

Im Zubehörhandel ist Musik

Fokus-Studie: Bis 2010 soll der deutsche Markt um zwölf Prozent wachsen

Matthias Karpstein
Automobilwoche, 20.11.2006

München. Der Handel mit Autozubehör wird bis zum Jahr 2010 zunehmend attraktiver für den freien Teilehandel und die Vertragshändler. Die Schweizer Unternehmensberatung Fokus erwartet in ihrer aktuellen Studie „Automobiles Zubehör in Deutschland“ ein Anwachsen des Zubehörmarkts um zwölf Prozent – von 2,3 Milliarden Euro im vergangenen Jahr auf 2,6 Milliarden Euro im Jahr 2010. Der Markt für Zubehör wird sich demnach mit einem jährlichen Wachstum von 2,4 Prozent schneller vergrößern als der Teilemarkt, dem nur ein Wachstum von 1,5 Prozent vorhergesagt wird.

Wachstumstreiber ist vor allem der Bereich „Car-Hi-Fi“, zu dem neben Autoradios auch Navigationssysteme und Freisprechanlagen zählen. Das Zubehörgeschäft mit Musik und Sprache im Fahrzeug wird sich mit 18 Prozent Wachs-

tum laut Fokus-Studie überdurchschnittlich gut entwickeln. Auch der Markt für optisches Zubehör wie Komfortsitze, Spoiler oder Chromgrills wächst mit zehn Prozent noch zweistellig. Weniger wachstumsstark werden von Fokus die Märkte für Transport-Zubehör wie beispielsweise Dachboxen (fünf Prozent) und für Sicherheits- und Komfort-Zubehör wie Klimaanlage und Kindersitze (drei Prozent) eingeschätzt.

Wachstum bei Zubehör

Die Marktentwicklung der Segmente bis zum Jahr 2010

Produkt-segmente	Marktgröße/ -anteil Mio. €	Markt- wachstum 2005-2010
Car-Hi-Fi	1.240 53%	+18%
Optisches Zubehör	670 29%	+10%
Transport- Zubehör	270 12%	+5%
Sicherheits-/ Komfort- Zubehör	140 6%	+3%

Quelle: Fokus

© Automobilwoche

Die Studie erwartet auch leichte Marktanteilsveränderungen unter den Vertriebskanälen bis zum Jahr 2010. Gewinner werden demnach Markenhandel und Markenwerkstätten mit zwei Prozent mehr Marktanteil sowie der freie Teile- und Zubehörhandel mit einem Prozent Zuwachs sein. Die freien Werkstätten und Werkstattkonzepte geben wie der Reifenfachhandel je ein Prozent Marktanteil ab.

Konkurrenz erwächst dem stationären Handel vor allem aus dem Internet, denn das Datennetz entwickelt sich im Zubehörgeschäft zum wichtigsten Informations- und Kaufmedium. Schon heute informieren sich die Kunden vor dem Kauf häufiger im Internet als in Fachzeitschriften oder bei Bekannten. Wichtigstes Kaufkriterium ist für sie die Produktqualität vor einem niedrigen Preis. Gute Produktberatung, mit der die Händler vor Ort Kunden gewinnen könnten, landet als Kaufkriterium lediglich auf Platz fünf.