

Die Zahl

15701

(rm) Auf Schweizer Strassen fallen sie sofort auf: Autos mit AI-Kennzeichen. Dass es viele sind, ist bekannt. Die Dimension überrascht aber trotzdem. 2025 wurden in Appenzell Innerrhoden 15701 Fahrzeuge neu zugelassen. Das ist fast so viel wie der Kanton Einwohnende zählt. Oder anders gesagt: Jedes fünfzehnte neue Fahrzeug in der Schweiz erhielt letztes Jahr ein AI-Kennzeichen. Rund 90 Prozent davon sind Mietfahrzeuge. Damit wirkt der kleinste Kanton des Landes in der Zulassungsstatistik plötzlich wie ein grosser Spieler mit. Die Zahl zeigt eindrücklich, wie stark das Geschäft mit Mietfahrzeugen die Wahrnehmung und die Statistik prägt.

Lukratives Geschäft

Für den Kanton ist dieses Geschäft finanziell relevant. Laut Staatsrechnung bringt es jährlich rund 1 Million Franken Aufwandsentschädigung ein. Im Gebührenvergleich des Preisüberwachers PUE, der letztmals 2022 erschien, kam Appenzell Innerrhoden auf einen Gebührenfinanzierungsindex von 177 Prozent. Das war der höchste Wert aller Kantone. Der nationale Durchschnitt lag bei 123 Prozent. Das Geschäft mit den Mietautos ist für Innerrhoden also nicht bloss eine statistische Besonderheit, sondern auch ein spürbarer wirtschaftlicher Faktor.

Markt im Wandel

2025 wurden landesweit 329310 neue Motorfahrzeuge in Verkehr gesetzt. Das sind 2 Prozent weniger als 2024. Die Personenwagen machten mehr als zwei Drittel der Neuzulassungen aus. Mit insgesamt 232602 neuen Personenwagen wurden 2025 in der Schweiz zum sechsten Mal in Folge markant weniger Neuzulassungen registriert als in den Jahren vor der Covid-Pandemie. Der Markt bleibt damit unter Druck. Viele Haushalte und Unternehmen prüfen genauer, vergleichen stärker und verschieben grössere Anschaffungen eher einmal.

Elektroautos legen wieder zu

Etwas anders sieht es bei den Elektrofahrzeugen aus: Nach einem Rückgang 2024 wurden 2025 wieder mehr reine Elektroautos zugelassen. Die Zunahme gegenüber dem Vorjahr betrug 15,6 Prozent. Einen deutlichen Anstieg verzeichneten auch die Plug-in-Hybride, von denen 26,1 Prozent mehr abgesetzt wurden als 2024 und die 2025 rund 11,2 Prozent aller Neuzulassungen ausmachten. 2024 waren es noch 8,7 Prozent. Das zeigt: Die Mobilitätswende verläuft nicht gradlinig, sie kommt aber weiter voran.

Im internationalen Mittelfeld

Im europäischen Vergleich liegt die Schweiz im guten Mittelfeld. Der Elektroanteil beträgt rund 23 Prozent, europaweit sind es 19 Prozent. Auffällig sind die Unterschiede nach Alter. Am häufigsten fahren 45- bis 64-Jährige elektrisch. Ihr Anteil liegt bei 5,0 Prozent. Jüngere und ältere Gruppen bleiben zurück. Bei Firmenfahrzeugen ist der Anteil mit 11,1 Prozent deutlich höher. Auch das zeigt: Der Wandel ist in vollem Gang, aber er verläuft je nach Zielgruppe und Einsatzbereich sehr unterschiedlich.



2025 wurde in der Schweiz jedes fünfzehnte neue Fahrzeug durch das Innerrhoder Strassenverkehrsamt zugelassen. (Bild: a24)



Kurze Wege und Full-Service

Auf Spurensuche des Erfolgsrezepts von Appenzeller Autogaragen



Die Autolimpuls, die Autoausstellung, welche die Innerrhoder Garagen jeweils im März gemeinsam durchführen, lockt viel Publikum an. (Bild: zVg)

Wer heute ein Auto kaufen, warten oder reparieren lassen will, hat die Qual der Wahl. Grossgarage, Markenbetrieb in der Stadt, Markenfreie Werkstatt im Nachbardorf oder Onlineplattform: Das Angebot ist riesig. Der Preisdruck ist hoch. Die Kundentreue ist nicht mehr so selbstverständlich wie auch schon. Umso bemerkenswerter ist, was sich bei Innerrhoder Garagen zeigt: Das Gros des Kundenstamms ist ausserkantonale.

Rosalie Manser

Die Zahlen sind eindrücklich: Sowohl bei der Scheidweg-Garage AG als auch bei der Hirn Appenzell AG sind über 60 Prozent der Kundschaft ausserkantonale. Bei der Sepp Fässler AG sind es sogar 95 Prozent. Auch bei der Zeughausgarage AG liegt der Anteil der auswärtigen Kundschaft bei gegen 80 Prozent. Die Wege nach Appenzell nehmen also längst nicht nur Einheimische unter die Räder. Die Klientel kommt aus den Kantonen St. Gallen, Ausserrhoden, Thurgau und vereinzelt aus dem Bündnerland, dem Raum Zürich, der Zentralschweiz und sogar aus dem Tessin. Das ist nicht selbstverständlich. Denn Garagen leben zwar von Vertrauen, aber auch von der Bequemlichkeit der Kunden. Wer einen Service braucht, fährt meist dorthin, wo es am nächsten ist. Dass viele Kundinnen und Kunden trotzdem bewusst nach Appenzell fahren, sagt also einiges aus.

Persönlich statt anonym

Fragt man die Garagen nach dem Grund, fällt ein Wort immer wieder: Persönlichkeit. Die Kundschaft werde beim Namen gekannt. Man habe feste Ansprechpersonen. Die Wege seien kurz. Probleme wür-

den nicht von Büro-tisch zu Büro-tisch geschoben, sondern direkt gelöst. Das Persönliche gewinnt an Wert. Wer mehrere zehntausend Franken für ein Auto ausgibt oder sein Fahrzeug mit aufleuchtenden Service-Lämpchen in die Werkstatt bringt, will effizient und fachkundig bedient werden. Die Scheidweg-Garage betont die Konstanz im Team und die individuelle Beratung. Hirn Automobile spricht vom familiären Umgang und davon, dass man bei ihnen viel mehr als einfach nur eine Kundennummer sei. Auch bei der Sepp Fässler AG stehen individuelle Beratung, langfristige Kundenbeziehungen und ein Umgang auf Augenhöhe im Zentrum. Ähnlich sieht es die Zeughausgarage AG. Dort wird zusätzlich ein Punkt betont: Manche Kundinnen und Kunden verbinden den Werkstatttermin ganz bewusst mit einem Aufenthalt im Dorf. Andere lassen sich zu einer Bergbahn bringen und holen ihr Fahrzeug nach einem Wandertag wieder ab. Auch das gehört offenbar zum Erfolgsrezept. Der Name Appenzell zieht.

Alles aus einer Garage

Hinzu kommt ein weiterer Erfolgsfaktor: Die Appenzeller Garagen bieten nicht nur Autos und Service, sondern möglichst das ganze Paket. Service, Neu- und Occasionsverkauf, Carrosserie- und Lackarbeiten, Fahrzeugaufbereitung, Hol- und Bringservice, Waschanlage oder Tankstellenshop greifen ineinander. Dazu kommen Mehrmarken- und Mehrstandorte-Strategien sowie klare Spezialisierungen, etwa auf Motorsport oder exklusive Modelle. So unterschiedlich die Betriebe im Detail aufgestellt sind, verfolgen sie dennoch dieselbe Linie: Die Kundschaft soll möglichst viele Anliegen an einem Ort erledigen können. Genau darin liegt ein wichtiger Vorteil. Wer Kompetenz, Komfort und persönliche Betreuung aus-

er Hand bekommt, spart Zeit, schätzt die hohe Servicequalität und vertraut auf das «Produkt Appenzell».

Persönliche Werbeträger

Auffällig ist zudem, wie stark die klassische Mund-zu-Mund-Propaganda wirkt. Ein grosser Teil der Neukundschaft kommt laut Scheidweg-Garage über Empfehlungen. Nicht der lauteste Werbeslogan bringt also neue Kundschaft nach Appenzell, sondern bestehende Kundinnen und Kunden. Wer zufrieden ist, erzählt es in seinem Umfeld weiter. Dazu kommt etwas, das man nicht kaufen kann: das Image der Region. Appenzell steht für Bodenständigkeit, Überschaubarkeit und Verlässlichkeit. Offenbar färbt das auch auf die Garagen ab.

Die Branche wird anspruchsvoller

Romantisieren lässt sich das Garagensgeschäft allerdings auch in Innerrhoden nicht. Einig sind sich die befragten Betriebe darin, dass der Markt in den letzten Jahren deutlich anspruchsvoller geworden ist. Der Preisdruck nimmt zu, Fahrzeuge werden schweizweit verglichen und eingekauft, und die Kundschaft erscheint heute oft bereits gut informiert im Showroom. Gleichzeitig verändert sich die Technik rasant. Elektroautos, Hybride und Plug-in-Hybride bringen neue Anforderungen in Verkauf und Werkstatt. Hochvolt-Kompetenz, Spezialwerkzeuge, Sicherheitsstandards sowie Beratungsfragen rund um Laden, Reichweite und Nutzung gewinnen an Bedeutung. Dazu kommt: Autos sind heute rollende Computer. Diagnose, Software, Updates, Sensorik und Fahrerassistenzsysteme prägen den Alltag in der Garage immer stärker. Das klassische Schrauben bleibt zwar wichtig, wird aber mehr und mehr ergänzt durch technisches Know-how, digitale Prozesse und laufende Weiterbildung.

Berufsstolz

«Einstieg nach Mass»



Rouven Cadosch ist dieses Jahr in den Familienbetrieb eingestiegen. (Bild: zVg)

(rm) Während andere Kinder mit der Carrera-Bahn spielten, wuchs Rouven Cadosch zwischen echten Autos auf. Zusammen mit seiner Schwester ist der 27-Jährige seit diesem Jahr in der Geschäftsleitung der Garage Cadosch AG in Weissbad. Der Werkstattchef schildert, warum für ihn der Weg in den Familienbetrieb früh feststand und weshalb sein Beruf trotz Digitalisierung handwerklich geblieben ist.

Rouven Cadosch, war für dich schon früh klar, dass du einmal in den Familienbetrieb einsteigen würdest?

Rouven Cadosch: Ich bin praktisch im Betrieb aufgewachsen und habe schon früh mitgeholfen. Diese Nähe zum Handwerk und zum Familienbetrieb hat mich geprägt. Meine Eltern legten mir zwar ans Herz, auch andere Berufe anzuschauen. So machte ich zum Beispiel eine Schnupperlehre als Koch. Aber für mich war klar, dass meine Zukunft eher unter der Motorhaube als am Herd liegt. Heute freue ich mich, dass ich zusammen mit meiner Schwester Kerstin Verantwortung in der Geschäftsleitung übernehmen darf.

Wie war es für dich, in den Familienbetrieb einzusteigen?

Der Einstieg verlief sehr reibungslos. Wir sind in einen bestehenden Betrieb hineingewachsen und dürfen unsere Eltern unterstützen, die weiterhin voll mithelfen. Gerade am Anfang ist das sehr wertvoll.

Was ist aus deiner Sicht der grösste Vorteil eines Familienbetriebs?

Sicher der direkte und persönliche Kontakt, sowohl im Team als auch mit der Kundschaft. Weil wir selber im Betrieb und nahe an der Werkstatt sind, haben wir kurze Wege und können spontan und unkompliziert agieren. Diese persönliche Präsenz ist uns wichtig und prägt unsere Firmenphilosophie stark.

Wie geht ihr mit unterschiedlichen Ansichten um?

Uns ist wichtig, dass wir offen und respektvoll miteinander umgehen und verschiedene Sichtweisen zulassen. Oft entstehen gerade daraus die besten Lösungen. Vieles klärt sich bei uns unkompliziert, zum Beispiel am Mittagstisch.

Ist dein Beruf heute mehr Computerarbeit als mit dem Schraubenzieher Hand anlegen, oder ist das ein Klischee?

Der Wandel durch Elektrofahrzeuge und die zunehmende Technik spüren wir. Aber mechanische Arbeiten bleiben weiterhin wichtig. Weil wir mit verschiedenen Marken und auch mit älteren Fahrzeugen arbeiten, ist der Beruf bei uns nach wie vor sehr handwerklich.

Was fasziniert dich trotz aller Veränderungen an deinem Beruf?

Ganz klar die Vielseitigkeit. Kein Tag ist gleich wie der andere. Ich schätze auch den persönlichen Kontakt mit der Kundschaft sehr und freue mich, dass ich mein Hobby zum Beruf machen konnte.