

Medienmitteilung

Datum 21. Januar 2022

Im zweiten Coronajahr gut gearbeitet und wichtige Weichen gestellt

AMAG Gruppe: Auf dem Weg zu nachhaltiger individueller Mobilität

Group Communication

AMAG Group AG
Group Communication
Alte Steinhäuserstrasse 12+16
6330 Cham
Telefon 044 269 53 00
Fax 044 269 53 53

Twitter @AMAG_Media
amag.blog

www.amag-group.ch

Die AMAG Gruppe schliesst 2021 mit einem konsolidierten Umsatz von 4,3 Mia. Franken ab. Sie konnte zudem mit ihren Marken Volkswagen, Audi, ŠKODA, SEAT/CUPRA, und VW Nutzfahrzeuge den Marktanteil in einem weiter schwachen Gesamtmarkt steigern und die Führungsposition bei rein elektrischen Fahrzeugen übernehmen. In den kommenden Jahren investiert die AMAG Gruppe in Nachhaltigkeit und Digitalisierung und erweitert das Produkte- und Dienstleistungsangebot rund um die Elektromobilität. Die «Customer Convenience» steht im Zentrum.

Vor Jahresfrist war die Hoffnung berechtigt, dass sich das Jahr 2021 gegenüber dem Vorjahr wieder merklich erholen würde. Doch heute ist klar, dass dem nicht so war. Das Corona-Virus hat die Welt während der letzten zwölf Monate weiter beschäftigt und die damit verbundenen Auswirkungen haben den Welthandel geprägt. Die «Chipkrise» hat ganze Wirtschaftssektoren getroffen, so auch die weltweite Automobilproduktion. Der Schweizer Automarkt konnte mit 238'481 neu immatrikulierten Personenwagen gegenüber 2020 (236'827 Einheiten) nur marginal zulegen und liegt weiterhin deutlich unter einem «normalen» Autojahr (rund 300'000 Einheiten). Auch die Marken der AMAG waren von der weltweiten Situation betroffen. Dennoch konnten sie in der Schweiz noch einmal leicht zulegen und erreichten einen Marktanteil von 31,2%. Die Marken Audi und SEAT/CUPRA konnten erheblich in der Gunst von Frau und Herr Schweizer zulegen, ŠKODA hat mit dem ENYAQ das «Lieblingsauto der Schweiz» im Angebot und Volkswagen bleibt weiterhin die Nummer 1 im Markt. Fast 10'000 rein elektrische Fahrzeuge der «AMAG Marken» konnten 2021 zugelassen werden, was eine Verdreifachung gegenüber 2020 und auch hier die Spitzenposition für die Marken des Volkswagen-Konzerns bedeutet.

Die AMAG Gruppe blickt mit einem Umsatz von 4,3 Mia Franken auf ein schwieriges, aber letztlich gutes Jahr 2021 zurück. Helmut Ruhl, CEO AMAG Group AG: «Ich durfte die Führung der AMAG in einer herausfordernden Zeit übernehmen und entsprechend stolz bin ich, dass wir als Gruppe 2021 sehr gut gearbeitet haben. In herausfordernden Zeiten zeigt sich die Stärke der AMAG Gruppe und die gute Zusammenarbeit mit den Vertriebs- und Servicepartnern. Die Werkstätten waren 2021 gut ausgelastet und es ist der gesamten Handelsorganisation auch gelungen, den Marktanteil unserer Marken zu steigern. Ein

herzliches Dankeschön an unsere Kundinnen und Kunden für das Verständnis, dass die Pandemie teilweise auch Auswirkungen auf die Liefertermine unserer Fahrzeuge hatte.»

Aktuell arbeiten rund 6'500 Mitarbeitende in der AMAG Gruppe. Davon sind rund 740 Lernende.

Digital und analog: Für alle Kundenbedürfnisse eine Lösung

Die Automobilbranche befindet sich im Wandel. Neue Technologien und neue Nutzungsmodelle sind heute Alltag. Die Herausforderung an ein Unternehmen wie die AMAG Gruppe ist es, diesen Wandel zu gestalten und sich erfolgreich weiterzuentwickeln. So hat die AMAG eigene Garagengruppe im letzten Jahr sowohl weiter in die Digitalisierung als auch in die eigenen Standorte investiert. Im April hat die AMAG das Geschäft der Garagengruppe Grosspeter übernommen und ist nun mit allen Marken in der Region Nordwestschweiz vertreten. In Noranco, Mendrisio und in Biel konnten neue Standorte eröffnet werden und in Wettswil nahm das erste eigenständige Carosserie- und Lack-Center seinen Betrieb auf. Gleichzeitig kann die Kundschaft heute online Fahrzeuge kaufen, verkaufen oder abonnieren, Termine vereinbaren oder Schadenfälle melden. Helmut Ruhl: «Unsere Kundinnen und Kunden nutzen natürlich digitale Medien – kommen aber weiterhin in die Garage - Omni-Channel ist also das Stichwort. Wir wollen für die Kundinnen und Kunden die Interaktion mit uns so einfach und individuell wie möglich gestalten.»

Neue Kundenerlebnisse bei Porsche

Die AMAG First AG hat für die Marke Porsche am Standort Riesbach nach einem grösseren Umbau das erste Porsche Studio der Schweiz eröffnet. Ein komplett neues Storekonzept, das nicht nur Verkaufsraum, sondern darüber hinaus Begegnungszone für Porsche Fans ist. Zudem hat die AMAG First in der zweiten Jahreshälfte auch einen Porsche E-Pop-up-Store in Zürich betrieben. Und der Standort Schlieren ist seit dem 1. Januar 2022 ein exklusives Porsche Zentrum.

AMAG Leasing: Weiter gewachsen

Die AMAG Leasing AG konnte das Neufinanzierungsvolumen gegenüber dem Vorjahr um 6 Prozent steigern und hat heute ein Vertragsportfolio von 184'350 Leasingverträgen. Im September konnte die AMAG Leasing AG erfolgreich einen Green Bond über 175 Mio. Franken sowie kurz darauf ein neues Finanzprodukt mit dem Auto Covered Bond über 260 Mio. Franken platzieren und damit die Voraussetzung für die weitere Entwicklung des Geschäfts schaffen. Die Investoren der AMAG Leasing AG unterstützen erfreulicherweise die Transformation der Gruppe zur führenden Anbieterin nachhaltiger individueller Mobilität.

AMAG Services: Blick in die Zukunft

Auch 2021 war für die Reisebranche ein schlechtes Jahr, die Unsicherheiten und immer wieder wechselnde Einreisebestimmungen hielten viele Menschen vom Reisen ab. Das merkte die Mietwagenbranche weltweit ebenfalls. Auch die AMAG Services AG mit Europcar wurde davon nicht verschont. Doch konnte Europcar in der Schweiz in der zweiten Jahreshälfte deutlich zulegen und das lokale Geschäft bewegt sich wieder auf Vor-Corona-

Niveau. Europcar als Nummer eins im Markt hat trotz den aktuellen Branchenherausforderungen konsequent investiert und mit über 200 BEV im Angebot die grösste E-Mietwagenflotte der Schweiz.

Die AMAG Services AG lanciert 2022 ein neues Angebot für Elektroauto-Interessierte. Wer bei Europcar langfristig ein Elektroauto mietet, erhält pro Mietmonat das Recht, während drei Tagen einen Verbrenner zu fahren, die beispielsweise kumuliert für den Sommerurlaub genutzt werden können. Helmut Ruhl: «Mit dem neuen Mietangebot haben wir eine überzeugende Lösung für alle Kundinnen und Kunden, die noch Bedenken äussern, dass es nur mit dem E-Auto nicht geht. Unser Anspruch ist grundsätzlich, Lösungen für Kundenbedürfnisse zu finden.» Zum schwierigen vergangenen Jahr sagte Helmut Ruhl weiter: «Trotz Corona und Reiseflaute hat das Europcar-Team gut und an der Zukunft gearbeitet. In dieser schwierigen Zeit konnten wir durch gemeinsame Anstrengung Mitarbeitenden in anderen Einheiten neue Tätigkeitsfelder anbieten. Ich bin sehr zufrieden, dass wir hier wegen Corona keine Entlassungen aussprechen mussten, sondern uns auf die Zukunft des Mietwagengeschäfts und die sich wandelnden Bedürfnisse fokussieren konnten.»

Clyde: ab Februar 2022 BEV-Abo inklusive Strom und ab 2024 zu 100 Prozent elektrisch

Damit die Elektromobilität Erfolg haben wird, muss sie so bequem und einfach sein wie das bekannte Angebot. Darum entwickelt die AMAG Gruppe ihre Angebote weiter.

Clyde ist als Abo-Angebot 2019 lanciert worden und hat sich seither sehr erfreulich entwickelt. Allein im Jahr 2021 hat das Fahrzeugvolumen um 150 Prozent zugenommen. Nun tritt Clyde in eine neue Phase. 2022 beginnt die Transformation zum rein elektrischen Mobilitätsökosystem. Neben den bekannten Vorteilen des Clyde-Angebots wie verschiedene Laufzeiten, verschiedene Kilometer-Pakete und Inklusivleistungen wie Versicherung, Steuern, Service, Reifen oder die Lieferung des Fahrzeugs innerhalb von zehn Tagen – inklusive Heimlieferung - wird das Markenportfolio um weitere BEV-Marken erweitert. Zudem enthält das E-Auto-Abo nun auch eine Ladeflatrate. Mit der Ladekarte kann in der Schweiz und in ganz Europa unbegrenzt und ohne Zusatzkosten geladen werden. Clyde perfektioniert somit die Idee eines Abos: sehr flexibel, volle Kostentransparenz und ohne Kostenrisiko – ein neues «Convenience-Angebot» der AMAG Gruppe. Zudem wird sich Clyde bis 2024 zu einem 100-Prozent-Elektromobilitätsanbieter entwickeln.

Volton – das entstehende Angebot für Geschäftskunden

Der Bedarf an nachhaltigen Lösungen steigt auch im Geschäftskundenbereich. Die AMAG Gruppe will dem gerecht werden und lanciert unter der neuen Marke Volton eine Komplettlösung aus einer Hand. Convenience für Geschäfts- und Flottenkunden, denen Volton eine umfassende Beratung hinsichtlich Fahrzeuge, Ladeinfrastruktur, Finanzierung oder Fleet Management, inklusive Lade- und Abrechnungslösungen, bieten wird. Geschäftskunden können komplette Infrastrukturen in Auftrag geben, einschliesslich

Engineering und Projektleitung. Das neue Geschäftsmodell wird derzeit in Pilotprojekten für die Markteinführung vorbereitet.

Aquacar: Transparenz beim Occasionshandel durch Digitalisierung

Seit Oktober ist der neue digitale Service Aquacar (www.aquacar.ch) live und hat sich stets weiterentwickelt. Mit einem neuen Machine-Learning getriebenen Algorithmus bietet Aquacar als schweizweit erstes digitales Produkt einen kostenlosen Schätzwert an, ohne persönliche Benutzerdaten zu fordern. Aquacar setzt den Fokus auf Usability und Convenience für den privaten Verkäufer. Dank einem von der AMAG Corporate Services AG eigenentwickelten Preismodell bietet Aquacar einen fairen, unabhängigen Preis. Diese objektive Preis-Range bietet einen neutralen Verhandlungsspielraum für Verkäufer und interessierte Händler.

Helmut Ruhl dazu: «Einer unserer strategischen Schwerpunkte ist die Digitalisierung der Prozesse, um unser Geschäft noch kundenfreundlicher zu machen und der Kundschaft und dem Handel einen Mehrwert zu bieten. Ein Auto wechselt normalerweise mehrmals die Besitzerin oder den Besitzer. Aquacar schafft mit seiner umfassenden Datenbank mehr Transparenz beim Occasionshandel. Unser Angebot stellt den privaten Verkäufer und seine Bedürfnisse in den Mittelpunkt. Aquacar unterstützt den privaten Verkäufer optimal – darum auch 'Fairkauf Dein Auto' und nicht 'Wir kaufen Dein Auto'.»

Weiter ergänzt Helmut Ruhl: «Mit den neuen Abo-Modellen von Clyde und Europcar erleichtern wir den Einstieg in die Elektromobilität und mit Aquacar den Umstieg auf die Elektromobilität: hier können Herr und Frau Schweizer ihren aktuellen Verbrenner einfach verkaufen!»

Klima- und Nachhaltigkeitsstrategie greift

Im vergangenen August hat die AMAG Gruppe ihre Klima- und Nachhaltigkeitsstrategie vorgestellt und aufgezeigt, welche Massnahmen bereits umgesetzt und geplant sind. Die AMAG Gruppe hat sich verpflichtet, bis 2025 als Unternehmen klimaneutral zu arbeiten. Zudem hat sie die Ambition, bis 2040 einen klimaneutralen Fussabdruck gemäss Net Zero zu erreichen. Ein halbes Jahr später zeigt sich nun, dass die Umsetzung gemäss Plan läuft. Von den geplanten Photovoltaikanlagen bei AMAG Retail konnten wie geplant die Standorte Wettwil, Basel und Winterthur bereits in Betrieb genommen werden. Das neu geschaffene Group Sustainability Board hat zudem den Ausbauplan bis 2025 beschleunigt – über 65'000 m² PV-Anlagen sollen bis zur Mitte des Jahrzehnts gebaut werden, 30 Prozent mehr als im vergangenen Sommer kommuniziert.

Bei den Dienst- und Einsatzwagen betrug der BEV/PHEV-Anteil per Ende 2021 56 Prozent. Zudem wurden im vergangenen Jahr 2'805 Mitarbeitende der gesamten Handelsorganisation speziell auf Elektromobilität geschult.

Die AMAG Gruppe hat zudem einen internen CO₂-Preis von 120 Franken pro Tonne festgelegt, um Klimastrategie und Wirtschaftlichkeitsüberlegungen bei der Entscheidungsfindung in der Gruppe zu verankern. Der neu geschaffene Klima- und

Innovationsfonds der AMAG Gruppe ging im Oktober 2021 ein erstes Engagement ein und beteiligte sich am Schweizer ETH Spin-off Synhelion, das eine Technologie entwickelt hat, um die weltweiten CO₂-Emissionen zu reduzieren, indem es in seinem Prozess mit Solarwärme «Solar Fuels» herstellt.

2022 wird die AMAG Gruppe auch ihre bisherigen freundschaftlichen Beziehungen zu Climeworks ausbauen und eine langfristige Partnerschaft eingehen. Schon bald werden die beiden Unternehmen einen entsprechenden Zusammenarbeitsvertrag unterzeichnen. Climeworks, ein weiteres ETH Spin-off, hat eine Technologie zum CO₂-Entzug aus der Luft entwickelt und eliminiert dieses langfristig durch die Einlagerung in Basaltgesteinsschichten.

AMAG CEO Helmut Ruhl: «Die AMAG Gruppe ist ein junges Unternehmen. Uns gibt es in dieser Form erst seit 2018. Wir sind fokussiert auf Mobilität und im Wandel. Und wir haben eine Verantwortung. Darum haben wir einen weiteren strategischen Schwerpunkt auf Nachhaltigkeit gelegt und investieren, neben unseren eigenen Reduktionsmassnahmen, entsprechend in Massnahmen, die der Absenkung des CO₂ Ausstosses dienen. Mit Synhelion und Climeworks arbeiten wir hier mit zwei innovativen Schweizer Unternehmen zusammen. Die AMAG Gruppe will mit ihrem Angebot und ihrem Handeln Teil der Lösung für eine nachhaltige individuelle Mobilität sein.»

Überblick der Marktperformance

	Neuzulassungen 2021	Marktanteil	Veränderung Zulassungen	Veränderung Marktanteil
Markt Total	238'481		+0,7%	
VW*	25'817	10,8%	-2,3%	-0,3%
ŠKODA	18'702	7,8%	-0,3%	-0,1%
Audi	17'034	7,1%	+14,6%	+0,9%
SEAT/CUPRA	12'786	5,4%	+13,6%	+0,6%
Total PW AMAG	74'339	31,2%	+4,3%	+1,1%
<small>* PW 22'855 / NF 2'962 Zulassung M1</small>				
VW Nutzfahrzeuge Sachentransporter	4563			
VW Nutzfahrzeuge Camper und übrige	2828			
TOTAL AMAG	81'730			

(+ 1440 Fahrzeuge der Marke Porsche und 30 der Marke Bentley)

Quelle: auto-schweiz

Für Fragen wenden Sie sich bitte an:

AMAG Group AG
Dino Graf
Leiter Group Communication
Telefon +41 44 269 53 00
presse@amag.ch

AMAG Group AG
Emanuel Steinbeck
Leiter Group PR
Telefon +41 44 269 53 04
presse@amag.ch

Über das Unternehmen:

Die AMAG Group AG ist ein Schweizer Unternehmen. Die AMAG Import AG importiert und vertreibt Fahrzeuge der Marken Volkswagen, Audi, SEAT, ŠKODA, CUPRA und VW Nutzfahrzeuge über das grösste Vertreternetz der Schweiz (über 450 Händler und Servicepartner). Dazu zählt auch die AMAG Automobil und Motoren AG mit rund 80 eigenen Garagenbetrieben, Occasions und Carrosserie Centern. Sie ist zudem auch Bentley Stützpunkt. Ein weiteres Tochterunternehmen ist die AMAG First AG, die grösste Porsche Handelsorganisation der Schweiz.

Zur AMAG Gruppe gehören ausserdem die AMAG Leasing AG als Finanzdienstleister, die AMAG Parking AG, die diverse Parkhäuser bewirtschaftet, und die AMAG Services AG, welche Lizenznehmerin von Europcar und ubeeqo für die Schweiz ist und an den Schweizer Flughäfen Valetparking und schweizweit Chauffeurdienstleistungen anbietet. Die mobilog AG bietet seit 2021 Logistikkdienstleistungen auch für Dritte an, zudem betreibt die AMAG Gruppe ein Innovation & Venture Lab. Seit 2018 ist die AMAG Mitinhaberin von autoSense, der Lösung für digitale Vernetzung von Fahrzeugen und seit 2019 bietet sie mit Clyde ein Auto-Abomodell an. Zudem ist sie Partnerin bei der Swiss Startup Factory.

Die AMAG Gruppe verpflichtet sich, bis 2025 als Unternehmen klimaneutral zu arbeiten. Zudem hat die AMAG die Ambition, bis 2040 einen klimaneutralen Fussabdruck gemäss Net Zero zu erreichen. Sie bekennt sich zum 1,5-Grad-Ziel des Pariser Klimaschutzabkommens und zu den Science Based Targets.

Die AMAG Group AG beschäftigt rund 6'500 Mitarbeitende, davon rund 740 Lernende.