

LESEPROBE
Vollversion unter
dat.de/top100

IfA | DAT HändlergruppenMonitor 2026

Die TOP 100
Automobilhändlergruppen
in Deutschland

**Mit Kennzahlen-Spezial
zum Geschäftsjahr 2025 sowie
Kurzporträts der Unternehmen**

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

Eine Studie des Instituts für Automobilwirtschaft (IfA)
22., aktualisierte Auflage, September 2026

LIEBE LESERINNEN UND LESER,

der deutsche Automobilhandel befindet sich 2026 in einer Phase beschleunigter Neuordnung. Eine verhaltene Nachfrage, steigende Kosten und sinkende Margen treffen auf hohe Investitionen in Elektromobilität, Digitalisierung, Datenkompetenz und Qualifizierung. Wer in diesem Umfeld bestehen will, muss das Bestehende absichern und zugleich neue Strukturen konsequent gestalten.

Die 22. Auflage unseres HändlergruppenMonitors zeigt, dass die großen Gruppen handlungsfähig bleiben. Die TOP 100 steigern 2025 Fahrzeugverkäufe und Umsätze. Gleichzeitig sinkt ihre durchschnittliche EBT-Umsatzrendite auf 1,4 Prozent. Größe und Wachstum schaffen Reichweite, sichern aber noch keine auskömmliche Profitabilität.

Besondere Aufmerksamkeit verdient das Servicegeschäft. Werkstatt und Teile bleiben der Ergebnisstabilisator des Autohauses, stehen jedoch selbst unter Druck. Fachkräftengpässe, steigende Teilepreise und komplexere Prozesse belasten die Betriebe. Hinzu kommt, dass viele Händler die Unterstützung durch Hersteller und Importeure kritisch beurteilen, etwa bei Garantie- und Kulanzvergütungen, Teilepreisen und der praktischen Abwicklung.

Zugleich verändert sich das Marktgefüge. Internationale Gruppen übernehmen große regionale Plattformen, während Hersteller ihre Agenturpläne überprüfen oder nur selektiv fortführen. Für Händlergruppen bedeutet dies, ihre Rolle neu zu bestimmen: als verlässliche Partner ihrer Kunden, als attraktive Arbeitgeber und als leistungsfähige Plattformen, die Kundennähe mit Effizienz und Skaleneffekten verbinden. Die aktualisierten Branchendaten zeigen dabei für 2025 steigende Umsätze und Beschäftigung. Zugleich werden die Markennetze langfristig dichter gebündelt.

Die Ergebnisse unserer Untersuchung machen deutlich, dass sich Zukunftsfähigkeit nicht aus Größe allein ableiten lässt. Entscheidend sind Ertragskraft, belastbare Prozesse, Finanzierungskraft, qualifizierte Mitarbeitende und die Fähigkeit, Veränderungen frühzeitig in konkrete Entscheidungen zu übersetzen. Stillstand ist keine Option. Wer nicht gestaltet, wird gestaltet. Das neue Szenario bis 2035 veranschaulicht eine weitere Bündelung im Vertrieb bei vergleichsweise dichtem Servicenetz. Es dient der strategischen Orientierung – sein Eintreten hängt von Nachfolge, Finanzierung, Herstellerstrategien und regionaler Nachfrage ab. Größe wird damit erst durch erfolgreiche Integration und wirtschaftlich tragfähige Prozesse zum Vorteil.

Jetzt gilt es, den Wandel selbstbewusst anzupacken. Diese Studie soll Ihnen dafür Orientierung, Vergleichsmaßstäbe und konkrete Impulse geben.

Ihr

Prof. Dr. Stefan Reindl

Ihr

David Sosto Archimio (M. A.)



Prof. Dr. Stefan Reindl
Direktor des Instituts für
Automobilwirtschaft (IfA)
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,

was kommt? Was geht? Was bleibt? Diese Fragen lassen sich bezogen auf den Automobilhandel oft nur schwer beantworten.

Hilfreich ist da die vorliegende Studie zu den Top-100-Handelsbetrieben. Denn: Der deutsche Automobilhandel befindet sich 2026 in einer Phase fortgesetzter, rasanter Veränderung. Größe allein reicht nicht, um dauerhaft erfolgreich zu sein. Was zählt, ist die Ertragskraft, die Robustheit der Prozesse und die Fähigkeit, Veränderungen konkret in Handlungen umzusetzen. Diese Erkenntnis gilt international genauso: Marktstrukturen werden zunehmend durch grenzüberschreitende Konsolidierung, neue Partnerschaften und unterschiedliche Vertriebsmodelle geprägt.

Besonders hervorzuheben ist der fortschreitende Trend zur Internationalisierung. Internationale Händlergruppen gewinnen in Deutschland nicht nur Marktanteile, sondern bringen auch Plattformkompetenzen, Finanzierungsstärke und integrierte ServiceÖkosysteme mit. Zugleich beobachten wir, wie chinesische Fabrikate und andere globale Akteure das Marktgefüge international beeinflussen. Diese Entwicklungen unterstreichen die Bedeutung einer offenen, datengetriebenen Handelsstrategie, die lokal Kundennähe wahrt und zugleich Skaleneffekte über Grenzen hinweg realisiert.

Die DAT strebt danach, diese Dynamik systematisch zu begleiten: durch Technologien, Software, Daten und praxisnahe Impulse, die sowohl deutschen als auch internationalen Partnern helfen, Wettbewerbsvorteile zu sichern. Die hier gemeinsam mit dem Institut für Automobilwirtschaft präsentierten Kennzahlen, Analysen und Kurzporträts bieten Orientierung, Vergleichbarkeit und Orientierungshilfen – für fokussierte Entscheidungen in einer sich rasch wandelnden globalen Handelslandschaft.

Wir wünschen Ihnen eine erkenntnisreiche Lektüre und freuen uns auf den konstruktiven Austausch, der aus dieser Publikation hervorgehen wird.

Ihre

Uta Heller

Ihr

Dr. Martin Endlein



Uta Heller
Leiterin
Unternehmenskommunikation
uta.heller@dat.de
Telefon +49 711 4503-389



Dr. Martin Endlein
Leiter
Unternehmenskommunikation
martin.endlein@dat.de
Telefon +49 711 4503-488

TABELLEN UND ABBILDUNGEN

Tabellen

1	Umsatzrenditen (EBT) der TOP 100 Händler in Deutschland	7	34	Profitabilität einzelner Geschäftsfelder im deutschen Automobilhandel	66
2	Entwicklung der Neuzulassungen für Fahrzeuge mit alternativen Antrieben in Deutschland	10	35	Deckungsbeitragsstruktur im deutschen Automobilhandel	67
3	Durchschnittliche Transaktionspreise in Deutschland	12	36	Umsatzrenditen (EBT) der TOP 100 Händler in Deutschland	68
4	Entwicklung des Pkw-Bestandes in Deutschland	13	37	Deckungsbeiträge der Werkstatt- und Teilebereiche	70
5	Bedeutung alternativer Antriebe in Deutschland	14	38	Übernahmen durch ausländische Investoren seit den 1990er Jahren	77
6	Ausgewählte Umsatzkennzahlen für das deutsche Kraftfahrzeuggewerbe	15	39	Eckdaten zur gesamtwirtschaftlichen Situation in Deutschland	81
7	Entwicklung der Beschäftigung im deutschen Kraftfahrzeuggewerbe	16	40	Marktanteile von Automobilmarken nach Herkunftsland	82
8	Kennzahlen zur Konsolidierung im deutschen Kraftfahrzeuggewerbe	17	41	Pläne zur Umsetzung von Agenturmodellen im Automobilvertrieb in Deutschland	83
9	Eigentümerstruktur in ausgewählten Vertriebsnetzen Deutschlands	18	42	Schlüsselmarken mit Agenturbezug	84
10	Datenbasis der Rankings	21	43	TOP 20 Automobilhandelsgruppen in Europa	86
11	TOP 100 Händlergruppen: Neuwagenabsatz 2025	22			
12	Positionierung der TOP 20 Händlergruppen – Neuwagenabsatz	25			
13	TOP 100 Händlergruppen: Gebrauchtwagenabsatz 2025	28			
14	TOP 100 Händlergruppen: Ratio Gebraucht- zu Neuwagenabsatz 2025	30			
15	Positionierung der TOP 20 Händlergruppen – Gebrauchtwagenabsatz	32			
16	TOP 100 Händlergruppen: Fahrzeugabsatz gesamt 2025	34			
17	Positionierung der TOP 20 Händlergruppen – Fahrzeugabsatz gesamt	36			
18	TOP 100 Händlergruppen: Umsatz 2025	38			
19	Positionierung der TOP 20 Händlergruppen – Umsatz	40			
20	TOP 100 Händlergruppen: Beschäftigte 2025	41			
21	Positionierung der TOP 20 Händlergruppen – Beschäftigte	44			
22	TOP 100 Händlergruppen: Umsatz je beschäftigter Person 2025	46			
23	TOP 100 Händlergruppen: Zusammenfassung 2025	48			
24	TOP 20 Händlergruppen in Deutschland und in den USA 2025	50			
25	Ausgewählte Kennzahlen zu den TOP 20 Händlergruppen in den USA 2025	51			
26	TOP 20 Händlergruppen in Deutschland und Europa	52			
27	Ausgewählte Kennzahlen zu den großen Händlergruppen in Europa	53			
28	TOP 20: Entwicklung der Neuwagenverkäufe	55			
29	TOP 20: Entwicklung der Gebrauchtwagenverkäufe	56			
30	TOP 20: Entwicklung der Fahrzeugverkäufe gesamt	57			
31	TOP 20: Entwicklung der Umsätze	59			
32	TOP 20: Entwicklung der Anzahl der Beschäftigten	60			
33	Sonderfrage zur Aufnahme chinesischer Fabrikate in das Autohaus-Markenportfolio in Abhängigkeit des jeweiligen Markenportfolios	65			

Abbildungen

1	Entwicklung der Neuzulassungen in Deutschland	9
2	Entwicklung der Besitzumschreibungen in Deutschland	11
3	Indexwerte zu Gebraucht- und Neuwagen-Verbraucherpreisen in Deutschland	11
4	Entwicklung der Insolvenzen im deutschen Kraftfahrzeuggewerbe	19
5	Handlungsdruck der Händlergruppen in einzelnen Themenfeldern	62
6	Bedeutung von optionalen Strategien für Handelsgruppen	63
7	Sonderfrage zur Aufnahme chinesischer Fabrikate in das Autohaus-Markenportfolio	64
8	Entwicklung der Umsatzrendite (EBT) im deutschen Automobilhandel	66
9	Streubreite der Umsatzrendite im deutschen Automobilhandel	67
10	Bereichsergebnisse und EBT der TOP 100 und TOP 20 Händler	69
11	Ausgewählte Kennzahlen der TOP 100 und TOP 20 Händler	69
12	Engpässe, die das realisierbare Servicegeschäft begrenzen	72
13	Marktvolumen und Anteile des Markennetzes nach Fahrzeugalter und im Zeitverlauf	74
14	Typologie zu konsolidierenden und fusionierenden Unternehmen	79
15	Pkw-Neuzulassungen in Deutschland und Europa	80
16	Neuwagen-Marktanteile von Automobilhändlergruppen in Deutschland	85
17	Betriebe sowie wirtschaftlich und rechtlich selbstständige Autohausunternehmen	87

INHALT

	Management Summary	6
	Charakteristika der Studie	8
1	Situation und Entwicklung im deutschen Automobilhandel	9
1.1	Entwicklung des deutschen Automobilmarktes	9
1.2	Entwicklungslinien im Kraftfahrzeuggewerbe	14
1.3	Entwicklungslinien im Konsolidierungsprozess	16
2	TOP 100 Händlergruppen in Deutschland	20
2.1	Methodische Hinweise	20
2.2	TOP 100 Händlergruppen: Neuwagenabsatz	21
2.3	TOP 100 Händlergruppen: Gebrauchtwagenabsatz	27
2.4	TOP 100 Händlergruppen: Gesamtabatz	33
2.5	TOP 100 Händlergruppen: Umsatz	37
2.6	TOP 100 Händlergruppen: Beschäftigte	41
2.7	TOP 100 Händlergruppen: Umsatz je beschäftigter Person	45
2.8	Zusammenfassende Übersicht	48
2.9	Internationaler Vergleich	50
3	Entwicklung der TOP 20 Händlergruppen in Deutschland	54
3.1	Entwicklung des Neuwagenabsatzes	54
3.2	Entwicklung des Gebrauchtwagenabsatzes	55
3.3	Entwicklung des Gesamtabatzes	57
3.4	Entwicklung der Umsatzgrößen	58
3.5	Entwicklung der Beschäftigtenzahlen	59
4	Herausforderungen für Automobilhändlergruppen	61
4.1	Handlungsdruck und Strategieoptionen	61
4.2	TOP 100 Kennzahlen-Spezial	66
4.3	Servicegeschäft unter Druck	70
4.4	Übernahmeaktivitäten von Händlergruppen	76
5	Implikationen und Fazit	80
5.1	Marktsituation und Veränderungsdruck	80
5.2	Betriebswirtschaftliche Situation und Veränderungsbereitschaft	85
6	Literaturverzeichnis	90
	Anhang	96
	Kurzporträts der TOP 100 Händlergruppen in Deutschland	

1 SITUATION UND ENTWICKLUNG IM DEUTSCHEN AUTOMOBILHANDEL

1.1 Entwicklung des deutschen Automobilmarkets

Im Jahr 2025 registriert das Kraftfahrt-Bundesamt 2.857.591 Pkw-Neuzulassungen. Gegenüber 2024 entspricht dies einem Zuwachs von 40.260 Fahrzeugen beziehungsweise 1,4 Prozent. Die **Abbildung 1** zeigt damit eine leichte Erholung – das Niveau des Jahres 2019 wird weiterhin deutlich unterschritten. Neuzulassungen sind teils taktische Registrierungen und nicht mit den Auslieferungen einzelner Händler gleichzusetzen (KBA 2026a).

Abbildung 1 Entwicklung der Neuzulassungen in Deutschland

Quelle: KBA (2026a), historische Vergleichsreihe.



Im vergangenen Jahr 2025 werden 1.684.783 Pkw mit alternativen Antrieben neu zugelassen. Ihr Anteil steigt von 47,6 auf 59,0 Prozent. Der Hybridanteil einschließlich Plug-in-Hybriden erhöht sich von 33,6 auf 39,5 Prozent – 27,6 Prozent der neuen Hybridfahrzeuge sind extern aufladbar. Batterieelektrische Pkw erreichen 19,1 Prozent nach 13,5 Prozent im Vorjahr. Die Kategorien in der **Tabelle 2** folgen der KBA-Systematik. Plug-in-Hybride sind eine Teilmenge der Hybride (KBA 2026a; VDIK 2026).

Tabelle 2 Entwicklung der Neuzulassungen für Fahrzeuge mit alternativen Antrieben in Deutschland

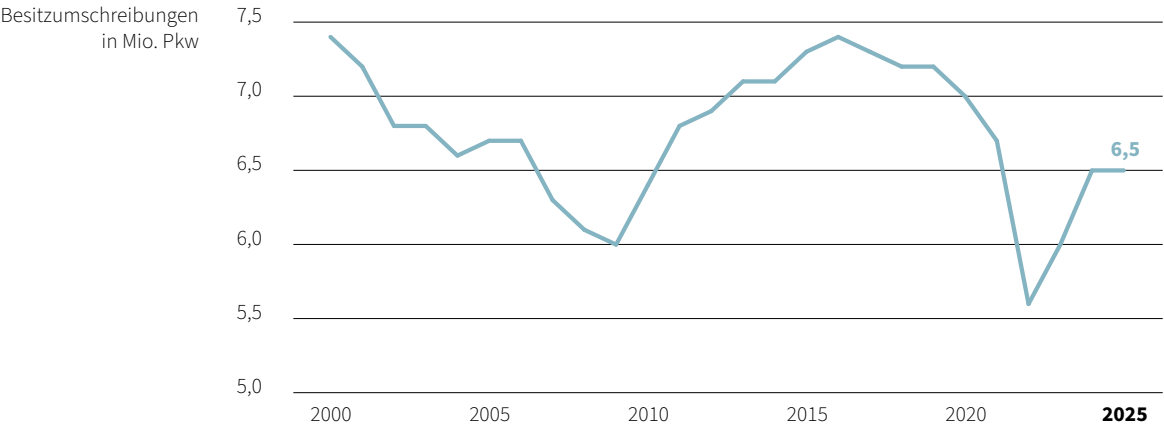
Quelle: KBA (2026a), eigene Darstellung.

Kraftstoffart	Anzahl August 2026	Anteil August 2026 in v. H.	Veränderung gegenüber Aug. 2025 in v. H.	Anzahl Januar bis Dezember 2025	Veränderung gegenüber 2024 in v. H.	Anteil 2024 in v. H.	Anteil 2025 in v. H.
Pkw-Gesamtzulassungen	212.563	100,0	+2,6	2.857.591	+1,4	100,0	100,0
Benzin	35.536	16,7	-37,9	777.641	-21,6	35,2	27,2
Diesel	22.516	10,6	-17,3	395.022	-18,3	17,2	13,8
Flüssiggas (LPG)	971	0,5	+22,1	12.079	-11,9	0,5	0,4
Erdgas (CNG)	0	0,0	X	3	-97,8	0,0	0,0
Hybrid	84.603	39,8	+2,5	1.127.509	+19,0	33,6	39,5
darunter Plug-in-Hybrid	25.406	12,0	+6,0	311.398	+62,3	6,8	10,9
Elektro (BEV)	68.930	32,4	+75,1	545.142	+43,2	13,5	19,1

Die Zahl der BEV-Neuzulassungen steigt 2025 um 43,2 Prozent auf 545.142. Bei Plug-in-Hybriden beträgt der Zuwachs 62,3 Prozent auf 311.398 Fahrzeuge. Gemeinsam erreichen BEV und PHEV 2025 einen Neuzulassungsanteil von rund 30,0 Prozent – in den ersten acht Monaten 2026 sogar 44,4 Prozent. Der Anteil der ausschließlich als Benzin- oder Diesel-Pkw erfassten Fahrzeuge sinkt auf 41,0 Prozent. Dies beschreibt eine Verschiebung zwischen statistischen Antriebskategorien, denn auch Hybridfahrzeuge besitzen weiterhin einen Verbrennungsmotor (KBA 2026a, VDIK 2026).

Abbildung 2 Entwicklung der Besitzumschreibungen in Deutschland

Quelle: KBA, historische Vergleichsreihe.



Die Zahl der Pkw-Besitzumschreibungen steigt 2025 auf 6.512.427. Gegenüber rund 6,480 Mio. im Vorjahr beträgt der Zuwachs 0,5 Prozent. Der Gebrauchtwagenmarkt wächst damit nur geringfügig (Abbildung 2; DAT 2026, S. 21).

Die Verbraucherpreisindizes für neue und gebrauchte Pkw steigen 2025 im Jahresdurchschnitt um 2,4 beziehungsweise 4,6 Prozent. Bereits 2024 hatten beide Reihen zugelegt: bei Neuwagen um 2,9 und bei Gebrauchtwagen um 1,3 Prozent. Die Abbildung 3 zeigt diese Preisentwicklung anhand einer verketteten Indexreihe. Der Verbraucherpreisindex misst Preisänderungen unter Berücksichtigung von Qualitätsunterschieden. Er ist weder ein Produktionskostenindex noch eine Statistik durchschnittlicher Fahrzeug-Grundpreise. Aus ihm lässt sich deshalb keine unmittelbare Überwälzung von Herstellkosten auf Listenpreise ableiten (Destatis 2023; 2025; 2026a).

Abbildung 3 Indexwerte zu Gebraucht- und Neuwagen-Verbraucherpreisen in Deutschland

Quelle: Destatis (2026a; 2026b), Verbraucherpreisindex für neue und gebrauchte Pkw. Eigene Verkettung: amtlicher Index (2020 = 100) × 1,08 (NW) bzw. × 1,076 (GW).

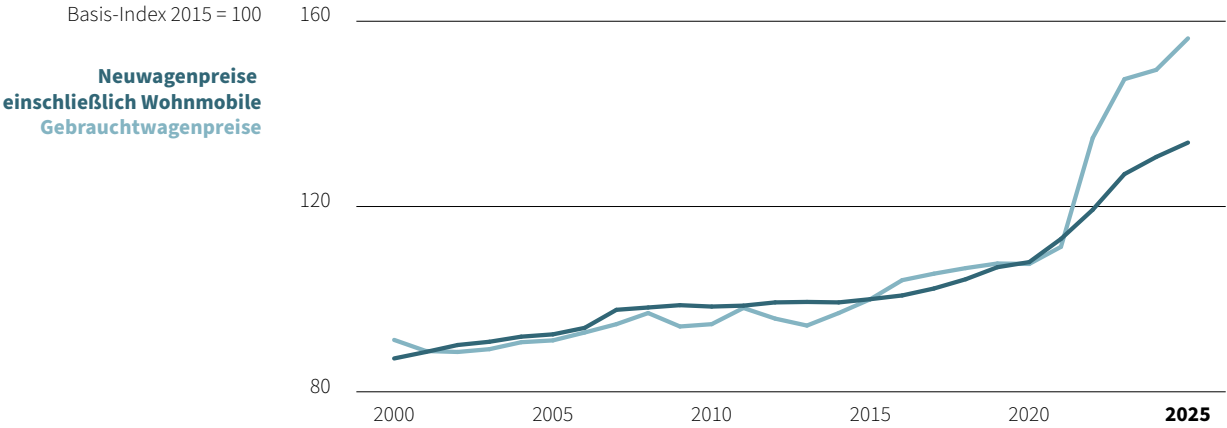


Tabelle 3 Durchschnittliche Transaktionspreise in Deutschland

Quelle: DAT (2026); frühere DAT Jahrgänge gemäß historischer Studienreihe. Durchschnittliche Kaufpreise privater Fahrzeugkäufer.

in Euro	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	37.790	15.740
2022	42.790	18.800
2023	44.630	18.620
2024	43.530	18.600
2025	44.560	18.310

Davon zu unterscheiden sind die durchschnittlichen Kaufpreise des DAT Reports (Tabelle 3). Sie beruhen auf den Angaben privater Neu- und Gebrauchtwagenkäufer zu ihren tatsächlichen Fahrzeugkäufen. Veränderungen spiegeln sowohl Preisbewegungen als auch Verschiebungen im gekauften Fahrzeugmix wider. Die DAT Durchschnittspreise lassen sich daher nicht als Ersatz für den qualitätsbereinigten Verbraucherpreisindex verwenden (DAT 2026; Destatis 2023).

Der durchschnittliche Neuwagen-Kaufpreis privater Käufer beträgt 2025 laut DAT 44.560 Euro. Das sind 1.030 Euro beziehungsweise 2,4 Prozent mehr als 2024. Im Vorjahr war der Durchschnitt um 1.100 Euro beziehungsweise rund 2,5 Prozent gesunken. Für Gebrauchtwagen zahlen die befragten Privatkäufer 2025 durchschnittlich 18.310 Euro. Gegenüber 18.600 Euro im Jahr 2024 entspricht dies einem Rückgang um 290 Euro beziehungsweise 1,6 Prozent (DAT 2026).

2 TOP 100 HÄNDLERGRUPPEN IN DEUTSCHLAND

2.1 Methodische Hinweise

Die Rankings beruhen auf der IfA-Unternehmensbefragung im Frühjahr 2026 und den für diese Studie dokumentierten Unternehmensangaben. Die Daten werden auf Plausibilität geprüft, ersetzen jedoch keine Prüfung der Jahresabschlüsse. Die zugrunde liegenden Einzelmeldungen sind nicht öffentlich zugänglich. Für die Interpretation gelten die nachfolgenden Abgrenzungen.

- Die Rankings basieren 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. Auf Basis der geforderten Datentransparenz werden nur die Daten des deutschen Marktes ausgewiesen. Bei in Deutschland tätigen, aber mit ihrem Hauptsitz im Ausland angesiedelten Händlergruppen, werden lediglich die in Deutschland abgesetzten Fahrzeuge bzw. getätigten Umsätze sowie die im Inland beschäftigten Mitarbeitenden berücksichtigt.
- Erhebungseinheit ist die im Ranking ausgewiesene, unternehmerisch eigenverantwortlich agierende Händlergruppe. Eine Beteiligung an einem anderen Unternehmen führt nach der Erhebungsmethodik nicht automatisch zur Zusammenfassung der Kennzahlen. Die ausgewiesenen Einheiten sind deshalb nicht ohne Weiteres mit handelsrechtlichen Konzernausweisen gleichzusetzen. Änderungen des Konsolidierungskreises sind bei Zeitvergleichen zu berücksichtigen.
- 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 betreffende Unternehmen möglicherweise an anderer Stelle publizieren.

Vorgehensweise bei der Erstellung der Rankings

- In einem ersten Schritt werden jährlich mehr als 160 Automobilhändlergruppen in Deutschland angeschrieben und gebeten, ihre Kennzahlen zu den Bereichen Neu- und Gebrauchtwagenabsatz sowie im Hinblick auf Umsatz und Mitarbeitende zur Verfügung zu stellen.
- Aus den Meldungen werden getrennte Rankings für Neuwagenabsatz, Gebrauchtwagenabsatz, Gesamtabsatz, Umsatz und Beschäftigung gebildet. Die jeweils berücksichtigten 100 Gruppen können sich deshalb unterscheiden. Eine Gruppe kann beispielsweise beim Neuwagenabsatz, aber nicht beim Umsatz zu den TOP 100 zählen. Summen unterschiedlicher Rankings sind folglich nicht ohne Prüfung ihrer Zusammensetzung miteinander verrechenbar.

- Die abgeleiteten Kennzahlen beruhen auf festgelegten Auswahlgruppen: Für die GW-/NW- Ratio sind dies die TOP 100 nach Neuwagenabsatz, für den Umsatz je beschäftigter Person die TOP 100 nach Umsatz. Quoten aus aggregierten Summen sind von arithmetischen Mittelwerten der Unternehmensquoten zu unterscheiden. Vorjahresvergleiche können durch veränderte Teilnehmerkreise, Übernahmen und unterschiedliche Geschäftsjahre beeinflusst sein. Auch die Relation der gemeldeten Verkäufe zu KBA-Neuzulassungen beziehungsweise Besitzumschreibungen ist wegen abweichender Erfassungslogiken nur eine Orientierungsgröße, kein trennscharfer Marktanteil.

Die **Tabelle 10** fasst die Datenbasis der einzelnen Rankings zusammen.

Tabelle 10

Datenbasis der Rankings

Quelle: IfA (2026a), eigene Erhebung und Berechnungen.

Art des Rankings	Themenbezogene Rankings	Datenbasis der Rankings
Originäre Rankings	Neuwagenabsatz Gebrauchtwagenabsatz Gesamtabsatz Umsatz Beschäftigte	Neuwagenabsatz Gebrauchtwagenabsatz Summe aus Neu- und Gebrauchtwagenverkäufen Umsatzerlöse (in Mio. Euro) Beschäftigte (inkl. Auszubildende)
Abgeleitete Rankings	Ratio GW/NW Umsatz je beschäftigter Person	Neuwagenabsatz Umsatzerlöse (in Mio. Euro)

2.2 TOP 100 Händlergruppen: Neuwagenabsatz

Unter den in der Studie erfassten Gruppen führt die AVAG Holding SE aus Augsburg das Neuwagenranking mit 63.251 Fahrzeugen an (**Tabelle 11**). Die Emil Frey Gruppe Deutschland stellt für diese Erhebung keine entsprechenden Daten bereit und ist deshalb nicht enthalten. Die Rangfolge beschreibt somit die teilnehmenden Gruppen – eine Aussage über die Spitzenposition unter sämtlichen in Deutschland tätigen Händlern ist damit nicht zweifelsfrei verbunden.

Auf die AVAG Holding SE folgt auf dem zweiten Rang die Feser-Graf Gruppe aus Nürnberg, die mit 52.000 Neuwagen ihre Platzierung hält. Auf dem dritten Rang folgt die Gottfried Schultz Automobilhandels SE aus Düsseldorf mit 41.924 abgesetzten Neuwagen. Den vierten Rang belegt mit 30.568 Neuwagen die Van Mossel Automotive Group Deutschland, die in diesem Jahr erstmals in diesem Ranking berücksichtigt werden kann.

3 ENTWICKLUNG DER TOP 20 HÄNDLERGRUPPEN IN DEUTSCHLAND

3.1 Entwicklung des Neuwagenabsatzes

Die folgenden Langzeitvergleiche zeigen Kennzahlen ausgewählter Händlergruppen für 2011, 2018 und 2025. Ausgangspunkt ist das jeweilige Ranking 2025. Fehlen ältere Werte, rückt die nächstplatzierte Gruppe mit vollständigen Angaben nach – die aktuelle Rangposition steht in der ersten Spalte (**Tabelle 28**). Die Auswahl ist somit kein unverändertes Panel der historischen TOP 20. Übernahmen und veränderte Unternehmensgrenzen sind in den Zahlen enthalten und lassen sich nicht vollständig von organischem Wachstum trennen).

Bezüglich der Entwicklung des Neuwagenabsatzes seit dem Jahr 2011 ragen die Senger Gruppe (+372,0 Prozent), die Tiemeyer Gruppe (+357,9 Prozent), die Bleker Gruppe aus Borken (273,4 Prozent), die Alphartis SE (+226,3 Prozent), die Autohaus Siebrecht GmbH aus Uslar (+157,4 Prozent), die Scherer Gruppe (+156,8 Prozent) sowie die Feser-Graf Gruppe (+142,8 Prozent) mit dreistelligen Zuwachsraten heraus.

Die Absatzsteigerungen stehen einem Rückgang der deutschen Pkw-Neuzulassungen von rund 3,17 Mio. im Jahr 2011 auf 2,86 Mio. im Jahr 2025 gegenüber. Keine der ausgewählten Gruppen weist im Gesamtzeitraum einen Neuwagenrückgang aus. Dieser Befund bezieht sich auf die nach Datenverfügbarkeit ausgewählten Gruppen. Wie stark Übernahmen oder eine intensivere Marktbearbeitung jeweils zum Wachstum beitragen, lässt sich aus den aggregierten Angaben nicht quantifizieren (KBA 2026a).

Insgesamt steigt die Zahl der abgesetzten Neuwagen der in diese Analyse einbezogenen TOP 20 Händlergruppen zwischen 2011 und 2025 von 243.774 auf 435.044 Fahrzeuge an. Dies entspricht einer Steigerung um 78,5 Prozent. Bezogen auf das Jahr 2018 liegt der Zuwachs bei 29,0 Prozent.

Tabelle 28 TOP 20: Entwicklung der Neuwagenverkäufe

Basis des Rankings: Neuwagenabsatz 2025²; Stand: 31. Juli 2026
¹Abweichendes Geschäftsjahr 01.09.2024–31.08.2025 | ²Es 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 2025 herangezogen (siehe erste Spalte)
Quelle: IfA (2026a), eigene Erhebung und Berechnungen.

		Hinweis: Die Liste erfüllt nicht den Anspruch auf Vollständigkeit, da einige Händlergruppen nicht bereit sind, ihre Geschäftszahlen zu publizieren.	Neuwagenabsatz			Veränderung in v. H.	
			2011	2018	2025	2011-2025	2018-2025
1	AVAG Holding SE, Augsburg ¹	48.321	66.620	63.251	+30,9	-5,1	
2	Feser-Graf Gruppe, Nürnberg	21.417	25.800	52.000	+142,8	+101,6	
3	Gottfried Schultz Automobilhandels SE, Düsseldorf	24.921	34.495	41.924	+68,2	+21,5	
6	Alphartis SE, Horb am Neckar	7.509	15.063	24.500	+226,3	+62,7	
7	WELLER Holding SE & Co. KG, Berlin	13.733	12.534	23.203	+69,0	+85,1	
8	Senger Gruppe, Rheine	4.573	16.800	21.586	+372,0	+28,5	
9	Scherer Gruppe, Simmern	8.304	14.854	21.326	+156,8	+43,6	
10	Tiemeyer Gruppe, Bochum	4.345	10.430	19.894	+357,9	+90,7	
12	Glinicke Automobilhandelsgruppe, Kassel	10.492	13.901	17.171	+63,7	+23,5	
13	Graf Hardenberg-Gruppe, Karlsruhe	12.200	12.450	16.121	+32,1	+29,5	
14	Brass Gruppe, Aschaffenburg	11.138	13.500	15.100	+35,6	+11,9	
15	Bleker Gruppe, Borken	3.950	6.875	14.750	+273,4	+114,5	
16	Penske Automotive Europe GmbH, Mannheim	11.650	13.146	14.638	+25,6	+11,3	
17	Hahn Gruppe, Fellbach	9.850	15.800	14.600	+48,2	-7,6	
18	Autohaus Siebrecht GmbH, Uslar	5.493	6.910	14.139	+157,4	+104,6	
19	Firmengruppe Fleischhauer-Franz, Köln	10.575	13.000	13.917	+31,6	+7,1	
20	Moll Gruppe, Düsseldorf	9.890	11.064	12.857	+30,0	+16,2	
21	Fahrzeug-Werke LUEG AG, Bochum	9.857	13.184	12.299	+24,8	-6,7	
24	Heermann und Rhein GmbH, Heilbronn	5.800	11.000	11.500	+98,3	+4,5	
25	Autohaus Wolfsburg Hotz und Heitmann-Gruppe, Wolfsburg	9.756	9.726	10.268	+5,2	+5,6	
Gesamt TOP 20 ²		243.774	337.152	435.044	+78,5	+29,0	

3.2 Entwicklung des Gebrauchtwagenabsatzes

Auch im Gebrauchtwagenbereich sind im Analysezeitraum deutliche 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 sind für den Vergleichszeitraum zwischen den Jahren 2011 und 2025 bei fünf

4 HERAUSFORDERUNGEN FÜR AUTOMOBILHÄNDLERGRUPPEN

4.1 Handlungsdruck und Strategieoptionen

Die TOP 100 Auswertungen zeigen für 2025 steigende Absatz- und Umsatzsummen bei gleichzeitig sinkenden Renditewerten. Wachstum und Profitabilität entwickeln sich damit unterschiedlich. Die nachfolgenden Befragungsergebnisse ergänzen diese Kennzahlen um die Einschätzungen der Unternehmensverantwortlichen.

Der Neuwagenabsatz der jeweiligen TOP 100 steigt um 2,3 Prozent auf 885.399 Fahrzeuge. Sein rechnerisches Verhältnis zu den deutschen Pkw-Neuzulassungen beträgt 31,0 Prozent. Wie in Abschnitt 2.1 erläutert, sind wechselnde Teilnehmerkreise und die Unterschiede zwischen Händlerabsatz und Zulassungsstatistik zu berücksichtigen. Die Quote dient als Größenvergleich und belegt für sich genommen keinen entsprechenden Gewinn an Endkunden-Marktanteilen (KBA 2026a).

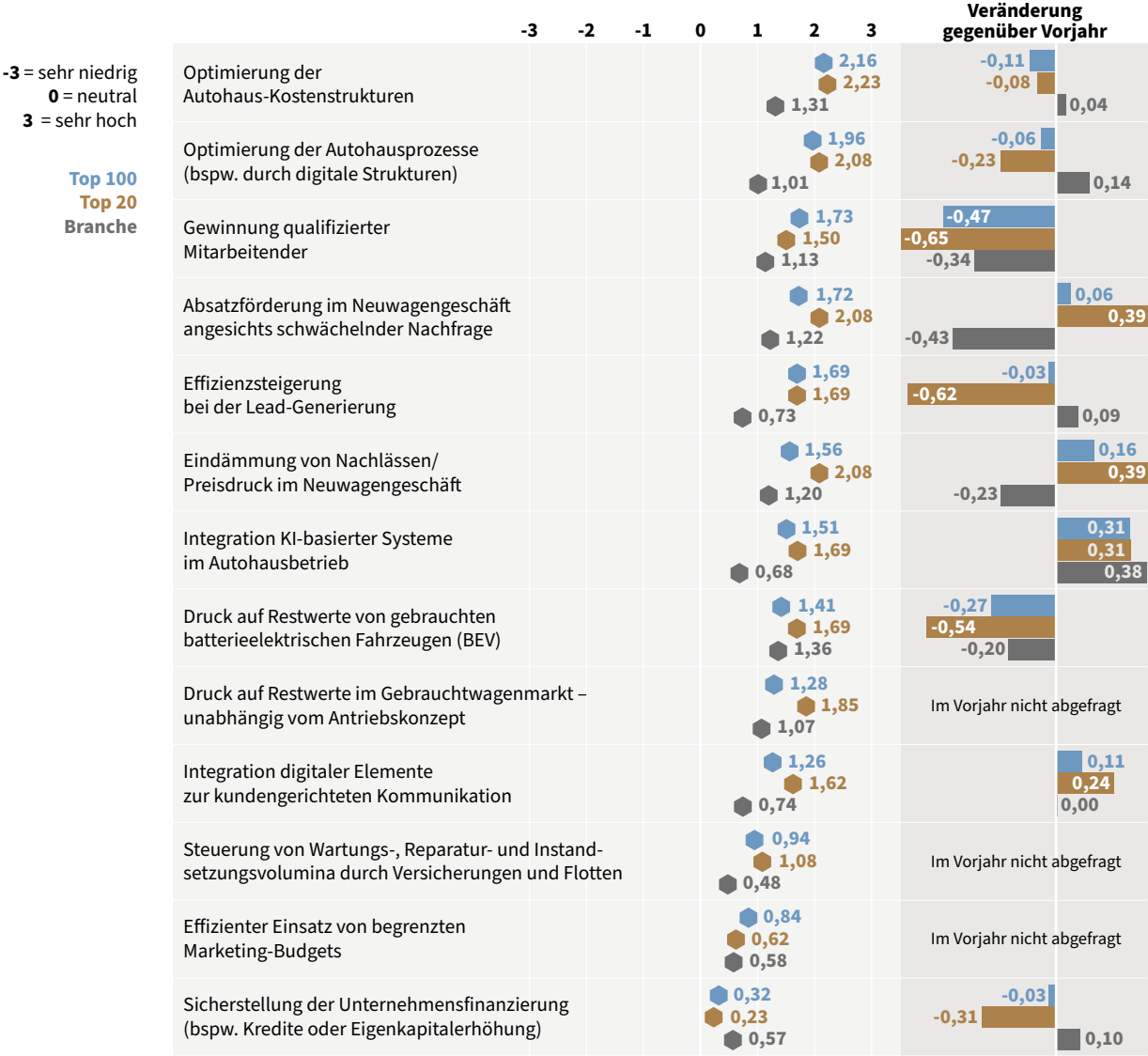
Die Umsatzsumme der TOP 100 erreicht rund 64,8 Mrd. Euro (+5,7 Prozent). Die durch den Zentralverband Deutsches Kraftfahrzeuggewerbe (ZDK) neu eingeführte Branchenreihe wächst um 3,8 Prozent. Die durchschnittliche EBT-Umsatzrendite der antwortenden TOP 100 sinkt dagegen von 1,8 auf 1,4 Prozent. Der Branchenzweig-Vergleichswert des Markenhandels beträgt 1,0 Prozent. Umsatzwachstum bedeutet somit keine entsprechende Verbesserung der Rentabilität (IfA 2026b, 2026c; ZDK 2026b).

Zum Handlungsdruck und zu Strategieoptionen liegen 81 Meinungsbilder aus dem TOP 100 Kreis vor. Die **Abbildung 5** zeigt die bewerteten Herausforderungen, **Abbildung 6** die strategischen Prioritäten. Als Vergleich dienen Ergebnisse des IfA MarkenMonitor 2026. Dessen Gesamterhebung umfasst in diesem Jahr 1.298 Inhaber, Geschäftsführende und Führungskräfte markengebundener Autohausunternehmen – die Zahl gültiger Antworten kann je Frage geringer ausfallen. Der als „Branche“ bezeichnete Vergleich umfasst damit den Markenhandel, nicht das gesamte Kfz-Gewerbe einschließlich freier Werkstätten (IfA 2026b; 2026c).

Abbildung 5 Handlungsdruck der Händlergruppen in einzelnen Themenfeldern

Stand: 31. Juli 2026
Quelle: IfA (2026b; 2026c); Rangfolge nach TOP 100. Vergleich „Branche“: befragter Markenhandel.

Wie bewerten Sie den aktuell vorherrschenden Handlungsdruck in den nachstehend aufgeführten Themenfeldern?



Die TOP 100 bewerten den Handlungsdruck bei der Optimierung der Kostenstrukturen mit 2,16 Punkten am höchsten. Es folgen die Prozessoptimierung (1,96), die Gewinnung qualifizierter Mitarbeitender (1,73) und die Absatzförderung im Neuwagengeschäft (1,72). Im Markenhandel liegt der Restwertdruck bei BEV (1,36) knapp vor der Kostenoptimierung (1,31). Die Bewertung der Personalgewinnung sinkt gegenüber dem Vorjahr sowohl bei den TOP 100 als auch bei den TOP 20. Dies beschreibt einen geringeren wahrgenommenen Handlungsdruck, nicht die Auflösung des Fachkräfteproblems (**Abbildung 5**; IfA 2026b; 2026c).

KURZPORTRÄTS DER TOP 100 HÄNDLERGRUPPEN

Reihenfolge nach Neuwagenverkaufsvolumen



AVAG Holding SE

Die AVAG Holding SE zählt zu den führenden Automobilhandelsgruppen in Europa. Mit mehrheitlichen Beteiligungen an Autohäusern in Deutschland, Österreich, Kroatien, Ungarn und Slowenien ist die Unternehmensgruppe breit aufgestellt. Von der Zentrale in Augsburg aus werden die Aktivitäten von rund 6.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter an derzeit rund 200 Standorten gesteuert. Seit ihrer Gründung wird die AVAG Holding in Familienhand geführt – inzwischen in vierter Generation. Ihr Selbstverständnis: Dienstleister für die angeschlossenen Autohäuser zu sein, damit diese sich voll und ganz vor Ort auf ihr Kerngeschäft, den Automobilhandel, konzentrieren können.

avag.eu

Kennzahlen 2025

Absatz	63.251	Neuwagen
	57.702	Gebrauchtwagen
Umsatz	3.058,95	Mio. Euro
Mitarbeitende	5.840	(inkl. Auszubildende)

Markenportfolio

Abarth, Alfa Romeo, BYD, Cadillac, Chery, Chevrolet, Citroën, Corvette, Cupra, DS Automobiles, Fiat, Ford, Honda, Hyundai, Isuzu, Jeep, Kia, KGM, Leapmotor, Lexus, Maxus, Mazda, Mercedes-Benz, MG, Nissan, OMODA & JAECOO, Opel, Peugeot, Seat, Škoda, Smart, Subaru, Suzuki, Toyota, Volvo



Feser-Graf Gruppe

Die Feser-Graf Gruppe ist ein Familienunternehmen mit Verwaltungssitz in Nürnberg. Die historischen Wurzeln der im Jahr 2000 fusionierten Automobilhandelsgruppe reichen zurück bis in das Jahr 1929 mit der Eröffnung einer Motorradwerkstatt in Bernburg. An über 75 Markenstandorten vertreibt die Feser-Graf Gruppe in der Metropolregion Nürnberg und Sachsen-Anhalt knapp 20 Automobil- und Motorradmarken. Der Schwerpunkt liegt auf den Konzernmarken der Volkswagen AG.

feser-graf.de

Kennzahlen 2025

Absatz	52.000	Neuwagen
	41.000	Gebrauchtwagen
Umsatz	3.210,00	Mio. Euro
Mitarbeitende	2.885	(inkl. Auszubildende)

Markenportfolio

Audi, Bentley, BYD, Cupra, Ferrari, Genesis, Hyundai, Jaguar, Kia, Lamborghini, Land Rover, MG, McLaren, Seat, Škoda, Volkswagen, VW Nutzfahrzeuge, XPENG

IfA | DAT HändlergruppenMonitor 2026

Eine Studie des Instituts für Automobilwirtschaft (IfA)
in Kooperation mit der DAT Deutsche Automobil Treuhand GmbH
Oktober 2026



169 €
zzgl. MwSt.

Bestellen Sie die
Vollversion unter
dat.de/top100

ifa Institut für
Automobilwirtschaft

Institut für Automobilwirtschaft (IfA)

Parkstraße 4 | 73312 Geislingen

Telefon +49 7331 22-440

mail@ifa-info.de | ifa-info.de



Deutsche Automobil Treuhand GmbH

Hellmuth-Hirth-Straße 1 | 73760 Ostfildern

Telefon +49 711 4503-0

zentrale@dat.de | dat.de

ISBN 978-3-9825206-8-1