



Gernot Keusch in seinem neuen Autohaus in Wien 22

Auto-Knappheit: „Durchs Tal der Tränen bis 2023“

Lieferengpässe hemmen die ganze Branche

Nachgefragt. Auf 17.000 Quadratmetern Fläche und um fast 25 Millionen Euro haben Gernot und Isabella Keusch, Inhaber von Auto Stahl, ein neues Autohaus im 22. Wiener Bezirk errichtet. Dort werden sieben Marken vertrieben, jede in einem eigenen „Haus“, 70 Dienstnehmer sind tätig. Damit kommt Gernot Keusch seinem Ziel, an allen wichtigen Ecken Wiens ein Autohaus zu haben, einen Schritt näher.

So eine Investition, wo sich die Branche gerade komplett wandelt? Das Internet stärker wird? „Der Autokauf ist das zweitgrößte Investment, nach dem Wohnen. Die Dinge, wo es um viel Geld geht, will man fühlen und spüren“, verteidigt Gernot Keusch sein Projekt. Was sich aber doch geändert hat: „Heute kommen die Menschen nicht fünf Mal, bevor sie ein Auto kaufen, sondern nur 1,5 Mal. Weil sie sich im Vorfeld im Internet schon umfassend informieren.“

Wenig Ware

Sorge bereiten ihm aber die Lieferengpässe vonseiten der Autohersteller. Jaguar/Land Rover hätte Lieferzeiten von bis zu eineinhalb Jahren, Volvo sechs Monate, Ford und Kia sechs bis acht Monate. „Es stellt mich vor ein massives wirtschaftliches Problem. Ohne Ware, kein Umsatz und folglich kein Ertrag. Das be-

deutet auch weniger Kunden, die mit den Autos in die Werkstatt kommen“, erklärt Keusch. Er kenne Kollegen, die ihre Vertriebsmitarbeiter in Kurzarbeit schicken wollen. „Was wir derzeit erleben, gehört zu den Kollateralschäden der Corona-Krise“, erklärt der Unternehmer.

Er stelle sich auf eine längere Durststrecke ein. „Anfang 2023 könnte es besser werden, aber jetzt gehen wir bis zum nächsten Sommer durchs Tal der Tränen. Man muss das Licht am Ende des Tunnels sehen: der Umsatz geht jetzt runter, aber irgendwann werden wir das wieder aufholen“, ist Keusch überzeugt. Am Ende würden aber wohl nur die Starken überleben: „Ich glaube, es wird massiv zu einer Ausdünnung auf dem Händlersektor kommen“, sagt er.

Vonseiten der Autohersteller würde man diese Situation aktuell dafür nützen, um von den Rabattschlachten wegzukommen. „Man modifiziert die Preise und steuert die Nachlasssituation. Wenn ein Gut knapp ist, gibt es weniger Rabatte. Autofirmen wollen definitiv raus aus den Rabattschlachten“, so Keusch. Aktuell „nehmen Kunden, was da ist.“ Der Preis für ein Auto sei wegen der Knappheit nur noch sekundär.

Mehr dazu und das Interview im Wortlaut finden Sie auf motor.at **SANDRA BAIERL**