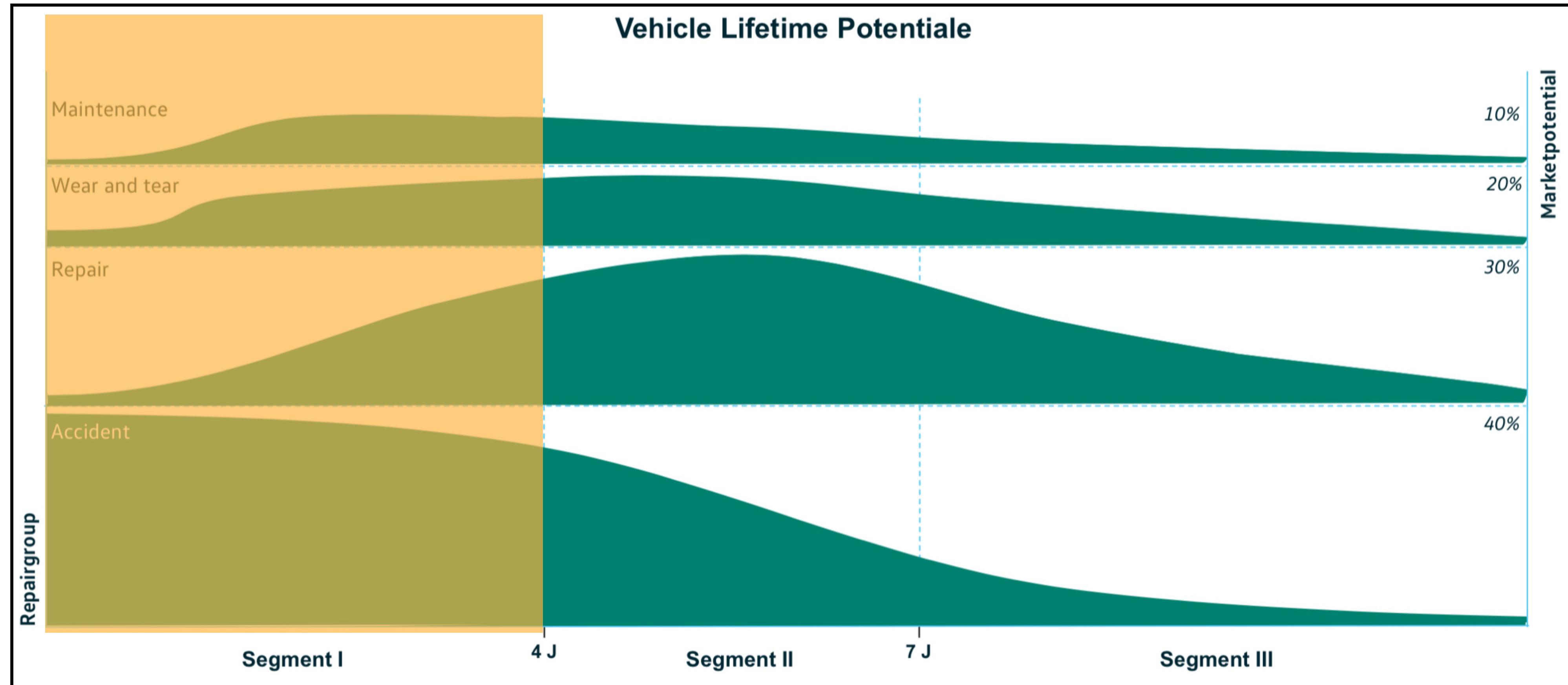
FRAGE: DER MITTELFRISTIGE RELATIVE BEITRAG VON AFTERSALES FÜR MEIN ERGEBNIS / ERGEBNIS NETZ

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

ZIELE MEINER PRÄSENTATION

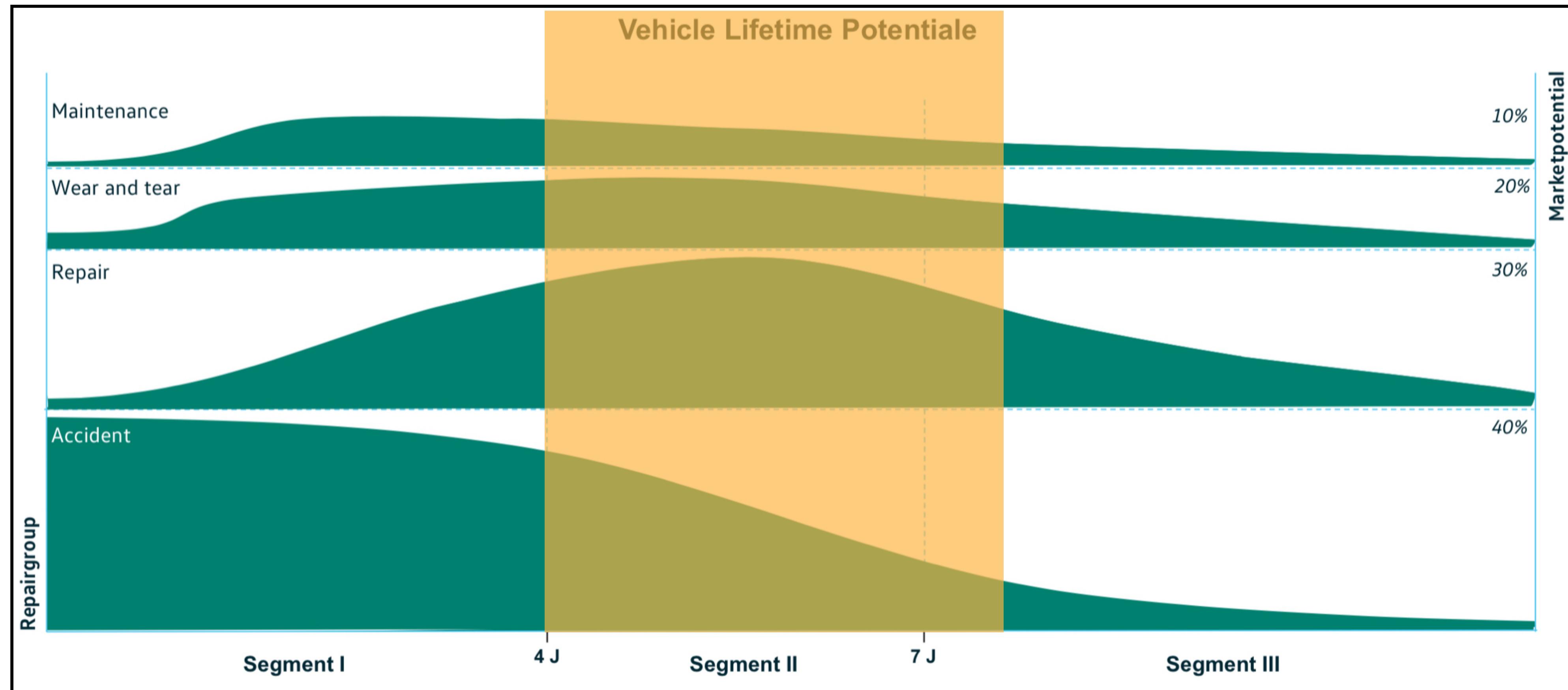


SEGMENT 1: HÖCHSTE WERTSCHÖPFUNG IN K&L SOWIE WARTUNG



JÜRGEN STACKMANN / QUELLE: VW

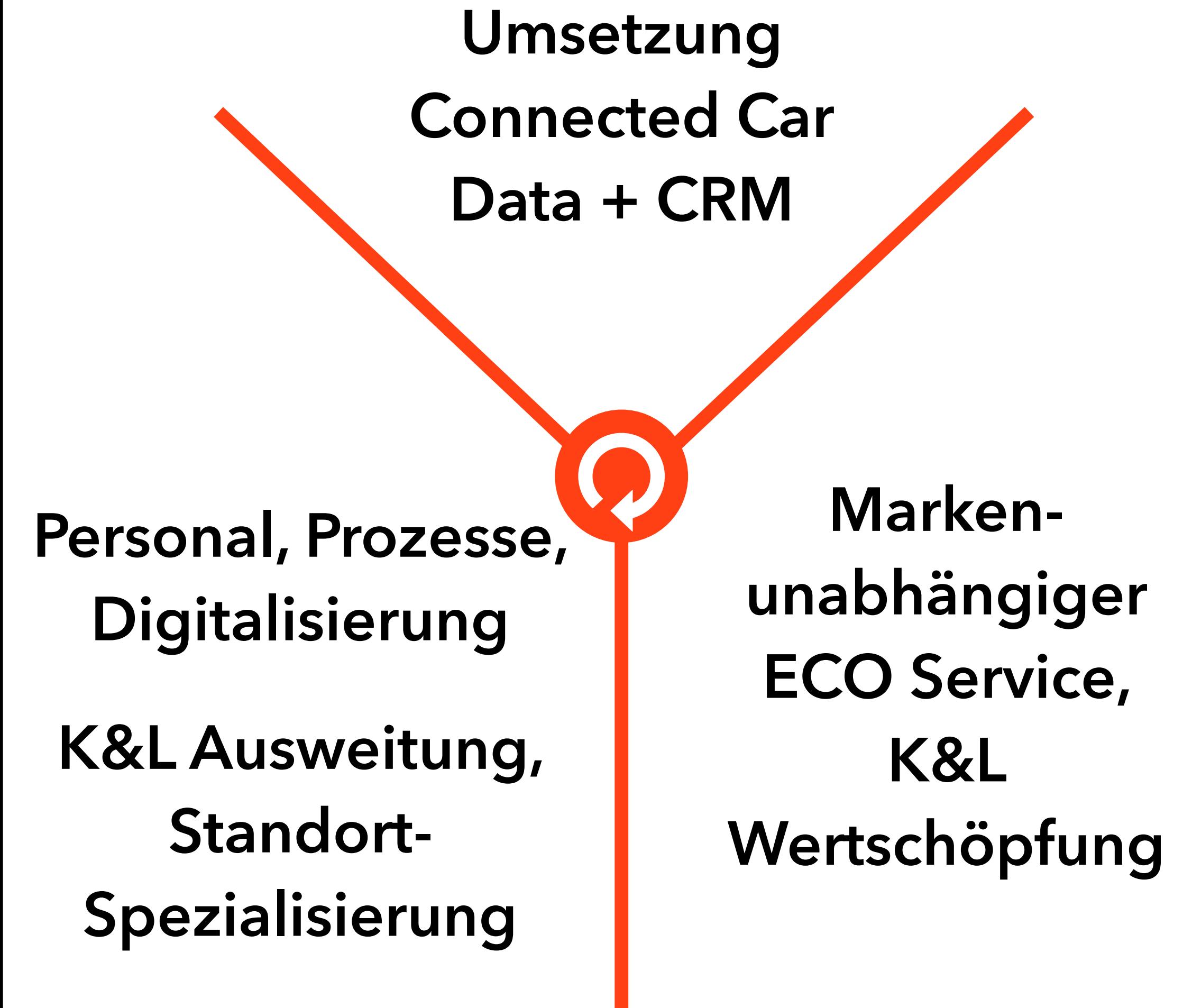
SEGMENT 2: HÖCHSTE WERTSCHÖPFUNG IM REPARATURGESCHÄFT



SERVICE- UND TEILE DEEPPDIVE RESSORT GEWICHT „STÄRKEN“

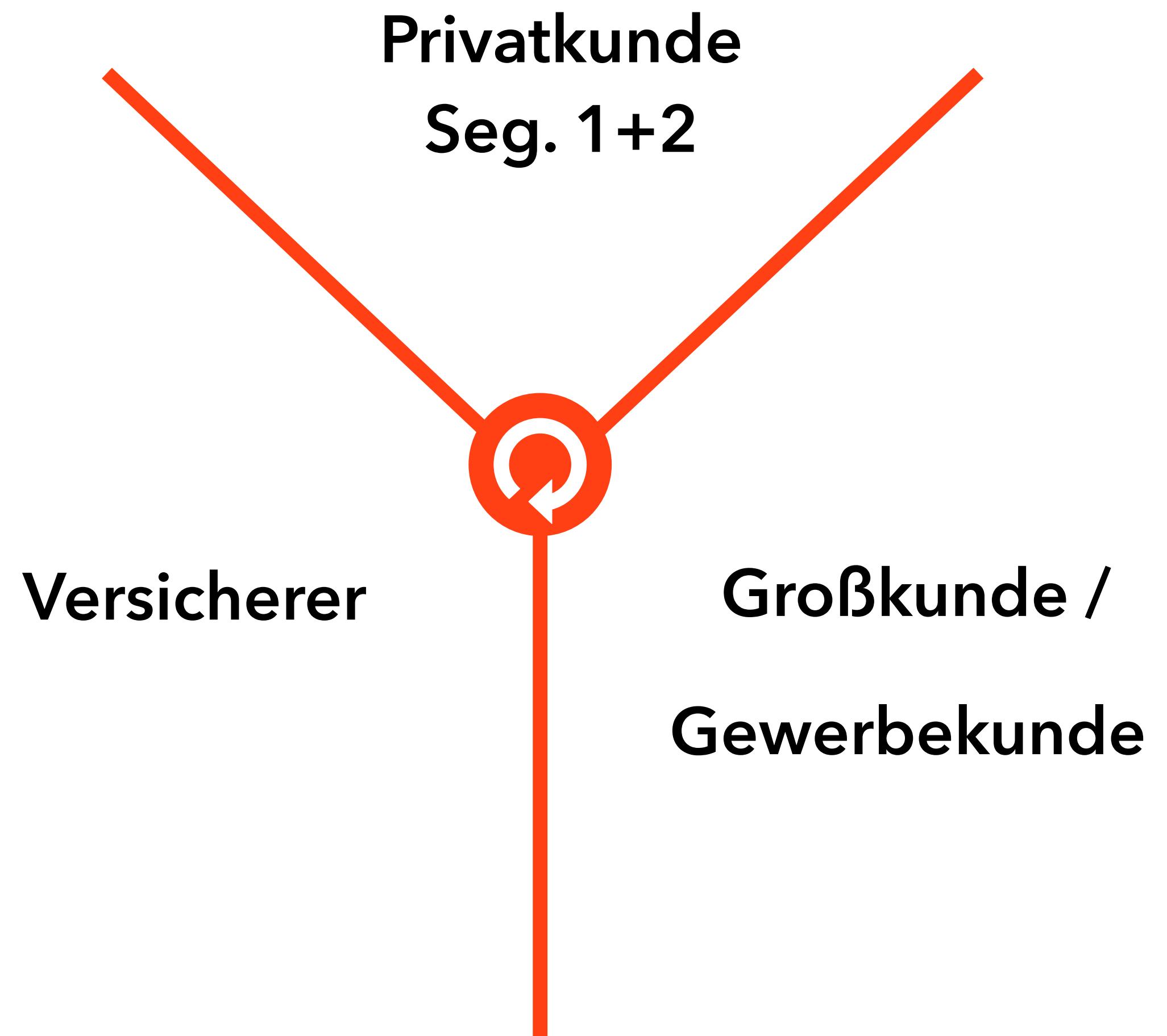


SERVICE- UND TEILE DEEPPDIVE FOCUS AUF WERTSCHÖPFUNG + PRODUKTIVITÄT

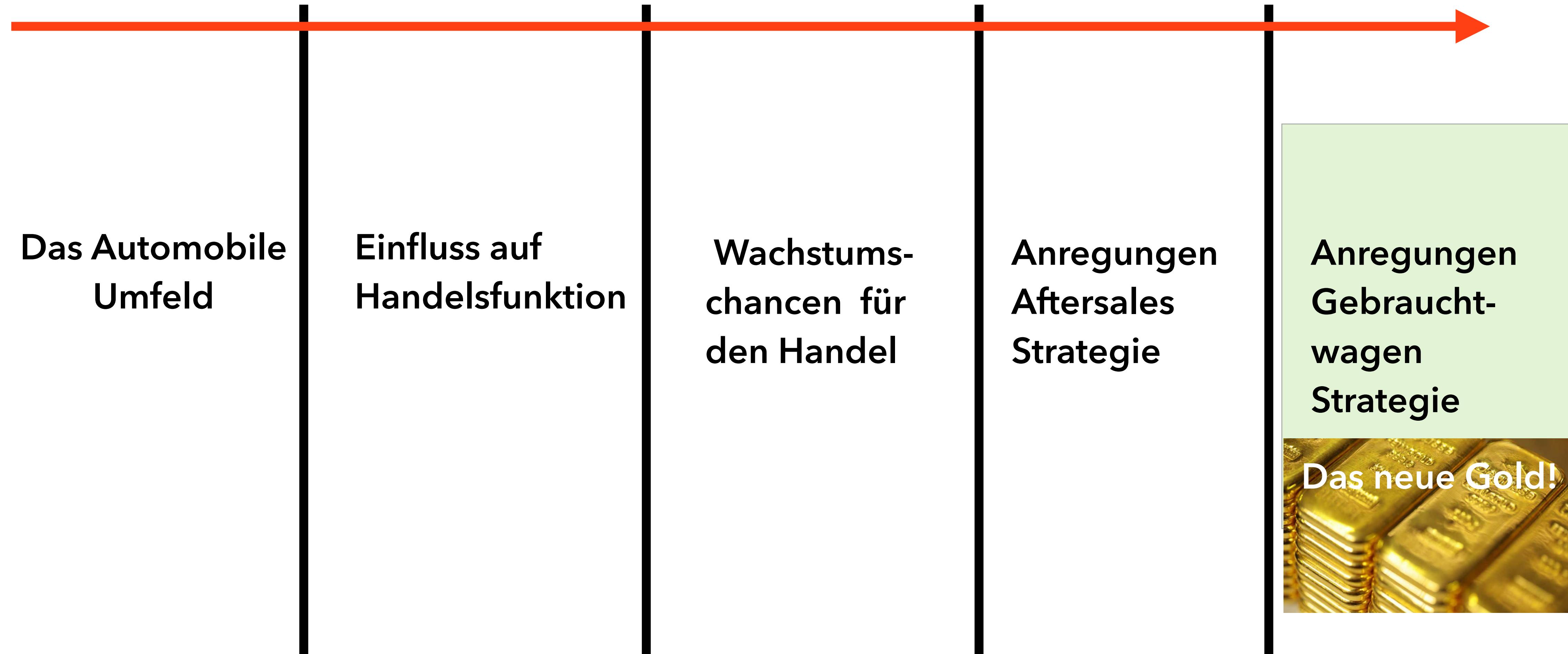


SERVICE- UND TEILE DEEPPDIVE

DEDIZIERTE STRATEGIE PRO KUNDENSEGMENT

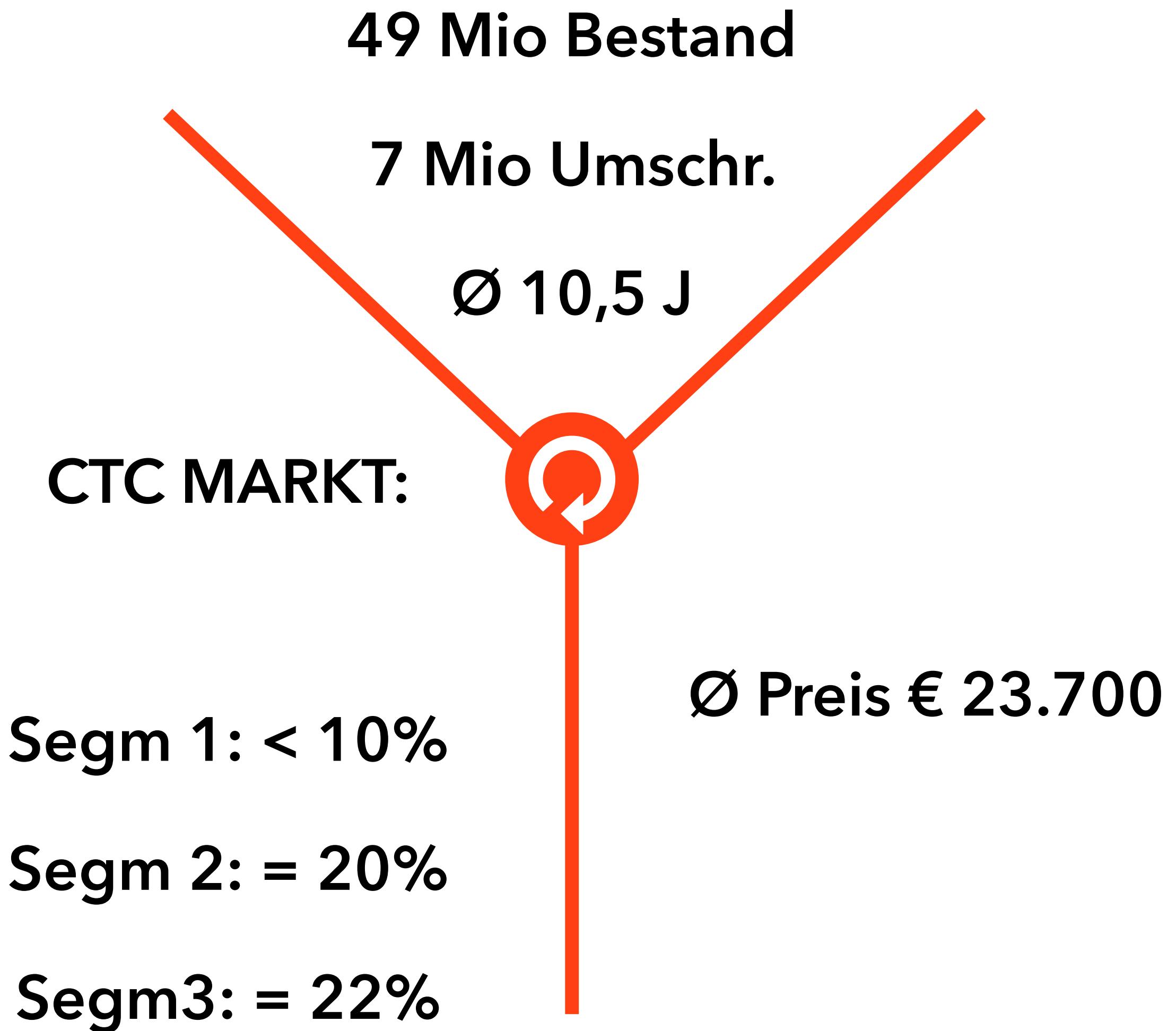


ZIELE MEINER PRÄSENTATION



GEBRAUCHT-WAGEN

FACTS



DEEP DIVE GEBRAUCHT- WAGEN

HABEN

**Segment 1 GW
mit OEM ,im
Griff'**

**Wachsender
Markt, grosses
Potential BtC**

**Stabile, hohe Preise
und Erträge**

DEEP DIVE GEBRAUCHT- WAGEN

SOLL

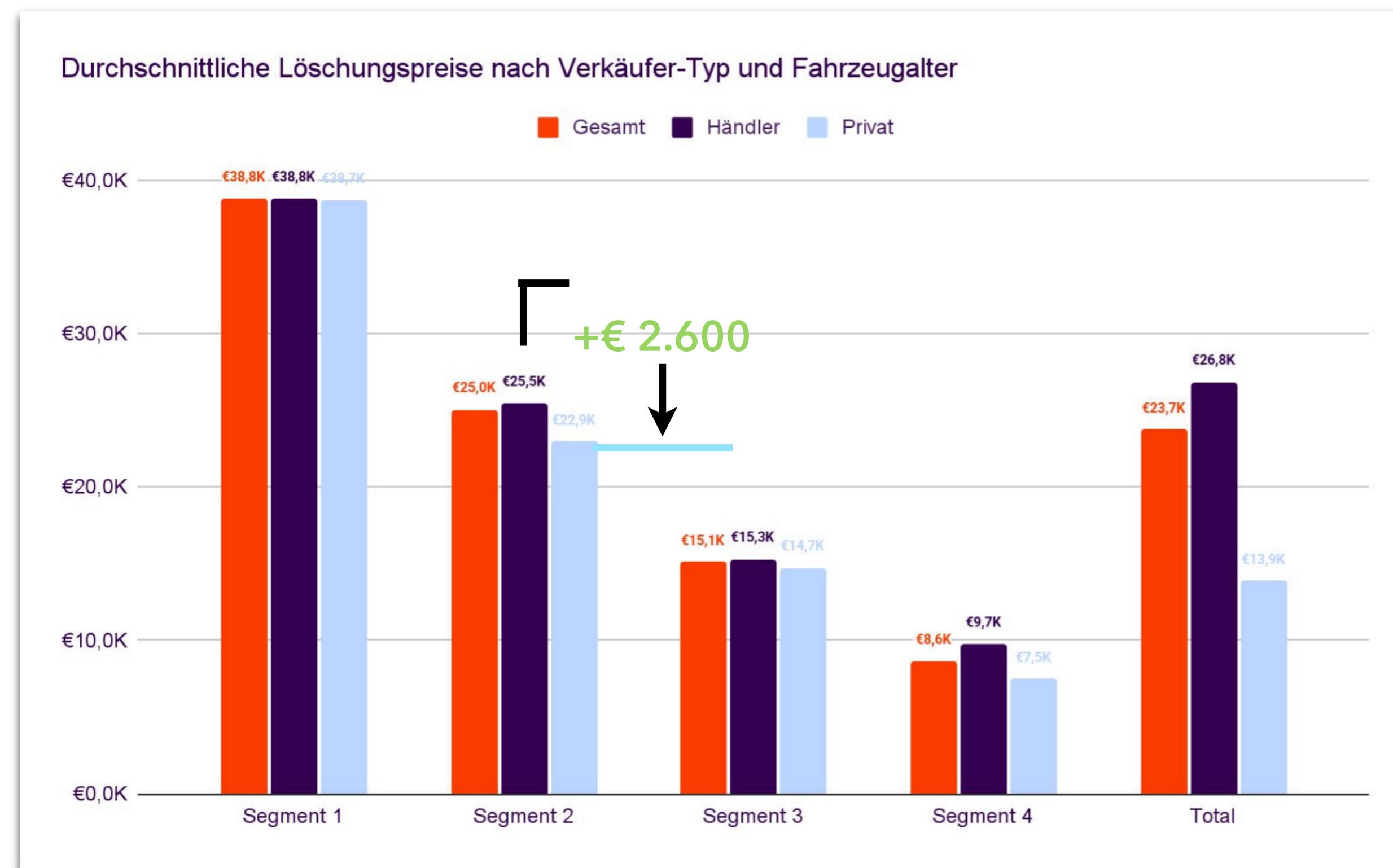
JÜRGEN STACKMANN



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 Privatlöschen konzentrieren sich auf Altfahrzeuge (vs. 17.3% bei Händlern), was die erhebliche Gesamtpreisdifferenz zwischen den Verkäufertypen maßgeblich erklärt.

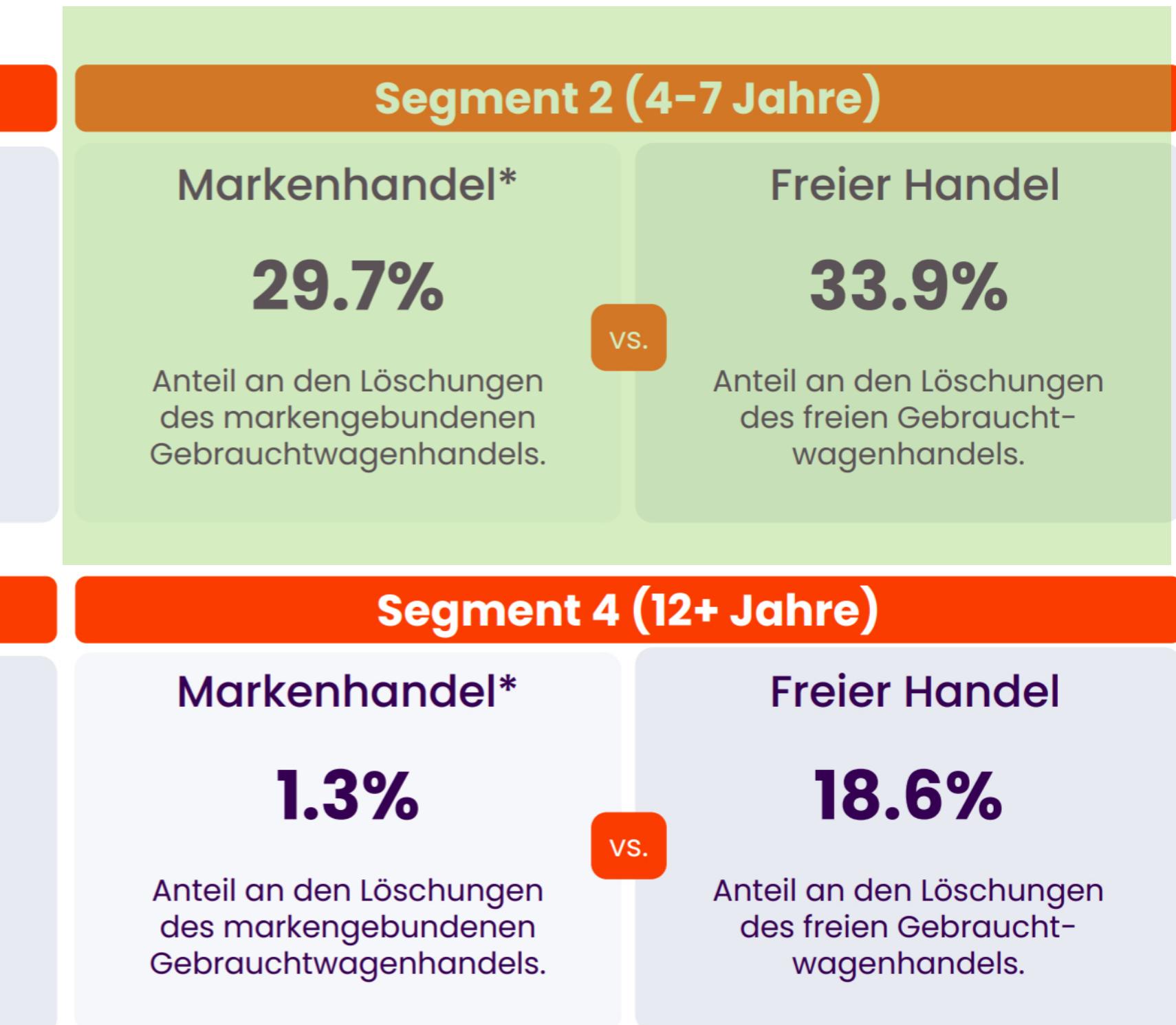
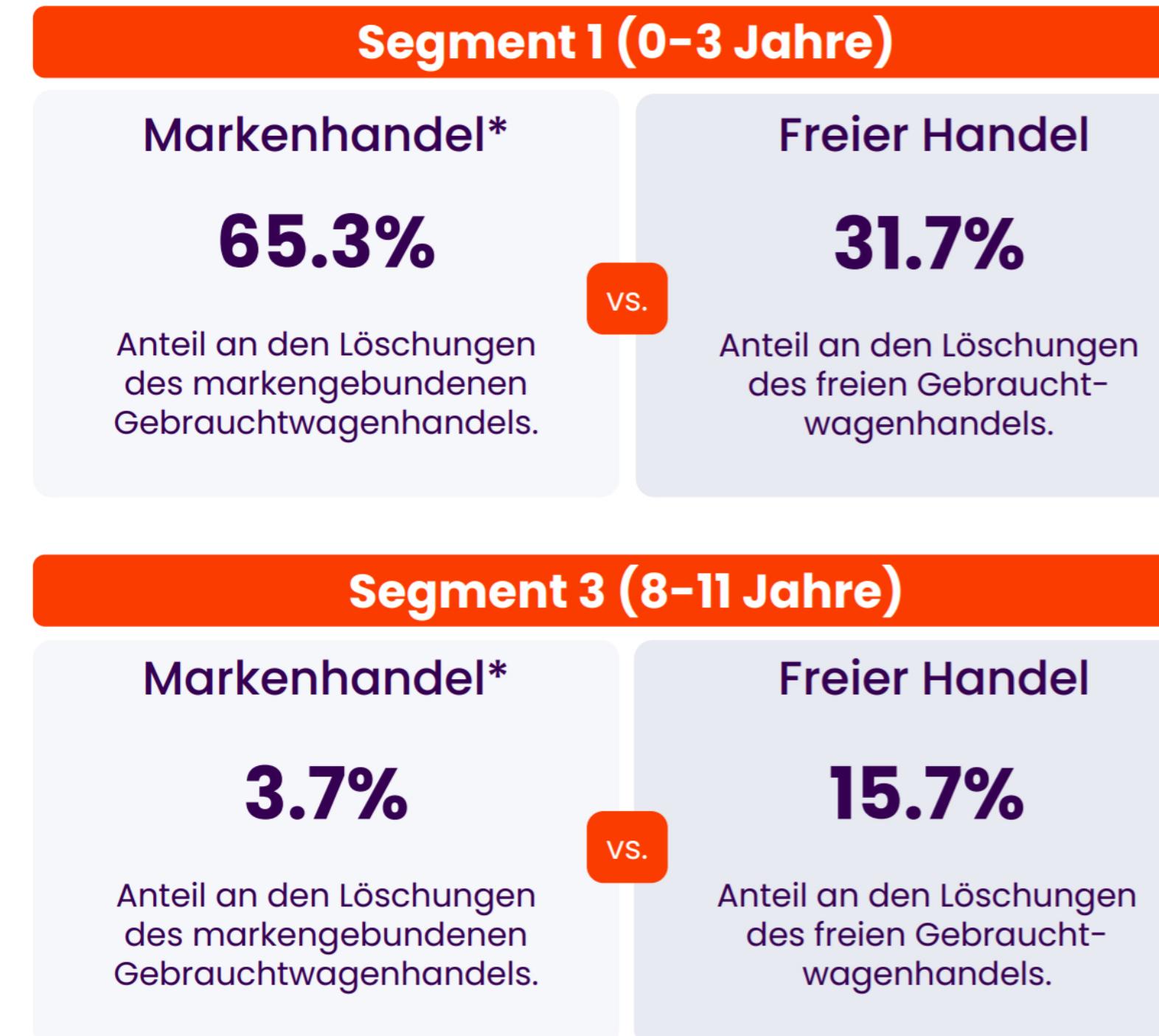
7

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

Confidential

Ein Vergleich der Händlertypen

Markengebundener Handel vs. freier Handel



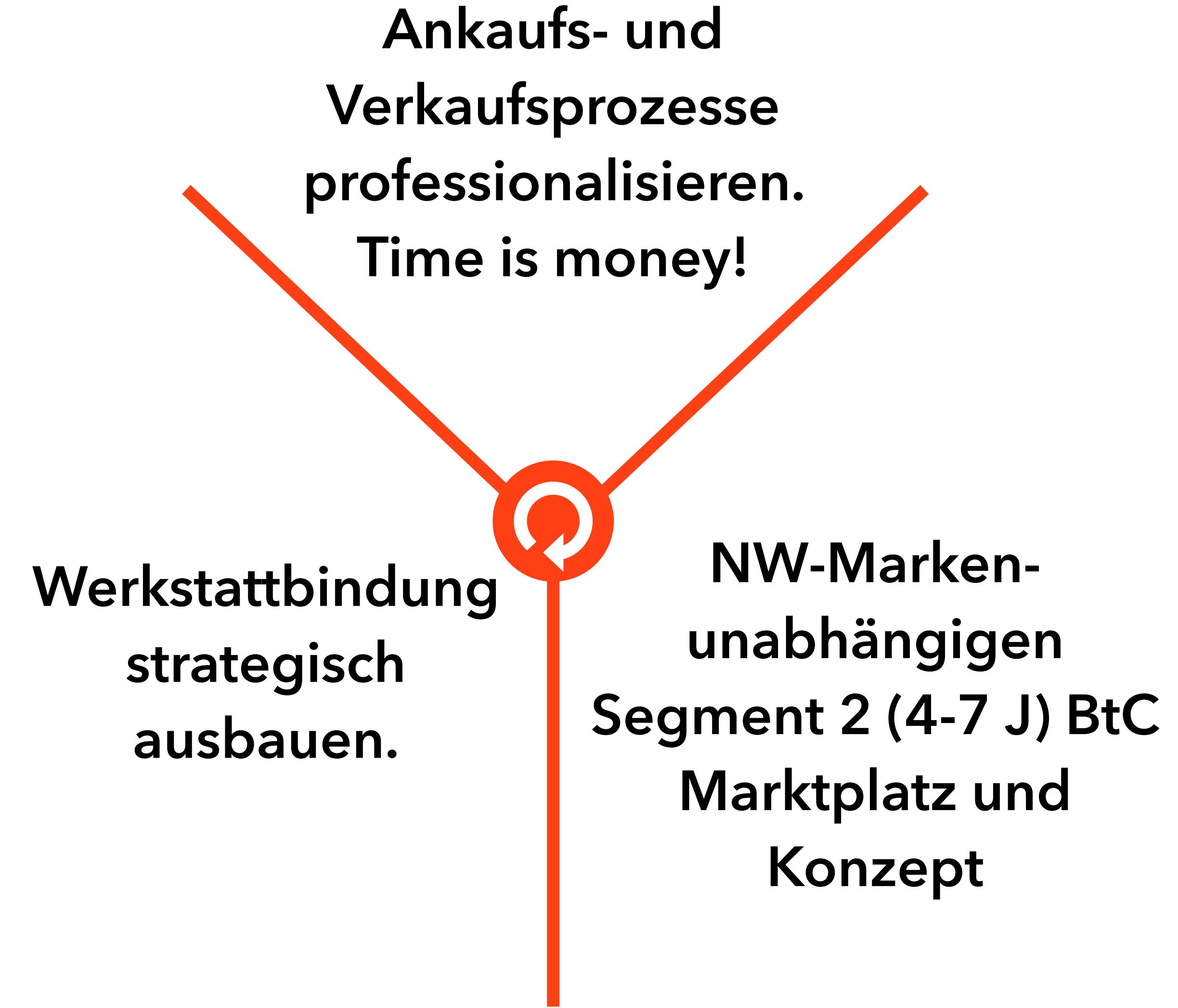
6

*Klassische Vertragshändler, Servicepartner mit Markenbindung, Niederlassungen der Hersteller

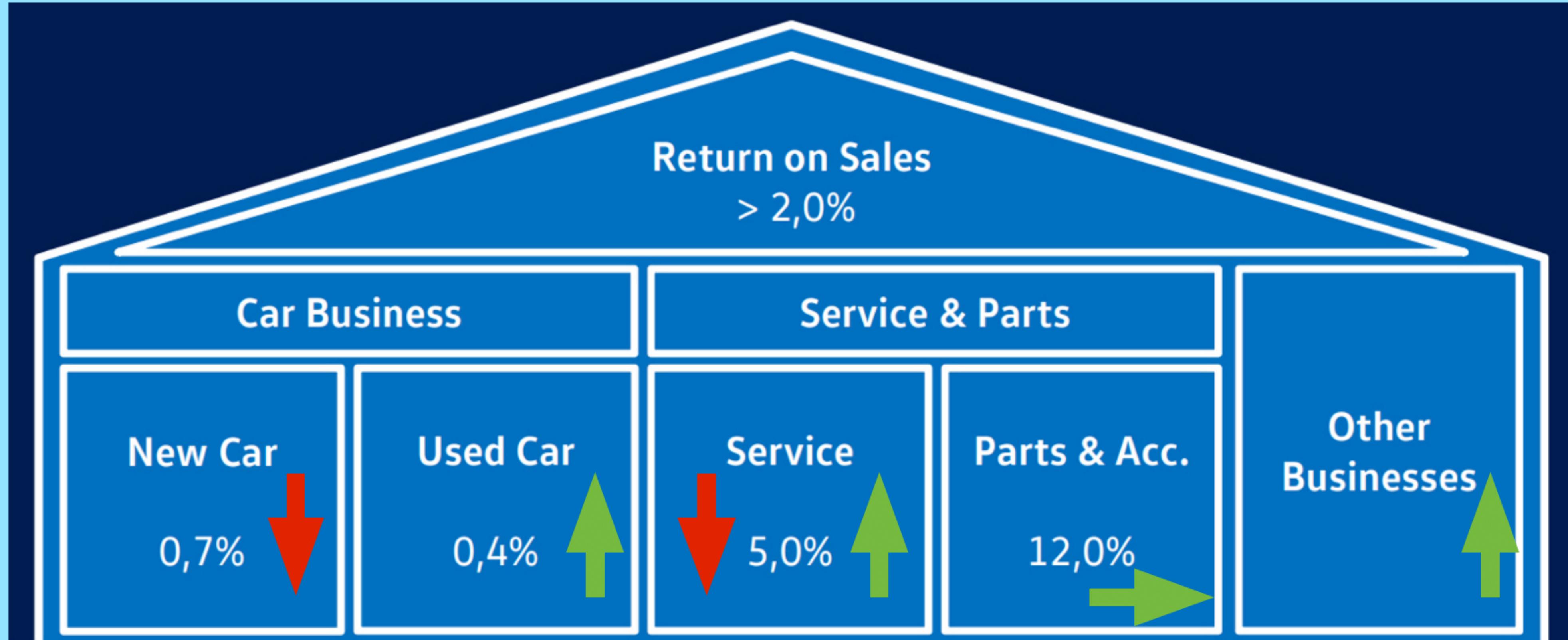
mobile.de

DEEP DIVE GEBRAUCHTWAGEN RICHTUNGS- ENTSCHEIDUNGEN

JÜRGEN STACKMANN



FUTURE POTENTIAL BY BUSINESS AREA - RETAILER PERSPECTIVE



VIELEN DANK!

SCHREIBEN SIE MIR UNTER:

JUERGEN.STACKMANN1@GMAIL.COM

