



Audi



SEAT



SKODA



CUPRA



Nutzfahrzeuge

# AMAG Import Kader Information

## Import Strategie



# Programm

<b>14:05</b>	Import Business Update: Erstes Halbjahr 2026
<b>14:20</b>	Neue Import Strategie
14:40	<i>Raumwechsel</i>
<b>14:45</b>	Break Out 1
15:10	<i>PAUSE (20 Minuten) / Raumwechsel</i>
<b>15:30</b>	Break Out 2
15:55	<i>Raumwechsel</i>
<b>16:00</b>	Break Out 3
<b>16:30</b>	Q&A und Abschluss
<b>Ab 16:45</b>	Apéro

# Zielsetzung 2026: Erste Halbzeit

**1**

**Fokus auf Kerngeschäft**

**2**

**Fokus Rentabilität vom  
Hersteller bis zum Händler**

**3**

**Fast Start 2026**

**4**

**WeTransform@Import**

# Zielsetzung 2026: Erste Halbzeit – wir haben geliefert!

1

## Fokus auf Kerngeschäft

**Marktanteil PW**  
Zielwert  $\geq 31.0\%$

31.4%

**Leadership VW PW**

1

**Leadership VW NF**

1

**Leadership Skoda BEV**

1

**Fokus BEV-PHEV**  
Zielwert  $\geq 31.0\%$

27.7%

**Aftersales**  
per 05/2026 vs. Vorjahr

+0.8%

**CEM**  
Zielwert  $\geq 4.75$

4.8

# Zielsetzung 2026: Erste Halbzeit – wir haben geliefert!

2

**Fokus Rentabilität vom  
Hersteller bis zum Händler**

**Umsatzrendite VW Group**  
Q1/2026

3.3%

**Umsatzrendite AMAG Import**

**Händler Rentabilität**  
Q1/2026

-0.5%

# Zielsetzung 2026: Erste Halbzeit – wir haben geliefert!

3

Fast Start 2026

## Ergebnisse Q1 2026

Marktanteil Total

+1.6 pp

Volkswagen PW

+2.0 pp

Škoda

+0.4 pp

Audi

-0.1 pp

Seat/Cupra

-0.7 pp

Volkswagen NF

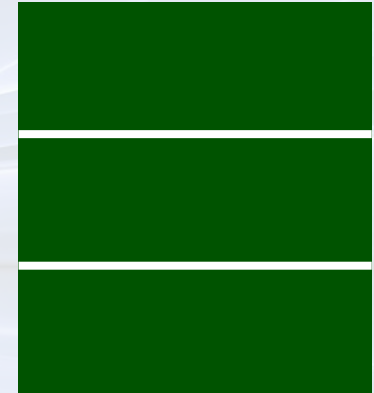
-0.3 pp

# Zielsetzung 2026: Erste Halbzeit – wir haben geliefert!

**Strategie Prozess**

**Eingliederung mobilog**

**Cross Functional Teams**



**4**

**WeTransform@Import**

# AMAG Import Performance per 30.06.2026

**N°1**



vs. Vorjahr

	<b>Gesamtmarkt:</b>	+ 1.8 %
	<b>Auftragseingänge:</b>	+ 0.4 %
	<b>Verkaufsmeldungen:</b>	+ 4.2%

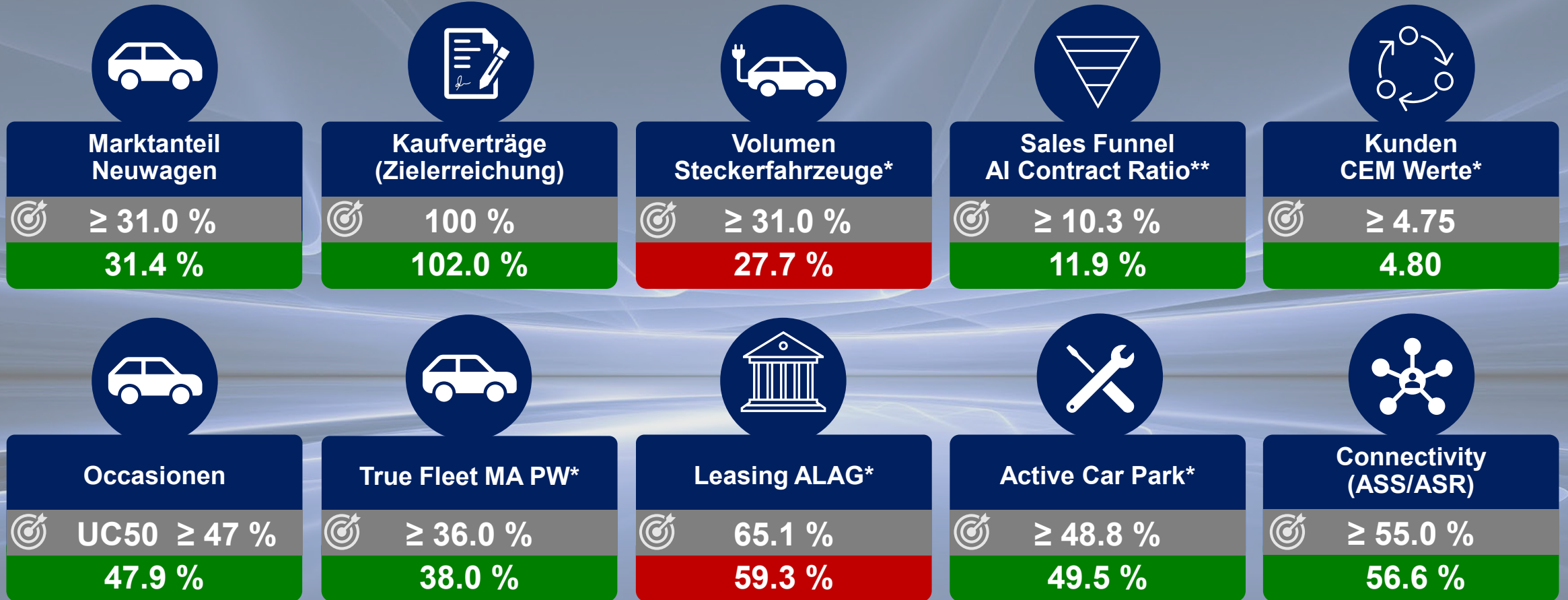
vs. Vorjahr

	<b>PW:</b>	<b>31.4 %</b>	(+0.2 %-Pkt.)
	<b>NF:</b>	<b>23.2 %*</b>	(-1.3 %-Pkt.)
	<b>BEV:</b>	<b>27.4 %*</b>	(-0.2 %-Pkt.)

vs. Vorjahr

Marktanteil		
	<b>11.2 %</b>	(+1.1 %-Pkt.)
	<b>7.0 %</b>	(- 0.5 %-Pkt.)
	<b>9.4 %</b>	(+0.2 %-Pkt.)
	<b>3.7 %</b>	(-0.6%-Pkt.)
	<b>23.2 %*</b>	(-1.3 %-Pkt.)

# AMAG Import Scorecard per 30.06.2026



Quelle: Business Data - Masterpräsentation

\* Wert per 05/2026

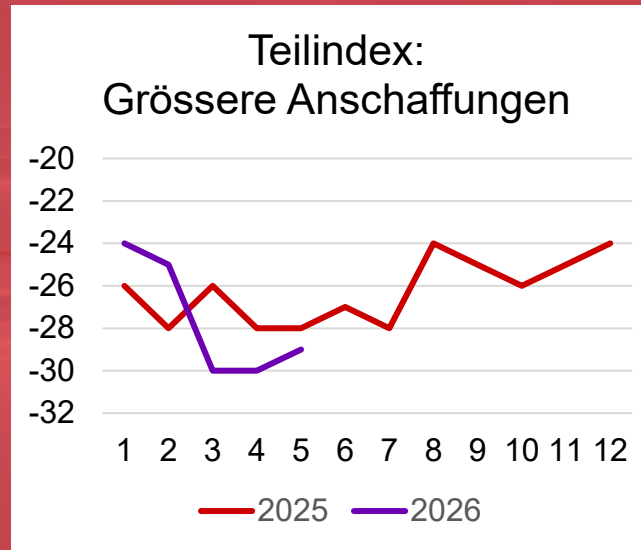
\*\* Wert per 04/2026

# Zielsetzung 2026: Zweite Halbzeit – das Spiel ist noch lange nicht vorbei!

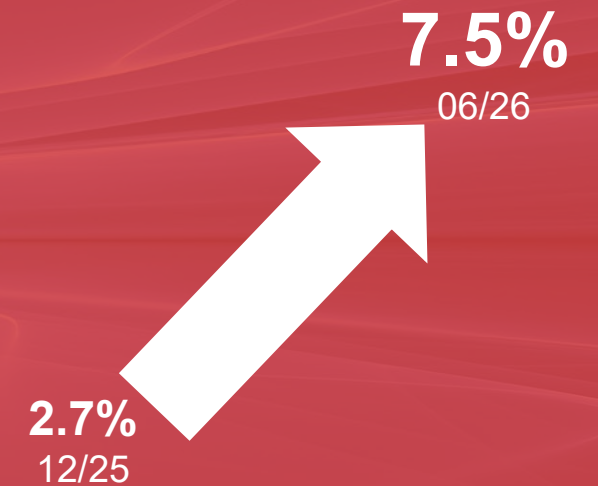
## Gesamtmarkt



## Konsumenten Stimmung



## China Brands



# Zielsetzung 2026: Zweite Halbzeit – wir haben es in der Hand

## Product



## People

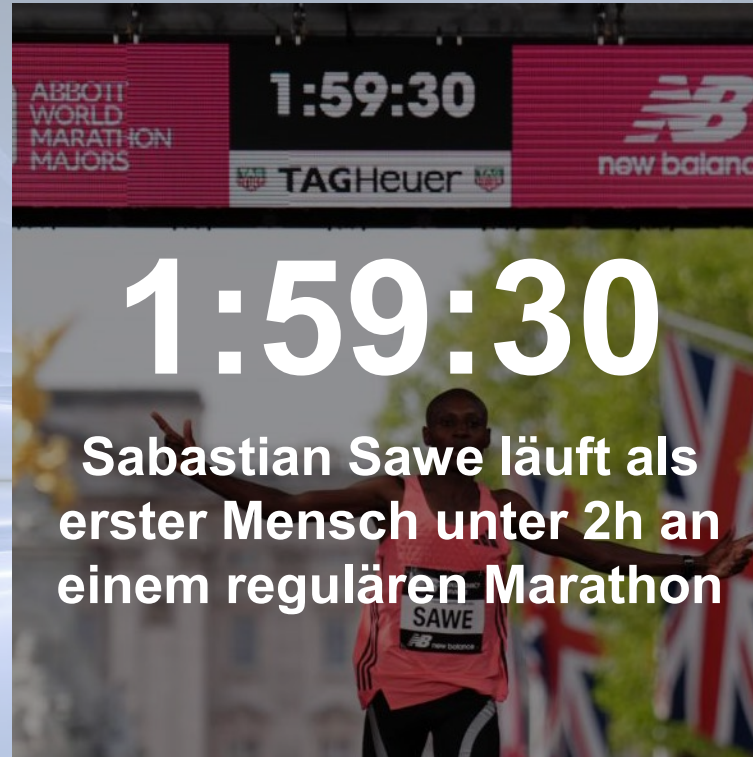


## Plan



# Import Strategie 2030

# VUCA\* auch im ersten Halbjahr 2026



\*Volatility Uncertainty Complexity Ambiguity

# Vom Framework zur Strategie

15. Januar 2026  
**Sounding Strategie Framework**

Kader Session



17. April 2026  
**Challenger Meeting**

29. Juni 2026  
**Verabschiedung Strategie**

IGL-Seminar

2. März 2026  
**Start Arbeitsgruppen**

Januar

Februar

März

April

Mai

Juni

Juli



9. Februar 2026  
**Aufruf zur Mitarbeit**

24. Februar 2026  
**Einteilung Arbeitsgruppen  
und Challenger**

21. Mai 2026  
**Abschluss Arbeitsgruppen**



7. Juli 2026  
**Vorstellung Strategie**

Kader-Session

# Strategie 2030

Als führender Automobilimporteur verbinden wir  
Menschen, Fahrzeuge, Partnerbetriebe und Daten – für individuelle Mobilität,  
die Zukunft hat und allen Beteiligten Mehrwert bietet

Vision

Zielwerte

Unser Geschäft	Digitalisierung	Kunden	Nachhaltigkeit	Kultur
≥32% Marktanteil	100% Fokuskosten	≥4.75 CEM-Werte	≥40% BEV-Anteil	≥76% MA-Engagement

Strategische  
Stossrichtungen

<b>Wettbewerbsfähigkeit</b>	Pricing	Produkte & Dienstleistungen	Flotte
<b>Distribution &amp; Vertrieb</b>	Vertriebskonzept	Netzstrategie	Rentabilität
<b>Loyalisierung</b>	Mitarbeitende	Kunden & Fahrzeuge	Partner & Channels

Initiativen

Fundament

Werte	Mitarbeitende	Freier treuer VW-Importeur	Kunden	Angebot	Verantwortung
-------	---------------	----------------------------	--------	---------	---------------

«Als führender Automobilimporteur verbinden wir  
**Menschen, Fahrzeuge, Partnerbetriebe** und  
**Daten** – für individuelle Mobilität,  
die **Zukunft** hat und allen Beteiligten **Mehrwert**  
bietet»

# Die Zielwerte

amag Import  
Strategie

## Strategie 2030

Als führender Automobilimporteur verbinden wir  
Menschen, Fahrzeuge, Partnerbetriebe und Daten – für individuelle Mobilität,  
die Zukunft hat und allen Beteiligten Mehrwert bietet

Unser Geschäft	Digitalisierung	Kunden	Nachhaltigkeit	Kultur	
≥32% Marktanteil	100% Fokuskosten	≥4.75 CEM-Werte	≥40% BEV-Anteil	≥76% MA-Engagement	
<b>Wettbewerbsfähigkeit</b>	Pricing	Produkte & Dienstleistungen	Flotte		
<b>Distribution &amp; Vertrieb</b>	Vertriebskonzept	Netzstrategie	Rentabilität		
<b>Loyalisierung</b>	Mitarbeitende	Kunden & Fahrzeuge	Partner & Channels		
Werte	Mitarbeitende	Freier treuer VW-Importeur	Kunden	Angebot	Verantwortung

amag Import

# Die Zielwerte

## Marktdurchdringung im Kerngeschäft

Wir verteidigen unsere Marktanteile und Margen trotz steigenden Wettbewerbs.

Wir sind Nummer 1 bei BEV und erreichen dabei mindestens 40% an unserem Absatzmix.



**Unser Geschäft**  
Marktanteil PW



≥32%

32.1%



**Nachhaltigkeit**  
BEV



≥40%

20.9%

Legende

Strategischer Schwerpunkt  
KPI



Zielwert 2030

Ist 2025

## Transformation

Wir stellen sicher, dass die Fokuskosten im Jahr 2030 trotz Teuerung das Niveau von 2025 nicht überschreiten.

Dabei halten wir unsere MA-Engagement und die Kundenzufriedenheit auf dem heutigen Level.



**Digitalisierung**  
Fokuskosten



100%

Basisjahr  
2025

100%



**Kunden**  
CEM-Werte



≥4.75

4.79



**Kultur**  
MA-Engagement



≥76%

79%

# Das Fundament

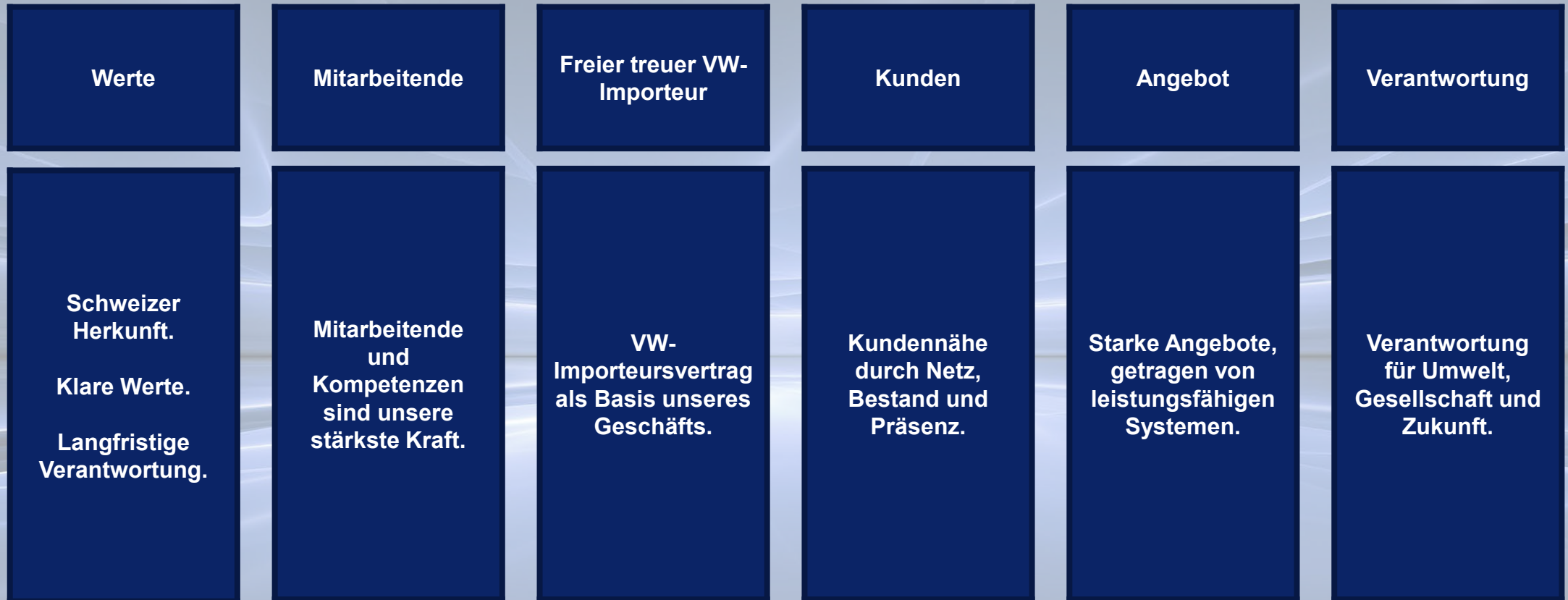
amag Import  
Strategie

## Strategie 2030

Als führender Automobilimporteur verbinden wir  
Menschen, Fahrzeuge, Partnerbetriebe und Daten – für individuelle Mobilität,  
die Zukunft hat und allen Beteiligten Mehrwert bietet

Unser Geschäft	Digitalisierung	Kunden	Nachhaltigkeit	Kultur	
≥32% Marktanteil	100% Fokuskosten	≥4.75 CEM-Werte	≥40% BEV-Anteil	≥76% MA-Engagement	
<b>Wettbewerbsfähigkeit</b>	Pricing	Produkte & Dienstleistungen	Flotte		
<b>Distribution &amp; Vertrieb</b>	Vertriebskonzept	Netzstrategie	Rentabilität		
<b>Loyalisierung</b>	Mitarbeitende	Kunden & Fahrzeuge	Partner & Channels		
<b>Werte</b>	<b>Mitarbeitende</b>	<b>Freier treuer VW-Importeur</b>	<b>Kunden</b>	<b>Angebot</b>	<b>Verantwortung</b>

# Das Fundament



# Strategie 2030

Als führender Automobilimporteur verbinden wir  
Menschen, Fahrzeuge, Partnerbetriebe und Daten – für individuelle Mobilität,  
die Zukunft hat und allen Beteiligten Mehrwert bietet

Unser Geschäft	Digitalisierung	Kunden	Nachhaltigkeit	Kultur	
≥32% Marktanteil	100% Fokuskosten	≥4.75 CEM-Werte	≥40% BEV-Anteil	≥76% MA-Engagement	
<b>Wettbewerbsfähigkeit</b>	Pricing	Produkte & Dienstleistungen	Flotte		
<b>Distribution &amp; Vertrieb</b>	Vertriebskonzept	Netzstrategie	Rentabilität		
<b>Loyalisierung</b>	Mitarbeitende	Kunden & Fahrzeuge	Partner & Channels		
<b>Werte</b>	<b>Mitarbeitende</b>	<b>Freier treuer VW-Importeur</b>	<b>Kunden</b>	<b>Angebot</b>	<b>Verantwortung</b>

# Was steckt hinter den Initiativen?



9 Initiative

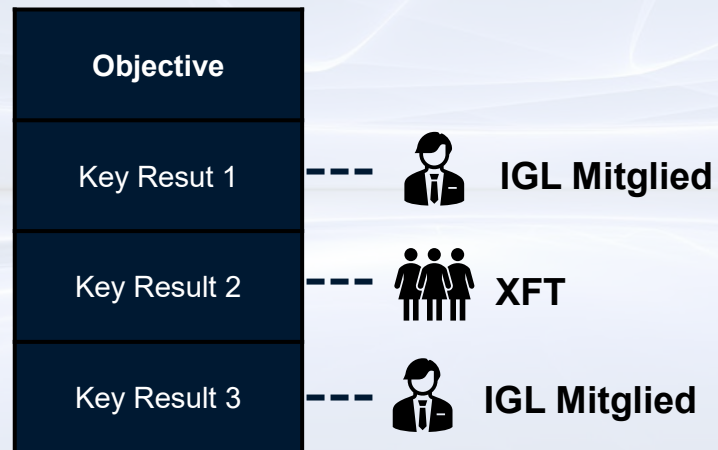
Produkte &  
Dienstleistungen

Fokus



49 OKR (Ziele)

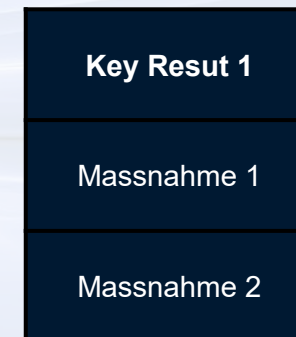
Owner



Messbarkeit und Verantwortung



Massnahmen



Umsetzung



Roadmap

Priorisierung

# Neue Cross Functional Teams

**Bestehend**



**Culture Club**

**2026-2027**



**Loyalisierungs-  
programme  
B2C**



**Vertriebskonzept**



**Handel  
Incentivierung NW**



**Flotten  
Ökosystem**



**Segment 2+3**



**Handel  
Incentivierung AS**

**202x**

# Get up now - Break Out Sessions

## Organisation

### Ablauf:

- 3 Sessions à 25 Minuten
- Rotation in festen Gruppen

### Gruppeneinteilung:

- Einteilung gemäss Farbe

### Themen:

- Wettbewerbsfähigkeit
- Distribution & Vertrieb
- Loyalisierung

## Ziel

### In den Breakouts erwartet euch:

- Vorstellung der OKRs je Stossrichtung durch die Co-Leader der Arbeitsgruppen
- Einblick in die wichtigsten Umsetzungsansätze

### Fokus der Sessions:

- Einordnung der OKRs in euren Arbeitskontext
- Austausch zur konkreten Umsetzung in der Praxis
- Schärfung von zentralen Hebeln entlang der bestehenden Ausrichtung

**Willkommen zurück!**

# Wie soll die neue Strategie heissen?

**Emotional**

**ImpAct 2030**

Steht für IMPORT, IMPACT, ACT und signalisiert Wirkung, Bewegung und konsequente Umsetzung.

**Zukunftsorientiert**

**NextLevel Import 2030**

Ausdruck des Anspruchs, den Import bis 2030 gezielt auf das nächste Leistungsniveau zu führen.

**Strukturell**

**Strategie-Haus  
AMAG Import**

Verweist auf die visuelle Darstellung der Strategie als Haus und steht für Klarheit, Struktur und Stabilität.

# Jetzt bringen wir es auf die Strasse

**1**

**Heute**

- **Strategische Inhalte vertieft**
- **Perspektiven ausgetauscht**
- **Gemeinsames Verständnis geschaffen**

# Jetzt bringen wir es auf die Strasse

**2**

**Bis September**

- **Inhalte bleiben auf Kaderstufe vertraulich**
- **Konsistente Erstkommunikation an der Mitarbeitenden Information ermöglichen**
- **Eigene Bereiche vorbereiten**

# Jetzt bringen wir es auf die Strasse

**3**

**Ab September**

- **Gemeinsamer Start in die Kommunikation**
- **Strategie in Teams übersetzen**
- **Im Alltag präsent halten**

# Das nehmen wir mit!

**Business  
Update**

**H1/26**



**Halbzeit**



**Leistung**

**Ausblick**

**H2/26**



**Markt**



**Konsumenten**



**China Brands**



**Product**



**People**



**Plan**

**Import  
Strategie**



**VUKA-Welt**



**Strategie**

**«Strategie macht 20% aus –  
die restlichen 80% sind  
Execution.»**