

**LESEPROBE**

Vollversion unter  
[Top100.dat.de](http://Top100.dat.de)

**IfA | DAT HändlergruppenMonitor 2022**

Die TOP 100  
Automobilhändlergruppen  
in Deutschland

**Mit Kennzahlen-Spezial  
zum Geschäftsjahr 2021 sowie  
Kurzporträts der Unternehmen**

Autoren  
Prof. Dr. Stefan Reindl und  
David Sosto Archimio (M. A.)

Eine Studie des Instituts für Automobilwirtschaft (IfA)  
18., aktualisierte Auflage, Oktober 2022

# LIEBE LESERINNEN UND LESER,

während die Corona-Pandemie angesichts aktuell steigender Inzidenzwerte noch nicht bewältigt ist, hat sich bereits zu Beginn des Jahres 2022 mit dem Ukraine-Konflikt ein weiterer Krisenherd aufgetan. Dieser Konflikt hat zunächst die bereits bekannte Lieferkettenproblematik nochmals verschärft. Zudem beeinflussen inzwischen historisch schlechte Werte der relevanten Konjunkturindikatoren die Nachfragesituation im Inland, aber auch auf den Hauptabsatzmärkten wie Westeuropa, Nordamerika und China.

Die langfristigen Auswirkungen auf die Automobilbranche lassen sich heute noch nicht vollumfassend darlegen und bewerten. Die nunmehr vorliegende 2022er Studienauflage zu den TOP 100 Händlergruppen belegt allerdings zunächst, dass die betriebswirtschaftliche Tragfähigkeit filialisierter Autohausunternehmen in den vergangenen beiden Jahren auf einem verhältnismäßig hohen und stabilen Niveau verharren konnte. Ob diese Erkenntnis als Basis für eine positive Prognose hinsichtlich der kommenden Jahre ausreicht, muss angesichts der tiefen konjunkturellen Delle bezweifelt werden. Ob die Handelsstufe gestärkt aus der Krisensituation hervorgehen könnte, hängt vor allem von der zeitlichen Dimension und der Intensität der Krisensituationen ab.

Auch in diesem Jahr stellt die vorliegende Studie belastbare Ergebnisse bereit, die wie schon in der Vergangenheit auf einer Primärerhebung bei einzelnen Autohausunternehmen zu relevanten Kennzahlen bezüglich der Absatz-, Umsatz- und Ertragsseite sowie zur Personalsituation basieren. Neben durchgängig positiven Werten zu einzelnen betriebswirtschaftlichen Kennzahlen lassen sich zentrale Herausforderungen ausmachen, die insbesondere im Zusammenhang mit dem laufenden Transformationsprozess stehen. Sorgenfalten zeigen sich insbesondere bei der Gewinnung von qualifizierten Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern sowie bei dem Ausbau des Dienstleistungsportfolios, um der zu erwartenden sinkenden Auslastung im Aftersales-Geschäft vorzubeugen.

Zusammengefasst wartet die nunmehr 18. Auflage der TOP 100 Händlergruppen-Studie abermals mit umfassendem Datenmaterial zur Situation sowie zu den Strukturen dieses bedeutenden Branchenzweigs auf. Die gewonnenen Daten bestätigen den Trend der vergangenen Jahre, dass die TOP-100-Autohausunternehmen die bisherige Situation seit Ausbruch der Corona-Pandemie gemeistert haben. Gerade die großen Gruppenunternehmen der TOP-20-Vertreter sind nach wie vor dynamisch mit Übernahmen, aber auch mit einer Konsolidierung ihrer Filialnetzstrukturen befasst. Aber auch die weiteren Unternehmen der TOP-100-Tabelle können auf betriebswirtschaftlich gute Jahre 2020 und 2021 zurückblicken.

Die besondere Situation hat die Unternehmenslenker auch nicht davon abgehalten, uns mit dem benötigten Datenmaterial für die branchengerichtete Forschungsarbeit zu versorgen. Zudem können wir auch in diesem Jahr auf die konstruktive Zusammenarbeit und Unterstützung durch das DAT-Team zählen.

Herzlichen Dank für das entgegengebrachte Vertrauen!

Ihr



Prof. Dr. Stefan Reindl

Ihr



David Sosto Archimio



**Prof. Dr. Stefan Reindl**

CEO

stefan.reindl@ifa-info.de  
Telefon +49 7331 22-440



**David Sosto Archimio (M. A.)**

Projektleiter

david.sosto@ifa-info.de  
Telefon +49 7331 22-441

# LIEBE LESERINNEN UND LESER,

die Top 100-Händler zeigen seit vielen Jahren, wie die Performance großer Autohausgruppen ist. Größe allein ist aber noch kein Erfolgsgarant in den aktuellen Zeiten einer multiplen Mangellage. Dennoch fällt es größeren Betrieben oftmals leichter, passende Fahrzeuge von unterschiedlichen Standorten zusammenzuziehen, um die Mobilitätsbedürfnisse ihrer Kunden zu bedienen.

Apropos Mobilitätsbedürfnisse: Bei den in dieser Studie aufgelisteten großen Händlergruppen darf nie vergessen werden, dass es Automobilhändler egal welcher Größe sind, die den gewerblichen und privaten Kunden in guten wie in schlechten Zeiten zur Seite stehen und ihnen Mobilität überhaupt erst ermöglichen.

Schwierig für alle ist jedoch neben der knappen Ware die schwächelnde Nachfrage. Während Neuwagen nicht lieferbar sind, fehlt auf dem Gebrauchtwagenmarkt der Aufschwung. Wegen Unsicherheiten bezüglich Kaufkraftverlust, Inflation und hohen Zinsen zögern die Kunden. Das Gebot der Stunde ist daher nicht die Größe oder die Schnelligkeit, sondern die Anpassungsfähigkeit der Händler. In der Evolution galt nicht "Survival of the fittest" oder "Survival of the fastest", sondern "Survival of the fittest"; also derjenige, der sich auf Veränderungen in seiner Umwelt am besten einstellen konnte, überlebte.

Mit 98 der 100 größten Händler stehen wir bei der DAT seit vielen Jahren und Jahrzehnten auf geschäftlicher Ebene in vertrauensvollem Kontakt. Umso mehr freut es uns, dass die Umsatzrendite der großen Betriebe auf 2,3 gestiegen ist – von 1,6 und 1,3 in den vergangenen zwei Jahren. Wir als DAT, aber auch mit unserer Tochtergesellschaft Promotor XD helfen dabei, dank deren Beratungsleistung mit präzisen Analysen neue Potenziale zu entdecken, damit sich große, mittlere und kleine Betriebe weiterhin optimal an die sich verändernden Gegebenheiten anpassen können.

Bleiben Sie uns gewogen,  
Ihr



Jens Nietzsche



**Jens Nietzsche**

DAT-Geschäftsführer  
Inland (Sprecher)

gl@dat.de

Telefon +49 711 4503-213

# ABBILDUNGEN

1	Umsatzrenditen (EBT) der TOP 100 Händler in Deutschland	7
2	Entwicklung der Neuzulassungen in Deutschland	9
3	Entwicklung der Besitzumschreibungen in Deutschland	10
4	Indexwerte zu Gebrauch- und Neuwagen-Angebotspreisen in Deutschland	11
5	Durchschnittliche Transaktionspreise in Deutschland	12
6	Entwicklung des Pkw-Bestandes in Deutschland	13
7	Bedeutung alternativer Antriebe in Deutschland	14
8	Ausgewählte Umsatzkennzahlen für das deutsche Kraftfahrzeuggewerbe	15
9	Entwicklung der Beschäftigung im deutschen Kraftfahrzeuggewerbe	16
10	Entwicklung der Insolvenzen im deutschen Kraftfahrzeuggewerbe	17
11	Kennzahlen zur Konsolidierung im deutschen Kraftfahrzeuggewerbe	18
12	Eigentümerstruktur in den deutschen Vertriebsnetzen	19
13	Datenbasis der Rankings	21
14	TOP 100 Händlergruppen: Neuwagenabsatz 2021	22
15	Positionierung der TOP 20 Händlergruppen – Neuwagenabsatz	25
16	TOP 100 Händlergruppen: Gebrauchtwagenabsatz 2021	28
17	TOP 100 Händlergruppen: Ratio Gebrauch- zu Neuwagenabsatz 2021	30
18	Positionierung der TOP 20 Händlergruppen – Gebrauchtwagenabsatz	33
19	TOP 100 Händlergruppen: Fahrzeugabsatz gesamt 2021	34
20	Positionierung der TOP 20 Händlergruppen – Fahrzeugabsatz gesamt	36
21	TOP 100 Händlergruppen: Umsatz 2021	38
22	Positionierung der TOP 20 Händlergruppen – Umsatz	40
23	TOP 100 Händlergruppen: Beschäftigte 2021	41
24	Positionierung der TOP 20 Händlergruppen – Beschäftigte	43
25	TOP 100 Händlergruppen: Umsatz je Mitarbeiterin/Mitarbeiter 2021	46
26	TOP 100 Händlergruppen: Zusammenfassung 2021	48
27	TOP 20 Händlergruppen in Deutschland und in den USA	50
28	Ausgewählte Kennzahlen zu den TOP 20 Händlergruppen in den USA	51
29	TOP 20: Entwicklung der Neuwagenverkäufe	54
30	TOP 20: Entwicklung der Gebrauchtwagenverkäufe	55
31	TOP 20: Entwicklung der Fahrzeugverkäufe gesamt	57
32	TOP 20: Entwicklung der Umsatzvolumina	59
33	TOP 20: Entwicklung der Anzahl an Beschäftigten	61
34	Handlungsdruck der Händlergruppen in einzelnen Themenfeldern	63
35	Bedeutung von optionalen Strategien für Handelsgruppen	65
36	Entwicklung der Umsatzrendite (EBT) im deutschen Automobilhandel	66
37	Profitabilität einzelner Geschäftsfelder im deutschen Automobilhandel	66
38	Deckungsbeitragsstruktur im deutschen Automobilhandel	67
39	Streubreite der Umsatzrendite im deutschen Automobilhandel	67
40	Umsatzrenditen (EBT) der TOP 100 Händler in Deutschland	68
41	Bereichsergebnisse und EBT der TOP 20 und TOP 100 Händler	69
42	Ausgewählte Kennzahlen der TOP 20 und TOP 100 Händler	70
43	Pkw-Neuzulassungen in Deutschland und Europa	71
44	Eckdaten zu Gesamtwirtschaft und Arbeitsmarkt in Deutschland	73
45	Wirtschaftlich und rechtlich selbstständige Autohausunternehmen	74
46	Strategische Handlungsfelder von Automobilhändlergruppen	75

# INHALT

	<b>Management Summary</b>	<b>6</b>
	<b>Einleitung</b>	<b>8</b>
<b>1</b>	<b>Situation und Entwicklung im deutschen Automobilhandel</b>	<b>9</b>
	1.1 Entwicklung des deutschen Automobilmarktes	9
	1.2 Entwicklungslinien im Kraftfahrzeuggewerbe	14
	1.3 Entwicklungslinien im Konsolidierungsprozess	17
<b>2</b>	<b>TOP 100 Händlergruppen in Deutschland</b>	<b>20</b>
	2.1 Methodische Hinweise	20
	2.2 TOP 100 Händlergruppen: Neuwagenabsatz	21
	2.3 TOP 100 Händlergruppen: Gebrauchtwagenabsatz	28
	2.4 TOP 100 Händlergruppen: Gesamtabsatz	32
	2.5 TOP 100 Händlergruppen: Umsatz	37
	2.6 TOP 100 Händlergruppen: Beschäftigte	41
	2.7 TOP 100 Händlergruppen: Umsatz je Mitarbeiterin/Mitarbeiter	44
	2.8 Zusammenfassende Übersicht	48
	2.9 Internationaler Vergleich	50
<b>3</b>	<b>Entwicklung der TOP 20 Händlergruppen in Deutschland</b>	<b>53</b>
	3.1 Entwicklung des Neuwagenabsatzes	53
	3.2 Entwicklung des Gebrauchtwagenabsatzes	54
	3.3 Entwicklung des Gesamtabsatzes	56
	3.4 Entwicklung der Umsätze	58
	3.5 Entwicklung der Beschäftigtenzahlen	60
<b>4</b>	<b>Herausforderungen für Automobilhändlergruppen</b>	<b>62</b>
	4.1 Handlungsdruck und Strategieoptionen	62
	4.2 TOP 100 Kennzahlen-Spezial	66
<b>5</b>	<b>Zusammenfassung und Implikationen</b>	<b>71</b>
	<b>Anhang</b>	<b>76</b>
	Kurzporträts der TOP 100 Händlergruppen in Deutschland	

# 1 SITUATION UND ENTWICKLUNG IM DEUTSCHEN AUTOMOBILHANDEL

## 1.1 Entwicklung des deutschen Automobilmarktes

Wie bereits im Jahr 2020 sinkt auch 2021 die Anzahl der Neuzulassungen deutlich und erreicht mit 2,622 Mio. Fahrzeugen ein Niveau, das letztmalig in den Achtzigerjahren zu verzeichnen war. Im Vergleich zum Vorjahr werden rund 295.000 Pkw weniger neu zugelassen – ein erneutes Minus von rund zehn Prozent (**Abbildung 2**). Nach wie vor zeigt die vorliegende Daten-situation die Auswirkungen der Coronavirus-Pandemie sowie der Lieferkettenproblematik und die damit verbundenen Einschränkungen in der Fahrzeugproduktion sehr deutlich.

**Abbildung 2** Entwicklung der Neuzulassungen in Deutschland

Quelle: KBA; Institut für Automobilwirtschaft (IfA)



	Anteil am Gesamtmarkt (in v. H.)				
	2010	2020	2021	2020	2021
Flüssiggas	8.154	6.543	<b>10.118</b>	0,22	<b>0,39</b>
Erdgas	4.982	7.159	<b>3.916</b>	0,25	<b>0,15</b>
Elektro	541	194.163	<b>355.961</b>	6,65	<b>13,58</b>
Hybrid	10.661	527.864	<b>754.588</b>	18,09	<b>28,78</b>
Diesel	1.221.938	819.896	<b>524.446</b>	28,10	<b>20,00</b>
Benzin	1.669.927	1.361.723	<b>972.588</b>	46,67	<b>37,09</b>
<b>Neuzulassungen gesamt</b>	<b>2,916 Mio.</b>	<b>2,918 Mio.</b>	<b>2,622 Mio.</b>		

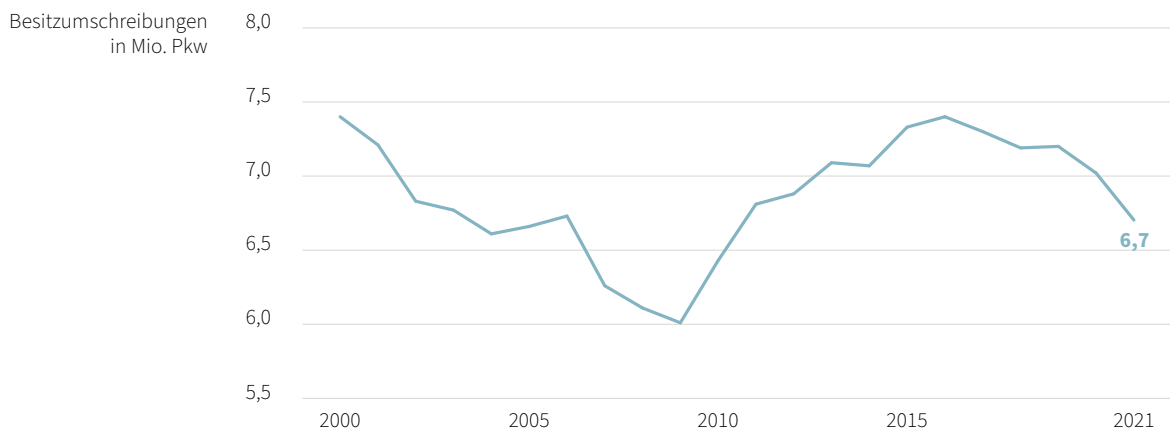
Im Gegensatz zur Entwicklung des Gesamtmarktes zeigt sich im Hinblick auf die Neuzulassungen von Fahrzeugen mit alternativen Antriebstechnologien eine gegenläufige Entwicklung. Die Anzahl der neu zugelassenen Hybrid- und Elektrofahrzeuge steigt deutlich. Mit 355.961 batterieelektrischen Fahrzeugen nimmt die Anzahl dieser Fahrzeuge im Jahr 2021 um rund 83 Prozent zu. Die Anzahl der neu zugelassenen Hybridfahrzeuge steigt ebenfalls auf 754.588 Fahrzeuge – eine Zunahme um knapp 43 Prozent. Somit lassen sich im Jahr 2021 rund 42 Prozent aller neu zugelassenen Fahrzeuge diesen Kategorien zuordnen. Der relative Anteil steigt im Vergleich zum Vorjahr somit um knapp 18 Prozentpunkte. Beide Fahrzeugkonzepte sind oder waren Gegenstand von staatlichen und herstellergetriebenen Prämienmodellen.

Ein gegenläufiges Bild zeigt sich bei Fahrzeugen mit Benzin- oder Dieselmotor. Deren Anteil an den gesamten Neuzulassungen liegt mit 57,1 Prozent deutlich unter dem Vorjahreswert (2020: 74,8 Prozent). Offensichtlich werden zahlreiche Fahrzeuge aus dieser Kategorie durch elektrifizierte oder teilelektrifizierte Fahrzeuge ersetzt.

Eine rückläufige Entwicklung ist auch beim Gebrauchtwagengeschäft zu verzeichnen. Waren im Jahr 2020 noch 7,021 Mio. Besitzumschreibungen zu verzeichnen, sinkt das Volumen im Jahr 2021 um rund 4,5 Prozent auf 6,703 Mio. Fahrzeuge (**Abbildung 3**).

**Abbildung 3** Entwicklung der Besitzumschreibungen in Deutschland

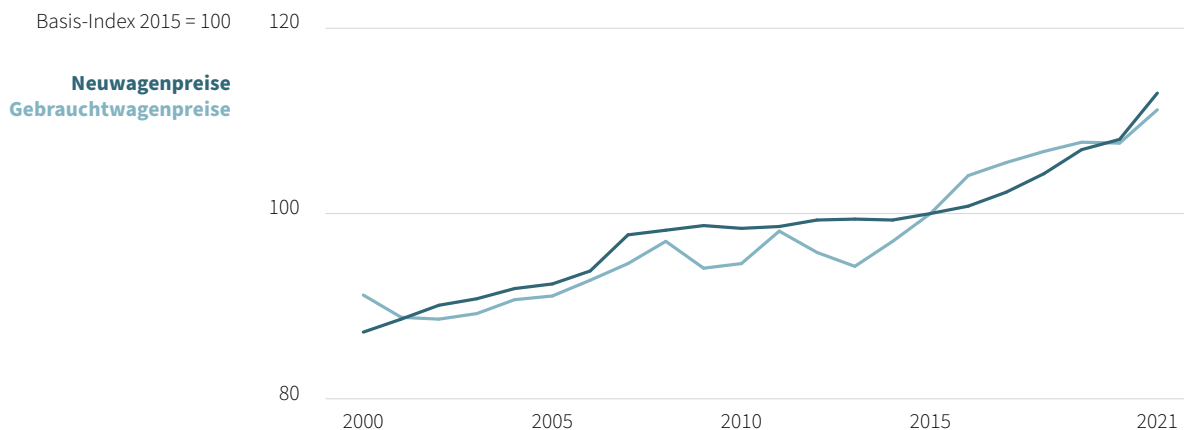
Quelle: KBA; Institut für Automobilwirtschaft (IfA)



Im Hinblick auf die Preisentwicklung ist zu konstatieren, dass sich der Anstieg der Preise im deutschen Neuwagenmarkt im Jahr 2021 deutlich dynamischer zeigt, als in den Jahren zuvor. So stiegen 2021 die Neuwagenpreise – auf Basis der Produktionspreise, die sich in den unverbindlichen Preisempfehlungen der Hersteller und Importeuren niederschlagen – gegenüber dem Vorjahr im Durchschnitt um 5 Prozentpunkte an. Auch die Gebrauchtwagenpreise steigen und liegen im Jahr 2021 rund 3,6 Prozentpunkte über dem Vorjahreswert. Es bleibt offen, mit welcher Dynamik sich die Preise vor dem Hintergrund der aktuellen Lieferschwierigkeiten und den damit verbundenen Kompensationseffekten im Gebrauchtwagenmarkt entwickeln werden (**Abbildung 4**).

**Abbildung 4** Indexwerte zu Gebraucht- und Neuwagen-Verbraucherpreisen in Deutschland

Quelle: Eigene Darstellung; Datenbasis: Statistisches Bundesamt





Durchschnittspreise entsprechen jedoch nicht den tatsächlichen Transaktionspreisen. Zwar sind die Fahrzeug-Basispreise deutlich gestiegen, allerdings werden teilweise weniger dynamische Durchschnittswerte bei den Transaktionspreisen – also bei den Preisen, die Kunden tatsächlich für Neu- und Gebrauchtwagen bezahlen – verzeichnet (**Abbildung 5**).

Nach den Erhebungen der Deutschen Automobil Treuhand (DAT) steigt der durchschnittliche Neuwagen-Transaktionspreis 2021 um 1.450 Euro auf 37.790 Euro. Der Anstieg entspricht einer Zunahme um rund 4 Prozent gegenüber dem Vorjahr. Im Vergleich: Zwischen den Jahren 2019 und 2020 erhöhten sich die Transaktionspreise für Neuwagen um durchschnittlich 2.760 Euro und somit um 8,2 Prozent. Ein Anstieg ist ebenfalls bei der Entwicklung der erzielten Gebrauchtwagenpreise zu erkennen. Mit einem durchschnittlichen Transaktionspreis von 15.740 Euro im Jahr 2021 steigt der durchschnittliche Transaktionspreis für Gebrauchtfahrzeuge um knapp 6,9 Prozent im Vergleich zum Vorjahr.

**Abbildung 5 Durchschnittliche Transaktionspreise in Deutschland**

Quelle: DAT

in EUR	Neuwagen	Gebrauchtwagen
2000	19.125	7.980
2001	19.625	8.310
2002	20.785	7.910
2003	21.345	8.220
2004	22.745	7.900
2005	23.880	8.330
2006	24.480	8.310
2007	25.970	8.400
2008	25.990	8.690
2009	22.520	8.590
2010	26.030	8.790
2011	27.390	9.740
2012	26.780	9.150
2013	27.030	9.420
2014	28.330	9.870
2015	28.590	10.620
2016	29.650	11.430
2017	30.350	11.250
2018	31.130	11.780
2019	33.580	12.470
2020	36.340	14.730
2021	<b>37.790</b>	<b>15.740</b>

## 2 TOP 100 HÄNDLERGRUPPEN IN DEUTSCHLAND

### 2.1 Methodische Hinweise

Die folgenden Daten über die größten Automobilhandelsgruppen in Deutschland basieren auf einer umfassenden empirischen Erhebung des Instituts für Automobilwirtschaft (IfA) im Frühjahr 2022. Grundlage der Rankings sind die von den Unternehmen zur Verfügung gestellten Daten, die aber auf ihre Plausibilität hin geprüft sind. Im Hinblick auf die Aussagekraft und Interpretation der Rankings sind folgende Sachverhalte zu berücksichtigen:

- ▶ Das Ranking basiert auf den von den jeweiligen Unternehmen abgesetzten bzw. an Kunden ausgelieferten Neu- und Gebrauchtwagen (AK). Dabei ist zu berücksichtigen, dass einige Automobilhändlergruppen auch Standorte im Ausland betreiben. Soweit Transparenz vorliegt, werden die Daten des deutschen Marktes gesondert ausgewiesen. Bei in Deutschland tätigen, aber mit ihrem Hauptsitz im Ausland angesiedelten Händlergruppen werden nur die in Deutschland abgesetzten Fahrzeuge bzw. getätigten Umsätze sowie die im Inland beschäftigten Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter berücksichtigt.
- ▶ In die Rankings werden nur Händlergruppen aufgenommen, die unternehmerisch eigenständig im Markt auftreten. Beteiligungen an anderen Automobilhändlergruppen oder einzelnen Autohäusern führen zu keiner Bündelung der Absatz- und Umsatzvolumina.
- ▶ Da die Publizitätsbereitschaft bei Händlergruppen sehr unterschiedlich ausgeprägt ist, erheben die folgenden Aufstellungen keinen Anspruch auf Vollständigkeit. Einige Autohausunternehmen lehnen es ab, ihre Geschäftsdaten für das Ranking zur Verfügung zu stellen. In diesen Fällen unterbleibt die Dokumentation. Das Institut greift dann auch nicht auf Daten zurück, die durch die betreffenden Unternehmen möglicherweise an anderer Stelle publiziert sind.

#### Vorgehensweise bei der Erstellung der Rankings

- ▶ In einem ersten Schritt werden jährlich mehr als 200 Automobilhändlergruppen in Deutschland angeschrieben und gebeten, ihre Kennzahlen zu den Bereichen Neu- und Gebrauchtwagenverkauf sowie im Hinblick auf Umsatz und Beschäftigtenzahlen zur Verfügung zu stellen.
- ▶ Auf dieser Basis bildet das Institut für Automobilwirtschaft (IfA) jeweils separate Rankings für die Bereiche Neuwagen, Gebrauchtwagen, Fahrzeugabsatz (gesamt), Umsatz sowie für Beschäftigtenzahlen. Aufgrund der unterschiedlichen relativen Größe, Situation, Markenportfolio und Standortstruktur einzelner Automobilhändlergruppen ergeben sich bei diesen Rankings unterschiedliche Ranking-Abfolgen bezüglich einzelner Themen. Es ist beispielsweise möglich, dass eine Gruppe, die im Ranking zum Neuwagenverkauf zu den 100 größten Händlern in Deutschland zählt, beim Umsatzranking nicht berücksichtigt werden kann (und umgekehrt).

- ▶ Lediglich bei den Rankings GW-/NW-Ratio und Umsatz je Mitarbeiterin/Mitarbeiter bildet nicht die jeweilige Kennzahl der erfassten Autohäuser die Basis für den Einbezug in das Ranking, sondern bei der GW-/NW-Ratio die Neuwagenverkäufe und beim Umsatz je Mitarbeiterin/Mitarbeiter die zugrundeliegenden Umsätze. Dadurch soll verhindert werden, dass relativ kleine Autohausunternehmen, die bei keinem der Basis-Rankings zu den größten 100 Automobilhändlergruppen zählen, beim Ranking für abgeleitete Kennzahlen gelistet werden.

Einen Überblick zur jeweiligen Basis für die einzelnen Rankings zeigt die **Abbildung 13**.

**Abbildung 13** Datenbasis der Rankings

Quelle: Institut für Automobilwirtschaft (IfA)

Art des Rankings	Themenbezogene Rankings	Datenbasis der Rankings
Originäre Rankings	Neuwagenabsatz Gebrauchtwagenabsatz Fahrzeugabsatz gesamt Umsatz Beschäftigte	Neuwagenabsatz Gebrauchtwagenabsatz Summe aus Neu- und Gebrauchtwagenverkäufen Umsatzerlöse (in Mio. EUR) Beschäftigte (inkl. Auszubildende)
Abgeleitete Rankings	Ratio GW/NW Umsatz je Mitarbeiter:in	Neuwagenabsatz Umsatzerlöse (in Mio. EUR)

## 2.2 TOP 100 Händlergruppen: Neuwagenabsatz

Bezogen auf den Neuwagenabsatz gelingt es der AVAG Holding SE erneut, die Spitze des Automobilhandelsgruppen-Rankings zu erobern. An dieser Stelle ist jedoch darauf hinzuweisen, dass die in den vergangenen Jahren absatzstärkste Automobilhandelsgruppe – mutmaßlich die Emil Frey Gruppe Deutschland – für die vorliegende Studie keine Daten zur Verfügung stellt. Analysiert man die Entwicklung der Emil Frey Gruppe Deutschland bezüglich der vergangenen Jahre, so ist davon auszugehen, dass sie auch im Jahr 2021 mehr Neuwagen als die AVAG Holding abgesetzt haben dürfte. Da das IfA-Ranking aber auf der jeweils erhobenen Datensituation aufbaut, belegt die AVAG Holding SE mit 58.637 abgesetzten Neuwagen in diesem Ranking weiterhin den ersten Rang bezüglich der absatzstärksten Handelsgruppen in Deutschland (**Abbildung 14**).

## 3 ENTWICKLUNG DER TOP 20 HÄNDLERGRUPPEN IN DEUTSCHLAND

### 3.1 Entwicklung des Neuwagenabsatzes

Die folgenden Aufstellungen zeigen die Entwicklung der TOP 20 Händlergruppen auf Basis der Neuwagenverkäufe 2021 in ihrer längerfristigen Entwicklung – und zwar für den Zeitraum 2007 bis 2021. Da für einige der TOP 20 Gruppen aus dem Jahr 2021 keine Daten für die Jahre 2007 und/oder 2014 vorliegen, rücken in den Tabellen die jeweils Nächstplatzierten mit vollständiger Datensituation auf. Die Positionierung im Ranking zum Neuwagenverkauf kann der ersten Spalte entnommen werden (**Abbildung 29**). Die ermittelten Ergebnisse zeigen die unterschiedliche Entwicklungsdynamik der größten deutschen Automobilhandelsgruppen.

Betrachtet man die Entwicklung des Neuwagenabsatzes seit dem Jahr 2007, so ragen die Wahl-Group (+221,4 Prozent), die Senger Gruppe (+195,1 Prozent), die Bleker-Gruppe (+156,6 Prozent), die Procar Automobile Gruppe (+152,7 Prozent), die Moll Gruppe (+150,3 Prozent) sowie die Feser-Graf Gruppe (+121,9 Prozent) mit dreistelligen Zuwachsraten heraus. Ebenfalls überdurchschnittliche Zuwächse sind bei der Brass-Gruppe (+89,0 Prozent), der AVAG Holding SE (+86,3 Prozent) sowie der Gottfried Schultz Gruppe (+58,2 Prozent) zu verzeichnen. Das Absatzwachstum ist umso beeindruckender, wenn man berücksichtigt, dass für den Gesamtmarkt im gleichen Zeitraum ein Rückgang von 3,15 Mio. auf 2,62 Mio. Neuzulassungen jährlich – bei einzelnen Fabrikaten häufig sogar größere Abweichungsrelationen – nachvollziehbar sind. Die Wellergruppe muss in dieser längerfristigen Betrachtung einen Rückgang beim Neuwagenabsatz hinnehmen (-12,3 Prozent). Auch die Fahrzeug-Werke LUEG AG (-0,1 Prozent) blicken auf eine negative Entwicklung zurück.

Insgesamt steigt die Zahl der abgesetzten Neuwagen der hier in die Betrachtung einbezogenen TOP 20 Händlergruppen zwischen 2007 und 2021 von 212.047 auf 335.078 Fahrzeuge an. Das entspricht einem Zuwachs von 58,0 Prozent. Bezogen auf das Jahr 2014 liegt der Zuwachs bei 26,8 Prozent.

## Abbildung 29 TOP 20: Entwicklung der Neuwagenverkäufe

Basis des Rankings: Neuwagenabsatz 2021<sup>2</sup>; Stand: 11. Juli 2022

<sup>1</sup>Abweichendes Geschäftsjahr 01.09.2020 – 31.08.2021 | <sup>2</sup>Es wurden nur die Gruppen berücksichtigt, bei denen die Daten in den drei Betrachtungszeiträumen vollständig verfügbar waren. Bei lückenhafter Datensituation wurde die nächstplatzierte Gruppe im Ranking Neuwagenverkäufe 2021 herangezogen (siehe erste Spalte)

Quelle: Institut für Automobilwirtschaft (IfA)

		Neuwagenabsatz			Veränderung in v. H.	
		2007	2014	2021	2007–2021	2014–2021
Hinweis: Die Liste erfüllt nicht den Anspruch auf Vollständigkeit, da einige Händlergruppen nicht bereit sind, ihre Geschäftszahlen zu publizieren.						
1	AVAG Holding SE, Augsburg <sup>1</sup>	31.476	45.624	58.637	+86,3	+28,5
2	Gottfried Schultz, Ratingen	20.252	28.402	32.032	+58,2	+12,8
3	Feser-Graf Gruppe, Nürnberg	13.738	21.966	30.485	+121,9	+38,8
6	Senger Gruppe, Rheine	6.100	9.745	18.000	+195,1	+84,7
7	LöhrGruppe, Koblenz	12.099	11.348	17.636	+45,8	+55,4
8	WELLERGRUPPE Holding SE & Co. KG, Berlin	17.238	15.510	15.111	-12,3	-2,6
9	Moll Gruppe, Düsseldorf	6.010	10.439	15.042	+150,3	+44,1
10	Brass-Gruppe, Aschaffenburg	7.832	10.100	14.800	+89,0	+46,5
11	Dello Gruppe, Hamburg	13.800	12.000	14.000	+1,4	+16,7
12	Wahl-Group, Siegen	4.200	6.150	13.500	+221,4	+119,5
13	Hahn Automobile GmbH + Co. KG, Fellbach	8.704	10.500	13.250	+52,2	+26,2
14	Fahrzeug-Werke LUEG AG, Bochum	13.100	11.963	13.085	-0,1	+9,4
16	Graf Hardenberg-Gruppe, Karlsruhe	9.578	12.000	12.326	+28,7	+2,7
18	Glinicke Automobilhandelsgruppe, Kassel	8.759	11.344	11.659	+33,1	+2,8
21	Bleker-Gruppe, Borken	3.960	4.492	10.160	+156,6	+126,2
23	Firmengruppe Fleischhauer-Franz, Köln	8.939	11.000	9.532	+6,6	-13,3
25	Beresa Gruppe, Münster	6.800	5.590	9.240	+35,9	+65,3
26	Penske Automotive Germany, Mannheim	8.862	14.414	9.075	+2,4	-37,0
27	Dresen-Gruppe, Neuss	7.200	6.112	8.915	+23,8	+45,9
28	Procar Automobile Gruppe, Wuppertal	3.400	5.490	8.593	+152,7	+56,5
<b>Gesamt TOP 20<sup>2</sup></b>		<b>212.047</b>	<b>264.189</b>	<b>335.078</b>	<b>+58,0</b>	<b>+26,8</b>

### 3.2 Entwicklung des Gebrauchtwagenabsatzes

Auch im Gebrauchtwagenbereich sind im Analysezeitraum beeindruckende Steigerungsraten nachvollziehbar. Bei den aufgeführten Gruppen verläuft das Wachstum im Gebrauchtwagengeschäft – wie bei den meisten anderen Handelsgruppen auch – häufig parallel zur Entwicklung im Neuwagenbereich. So können im Vergleichszeitraum zwischen den Jahren 2007 und 2021 fünf

## 4 HERAUSFORDERUNGEN FÜR AUTOMOBILHÄNDLERGRUPPEN

### 4.1 Handlungsdruck und Strategieoptionen

Die anhaltende Lieferkettenproblematik und die damit verbundenen Einschränkungen im Automobilhandel spiegeln sich auch in den ausgewiesenen Studienergebnissen im Jahr 2021 wider. Die deutlichsten Auswirkungen zeigen sich beim Neuwagenabsatz. Im Jahr 2021 setzen die TOP 100 Händlergruppen insgesamt 725.567 Neuwagen ab – im Vergleich zum Vorjahr ein erneuter Rückgang 0,6 Prozent (2020: 729.903 Neuwagen | 2019: 776.530 Neuwagen). Dabei sinkt der Neuwagenabsatz der TOP 100 Händlergruppen im Vergleich zum Gesamtabsatzmarkt aber unterdurchschnittlich. So beanspruchen die TOP 100 Händlergruppen im Jahr 2021 einen Anteil von rund 27,7 Prozent der deutschen Pkw-Neuzulassungen – in den Vorjahren lag der Absatzanteil deutlich niedriger (2020: 25,0 Prozent | 2019: 21,2 Prozent).

Ein etwas anderes Bild zeigt sich bei der Analyse des Umsatzes. In Summe erzielen die TOP 100 Händlergruppen im Jahr 2021 über alle in die Studie einbezogenen Geschäftsbereiche einen Gesamtumsatz von rund 44,1 Mrd. Euro – gegenüber dem Vorjahr (2020: 44,3 Mrd. Euro) ein moderater Rückgang um 0,5 Prozent. Somit liegt der Gesamtumsatz unter dem Vorjahresniveau. Damit lässt sich der vom ZDK ausgewiesene Umsatzrückgang im Kfz-Gewerbe (-2,7 Prozent) bei den TOP 100 Handelsgruppen nicht vollumfänglich nachvollziehen. Auch die Profitabilität der TOP 100 Händlergruppen verbessert sich im Vorjahresvergleich. Die durchschnittliche Umsatzrendite liegt mit 2,3 Prozent zwar weiterhin auf niedrigem Niveau, verbessert sich im Vorjahresvergleich aber um 0,7 Prozentpunkte und liegt somit wieder über Branchenniveau (nach ZDK-Daten: 1,6 Prozent).

Im Hinblick auf die aktuellen Herausforderungen überrascht es nicht, dass die Unternehmensmanager weiterhin die Steigerung der Erträge durch Optimierung der internen Prozesse und Unternehmensstrukturen forcieren. Der daraus resultierenden Erkenntnis, dass die Senkung der Kosten auf der einen Seite, sowie die Optimierung der Erlösstrukturen auf der anderen Seite wesentliche Stellhebel für den Unternehmenserfolg darstellen, schließt sich die Sondererhebung im vorliegenden IfA HändlergruppenMonitor an. So zeigt die vorliegende Studie die Auswertungen zur Beurteilung des empfundenen Handlungsdrucks (**Abbildung 34**) in ausgewählten Handlungsfeldern. Andererseits ist die strategische Ausrichtung (**Abbildung 35**), mit der die Handelsgruppen den Herausforderungen entgegentreten, von Interesse. Insgesamt können 97 Meinungsbilder berücksichtigt werden.

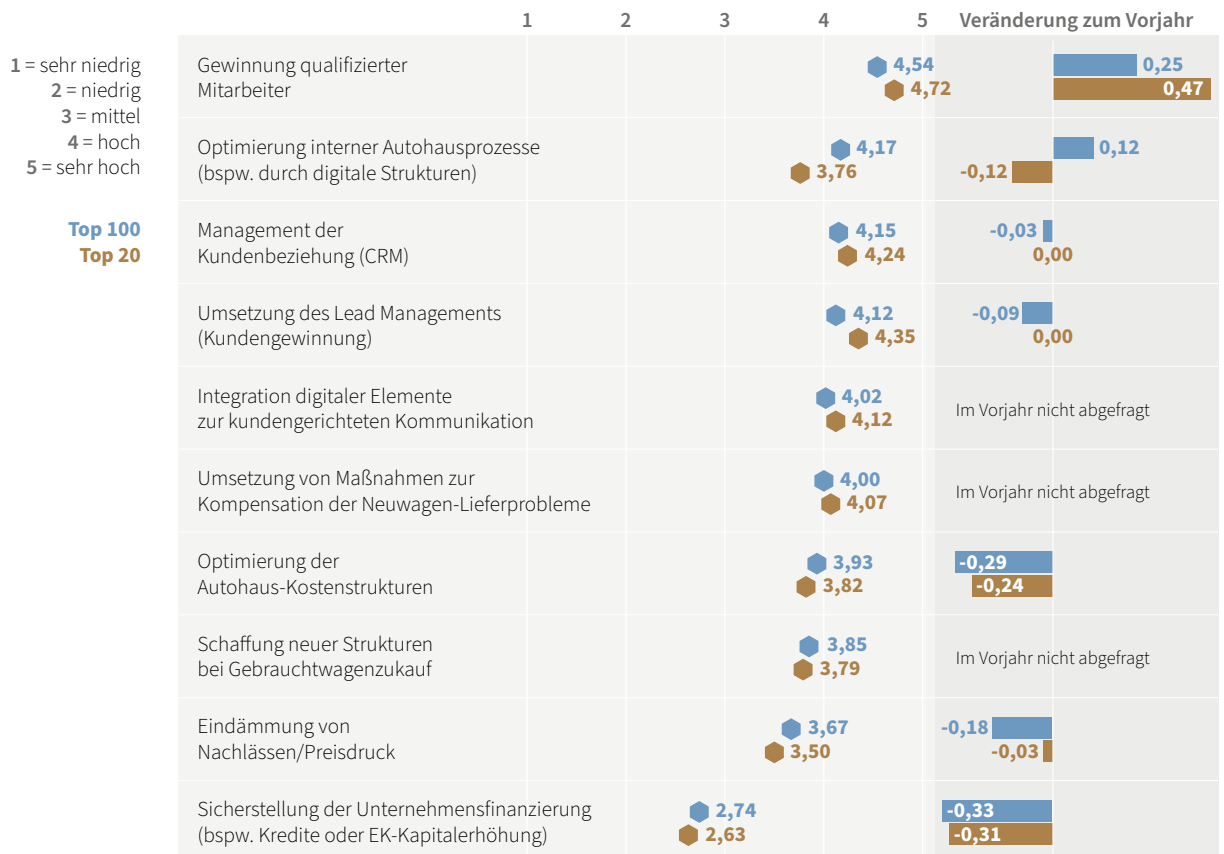
Den höchsten Handlungsdruck verspüren die Führungskräfte der TOP 100 Automobilhandelsgruppen bei der „Gewinnung qualifizierter Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter“ – mit stark steigender Tendenz. Bei diesem Kriterium zeigt sich die deutlichste Zunahme im Vergleich zum Vorjahr. Auf dem zweiten Rang folgt mit geringfügigem Abstand „Optimierung interner Autohausprozesse (bspw. durch digitale Strukturen)“. Auf dem dritten und dem vierten Platz folgen mit nahezu identischen Prioritäten die Handlungsfelder „Management der Kundenbeziehung (CRM)“ sowie die „Umsetzung des Lead Managements (Kundengewinnung)“ – beide Kriterien mit etwas rückläufiger Tendenz.

Abbildung 34

## Handlungsdruck der Händlergruppen in einzelnen Themenfeldern

Stand: 11. Juli 2022; Quelle: Institut für Automobilwirtschaft (IfA); Rangfolge nach Priorität TOP 100

### Wie bewerten Sie den Handlungsdruck in den nachstehend aufgeführten Themenfeldern?



Eine etwas andere Priorisierung zeigt sich bei den TOP 20 Handelsgruppen, die in der Auswertung ergänzend isoliert betrachtet werden. Sie setzen ebenfalls die „Gewinnung qualifizierter Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter“ – sogar mit einer höheren Priorität – auf den ersten Rang. Auf dem zweiten und dritten Rang folgen die „Umsetzung des Lead Managements (Kundengewinnung)“ sowie das „Management der Kundenbeziehung“. Bei den Attributen „Optimierung interner Autohausprozesse (bspw. durch digitale Strukturen)“ sind im Vergleich zum Vorjahr gegenläufige Tendenzen zwischen den TOP 100 und den TOP 20 Handelsgruppen nachvollziehbar. Während das Kriterium für die TOP 100 Handelsgruppen an Bedeutung zunimmt, verliert dieses Handlungsfeld bei den Verantwortlichen der TOP 20 Handelsgruppen an Bedeutung. Bei diesem Kriterium ist auch die größte Abweichung zwischen den TOP 100 und den TOP 20 Betrieben identifizierbar.

Der deutlichste Bedeutungsrückgang im Vergleich zum Vorjahr zeigt sich bei der „Sicherstellung der Unternehmensfinanzierung“ (bspw. durch Kredite oder EK-Kapitalerhöhung). Dies gilt in abgeschwächter Form ebenfalls für das Handlungsfeld „Optimierung der Autohaus-Kostenstrukturen“. Die „Eindämmung von Nachlässen/Preisdruck“ verliert ebenfalls im Vergleich zum Vorjahr an Bedeutung – sowohl bei den TOP 100 als auch bei den TOP 20.

# KURZPORTRÄTS DER TOP 100 HÄNDLERGRUPPEN

(Reihenfolge nach Neuwagenverkaufsvolumen)



## AVAG Holding

SOCIETAS EUROPAEA

### AVAG Holding SE

Die AVAG Holding SE ist eine herstellerunabhängige Automobilhandelsgruppe mit Aktivitäten in Deutschland, Österreich, Kroatien, Polen, Ungarn und Slowenien. Die Augsburgener Zentrale mit ihrer Management- und Finanzholding steuert aktuell europaweit 196 Betriebsstätten, davon 147 in Deutschland.

[avag.eu](http://avag.eu)

### Kennzahlen 2021

<b>Absatz</b>	58.637 Neuwagen
	58.817 Gebrauchtwagen
<b>Umsatz</b>	2.358,00 Mio. EUR
<b>Mitarbeitende</b> (inkl. Azubis)	5.544

### Markenportfolio

Abarth, Alfa Romeo, Cadillac, Chevrolet, Chrysler, Citroën, Cupra, DS Automobiles, Fiat, Ford, Honda, Hyundai, Isuzu, Kia, Lexus, Mazda, Mercedes-Benz, Nissan, Opel, Peugeot, Seat, Škoda, Subaru, Suzuki, Toyota, Volvo

## GOTTFRIED SCHULTZ

### Gottfried Schultz

Die Unternehmensgruppe Gottfried Schultz mit Sitz in Ratingen ist der größte konzernunabhängige Vertragshändler für die Marken der Volkswagen Group in Deutschland. Das Unternehmen – seit 1932 Vertragshändler – beschäftigt heute 2.396 Mitarbeitende (inkl. Azubis) in 28 Betrieben an den Standorten Düsseldorf, Neuss, Dormagen, Grevenbroich, Leverkusen, Solingen, Erkrath, Mettmann, Velbert, Wuppertal, Mülheim, Hagen und Essen.

[gottfried-schultz.de](http://gottfried-schultz.de)

### Kennzahlen 2021

<b>Absatz</b>	32.032 Neuwagen
	27.784 Gebrauchtwagen
<b>Umsatz</b>	1.921,00 Mio. EUR
<b>Mitarbeitende</b> (inkl. Azubis)	2.396

### Markenportfolio

Audi, Bentley, Bugatti, Cupra, Porsche, Seat, Škoda, Volkswagen

# IfA | DAT HändlergruppenMonitor 2022

Eine Studie des Instituts für Automobilwirtschaft (IfA)  
in Kooperation mit der DAT Deutsche Automobil Treuhand GmbH  
Oktober 2022



149 €  
zzgl. MwSt.

Bestellen Sie die  
Vollversion unter  
[Top100.dat.de](https://top100.dat.de)

**ifa** Institut für  
Automobilwirtschaft

**Institut für Automobilwirtschaft (IfA)**  
Parkstraße 4 | 73312 Geislingen  
Telefon +49 73 31 22-440  
[mail@ifa-info.de](mailto:mail@ifa-info.de) | [ifa-info.de](http://ifa-info.de)



**Deutsche Automobil Treuhand GmbH**  
Hellmuth-Hirth-Straße 1 | 73760 Ostfildern  
Telefon +49 711 4503-0  
[zentrale@dat.de](mailto:zentrale@dat.de) | [dat.de](http://dat.de)