

# AUTO

Der Nachrichtendienst für die österreichische Automobilbranche

# Information



*cc-SK, SH, Fr. Thun, K. Sraundl*

Nr. 2036, 3. September 2010  
41. Jahrgang, Auflage 1.000

## Wechsel an der Spitze der Denzel Ferrari-Division *ab Seite: 2, 9*

Mag. Gregor Strassl (39) hat die Funktion des General Managers der Ferrari-Division der Wolfgang Denzel AG, zusätzlich zu seiner Funktion als GF des Mitsubishi-Importeurs Denzel Autoimport GmbH/Wien, übernommen. Strassl löst Dr. Josef Smoly (63) ab, der vor dem Ruhestand noch den in 23 Jahren Tätigkeit bei Denzel angesammelten Urlaub aufbraucht. Smoly hatte als Vertriebsleiter beim Unternehmen, das damals Volvo-Importeur war, angefangen und eine Reihe von Funktionen im Unternehmen bekleidet. (ENG)

### Alles dreht sich ...

... alles bewegt sich – auch der Käufer Willen und der Käufer Gunst. Fern liegt es uns, darob zu jammern und zu klagen. Insbesondere, nachdem Käufer anscheinend sich endlich so verhalten, wie es die Statistikgewalt der Hersteller/Importeure will oder, wie man auch sagen könnte, nicht versucht, gegen den Konjunkturwind zu ... handeln.

Möglich, dass schaurige Erfahrungen, die mancher auf mautpflichtigen österreichischen Straßen mit nicht mehr vorhandener freier Fahrt machen musste, da oder dort der Autohandelsszene noch einen Rückschlag bescheren wird. Im Großen und Ganzen, scheint's, sind die Autohändler – bis jetzt – rundweg mit ihren Geschäften zufrieden.

Wie weiter? Der Sommer ist die Zeit des Kopfzerbrechens. Wie wird es im Herbst weitergehen ohne Eingriff des Staates: Mit einer vom Handel wie im Vorjahr nahezu selbst finanzierten Verschrottungsaktion oder der Hersteller/Importeure, die das Geschäft entweder über Gebühr anheizen oder killen? Nun, echte Käufer kennen kein blutendes Herz ob dem Leid der Autohändler, weil die NZL unentwegt steigen, wie die Statistik-Austria-Zahlen der Öffentlichkeit suggerieren. Und mit ihrem Vehikel zufriedene Gebrauchtwagenbesitzer werden auch nicht plötzlich mit voller Brieftasche beim Neuwagenhändler aufkreuzen, um sich ein neues Auto zu leisten. Möchten vielleicht, aber können nicht. Jüngste Studien verdeutlichen, dass sich mit Ausnahme der Generation 60+ heute 18- bis 24-Jährige bereits ihr automobiles Mobilitätsbedürfnis verringern. Zu teuer und die von der Politik mit ihrem falschen Demokratieverständnis neu geschaffenen urbanen Rahmenbedingungen drängen das Automobil mehr und mehr zurück. Zudem ist Käufer Gunst nichts Stabiles und ein für alle Mal Sicheres.

Es ist also die Kunst des Händlers, im richtigen Augenblick die richtige Nase für die richtige Entscheidung zu haben, die richtigen, dem neuen Kaufverhalten entgegenkommende Angebote zu bieten. Aber die hat ohnedies jeder – oder nicht? Eben!



Auto-Information

Eine Kooperation von EurotaxGlass's Österreich und Lederers Medienwelt.

**schnell. objektiv. werbefrei.**

Spezialdienst zur schnellen Information der Autobranche. Erscheint wöchentlich 50-mal im Jahr. [www.info4you.co.at](http://www.info4you.co.at)

### **Aus Esso- werden Eni-Tankstellen**

Die Umstellung der Esso-Stationen in Österreich auf die neue Marke Eni hat bereits begonnen: Innerhalb eines Jahres soll der erste Schritt, die Umstellung der 105 Ex-Esso- und zukünftigen Agip-Eigenstationen, erfolgt sein. Begonnen wurde bei den wichtigsten Standorten. Pro Woche werden drei Stationen von der Marke Esso auf das neue Eni-Design umgestellt. Per 1. August hatte bekanntlich Agip Austria GmbH/Wien alle Anteile der Esso Austria GmbH/Wien übernommen. Diese Firma wurde inzwischen auf die Eni Marketing Austria GmbH und die Mobil Austria auf die Eni Mineralölhandel umgegründet.

Parallel verhandelt bzw. erneuert Agip Austria die Belieferungsverträge der Partner, die einen Teil der Esso-Tankstellen betrieben haben. Derzeit läuft die Analyse der Standorte: Vor dem Verkauf der Anteile gab es insgesamt 175 Esso-Tankstellen, von denen möglichst viele unter Berücksichtigung der Wirtschaftlichkeit der Standorte erhalten bleiben sollen.

Agip Austria hatte vor der Zusammenführung der Netze 166 Tankstellen. Als letzte Agip-Eigenstation vor der Zusammenführung und zugleich erste Station im Eni-Design war die Tankstelle am Klagenfurter Südring fertig gestellt worden. Die Errichtung einer neuen Tankstelle kostet im Schnitt 1,5 Mio €. (ENG)

### **Autohaus Weitmann auf Erfolgskurs**

Auch nach dem Ende des Toyota-Handelsvertrages vor knapp zwei Jahren sieht sich Autohaus Weitmann GesmbH/Amstetten auf sehr gutem Weg: Laut Juniorchef Manuel Weitmann sei man besonders mit Alfa Romeo erfolgreich unterwegs und werde heuer „locker 100 Stück“ dieser italienischen Marke absetzen. Etwa 40% würden auf die neue Giulietta entfallen, von der man binnen drei Wochen rund 25 Stück verkauft habe. Mit den „zehn bis 15“ Jaguar, die das Amstettener Autohaus jährlich absetzt, ist er ebenfalls sehr zufrieden. Dazu kommen noch die Marken Land Rover und Fiat Professional: Bei Letzterer sieht Weitmann für heuer ein Absatzziel von 40 Einheiten. (MUE)

### **„Mobilistin“ Sverak hat Ambitionen auf eine Kammerfunktion**

Silvia Sverak/Wien hat, untermauert durch Gespräche mit bekannten Funktionärinnen, Ambitionen für ein Engagement in der Wirtschaftskammer, konkret im Gremium des Fahrzeughandels. Ihr Vater, Hans Sverak, war langjähriger Interessenvertreter in der Wiener Innung der Karosseriebauer.

Silvia Sverak hat gemeinsam mit Petra Marada-Seletzky zu Jahresende 2009 das Beratungskonzept Mobilistin gestartet: Mit der „Mission, die Automobilbranche mit Weiblichkeit zu powern“, sei ihr Ziel, „Frauen zu bewegen, die Autos bewegen“. Das durch Studien gestützte Wissen darüber, wie Frau tickt, soll der Autobranche zu mehr Erfolg bei der weiblichen Kundschaft verhelfen: „Wir fragen den Markt ab, sammeln Erfahrungen und stellen die Ergebnisse der Autobranche, speziell dem Handel, zur Verfügung“, so Sverak. Hohe Potenziale gebe es sowohl im Verkauf wie auch in der Werkstatt, Anwendungsmöglichkeiten bei Konzepten und Veranstaltungen wie Messen oder Präsentationen. 80% aller Kaufentscheidungen werden täglich von Frauen getroffen – im Hintergrund oft auch bei männlichen Autohauskunden. Geschäftsmodell von Mobilistin sei die Umsetzung des „Mobilistinnen-Gütesiegels“ als Zertifizierung für Autohäuser, die vorbildlich mit Kundinnen umgehen – die Begleitung von Autokundinnen zum Kauf sei mittlerweile nur noch ein Service- und Marketing-Tool. Dabei berate sie generell unabhängig und achte darauf, die Marken des Wiener Autohauses, an dem sie beteiligt ist (Honda-, Toyota-Service und Vermittlung), nicht ins Spiel zu bringen. Mobilistin wolle aber kein weiteres Schulungsinstitut sein, das speziell dem kleinen Kfz-Betrieb die dringend benötigten Mitarbeiter entziehe, betont Sverak – auch wenn es Schulungsbedarf gäbe. (ENG)