

18. August 2016

Toyota Händler wachsen mit der Marke

Durchschnittliche Umsatzrendite im Handel steigt auf 1,8 Prozent

- Plus von einem Prozentpunkt: Neue einstufige Händlernetzstruktur zeigt deutliche Erfolge
- Reduzierte Fixkosten und höhere Erlöse beim Neuwagengeschäft
- Toyota peilt stabile Mindestrendite von 1,5 Prozent an

Köln. Der Erfolg der Marke Toyota kommt bei den Händlern an: Im ersten Halbjahr dieses Jahres konnten die Vertriebspartner des japanischen Automobilherstellers eine durchschnittliche Händlerrendite von 1,8 Prozent erzielen. Im Vergleich zum Vorjahreszeitraum haben die Toyota-Händler ihren Gewinn somit fast verdoppelt. Langfristig peilt Toyota für seine Händler eine stabile Rendite von mindestens 1,5 Prozent für ein volles Jahr an.

Daran zeigt sich, dass die Toyota Deutschland GmbH mit der im Mai 2015 eingeleiteten Umstrukturierung des Händlernetzes auf dem richtigen Weg ist. Die nun vorgelegten Halbjahreszahlen beziehen sich auf die aktuellen Händler des neuen Netzes im Vergleich zum Vorjahr und zeigen die ersten Erfolge der einstufigen Struktur, die seit Juni 2016 aktiv ist.

Weitere Gründe für die hohe Händlerrendite sind reduzierte Fixkosten und höhere Erträge aus dem Neuwagengeschäft. Unter Berücksichtigung der Saisonalisierung zeigt die Prognose für das Gesamtjahr 2016, dass schon in diesem Jahr eine Gesamtrendite von 1,5 Prozent erreichbar ist. Dies wäre ein Jahr früher als ursprünglich geplant.

Im neuen Netz werden Fahrzeuge ausschließlich über Direkthändler vertrieben. Gegenüber dem bisherigen System mit Gruppenhändlern und angeschlossenen Partnerhändlern bietet dies den Vorteil eines direkten Kontakts mit verkürzten Kommunikationswegen und vereinfachten organisatorischen Prozessen.

„Dieses Ergebnis ist sehr erfreulich. Unser Ziel lautet weiterhin: nachhaltiges Wachstum“, kommentiert Tom Fux, Präsident Toyota Deutschland die vorliegenden Zahlen. „In der neuen Netzstruktur können wir den Kontakt zu unseren Händlern intensivieren und ihnen gleichzeitig mehr Selbstständigkeit übertragen. Davon profitieren beide Seiten und damit

letztlich das wichtigste Glied in dieser Kette: der Kunde.“

Und ein Ende ist noch nicht erreicht:

„Im Vertriebsnetz für den Neu- und Gebrauchtwagenverkauf gibt es deutschlandweit in wirtschaftlich attraktiven Regionen wie beispielsweise Rosenheim, Wiesbaden und Mainz noch Open Points, für die engagierte Partner gesucht werden“, so Heiko Twellmann, Leiter Händlerentwicklung bei Toyota Deutschland.

Derzeit besteht das Toyota Händlernetz aus ca. 250 Unternehmen mit insgesamt ca. 400 Vertriebsstandorten. Hinzu kommen knapp 250 Servicestandorte, die mit ihren hohen Qualitätsstandards ebenfalls einen wichtigen Beitrag zum besonderen Toyota Markenerlebnis leisten.

Diese Meldung und weitere Informationen rund um Toyota finden Sie auch unter:

www.toyota-media.de

Ihr Ansprechpartner bei redaktionellen Rückfragen:

Sandra Tibor, Tel. (02234) 102-2235, Fax (02234) 102-992235

Sandra.Tibor@toyota.de