



Durchschnittspreise für Neuwagen um 3,9 Prozent auf 25 893 Euro gestiegen

Im Jahre 2011 ist der Listenpreis der in Deutschland verkauften Neuwagen auf 25 893 Euro gestiegen. Damit haben die Deutschen im letzten Jahr 980 Euro pro Neuwagen mehr ausgegeben als im Jahr 2010. Dies ist der höchste Durchschnittspreis, der jemals in Deutschland für Neuwagen bezahlt wurde.



**PROF. DR. FERDINAND
DUDENHÖFFER,**

Direktor des CAR-Center Automotive Research an der Universität Duisburg-Essen sowie Inhaber des Lehrstuhls für Allgemeine Betriebswirtschaftslehre und Automobilwirtschaft an der Universität Duisburg-Essen.

Im Jahre 1980 hatten die Deutschen im Schnitt noch 8420 Euro für einen Neuwagen ausgegeben, im Jahre 2000 waren es dann 20410 Euro. Im Jahre 2011 wurde der Rekord von 25 893 Euro erreicht. Damit geben die Deutschen heute mehr als dreimal so viel für den Neuwagen aus als noch im Jahre 1980. Allerdings betrug 1980 auch die Mehrwertsteuer statt 19 Prozent „nur“ 13 Prozent. Also der Staat verdient beim Neuwagenkauf der Deutschen kräftig mit. Pro Neuwagen wurden im Jahr 1980 „nur“ 969 Euro Mehrwertsteuer bezahlt. Im Jahr 2011 betrug die Mehrwertsteuer 4134 Euro, also 4,3-mal so viel wie noch 1980.

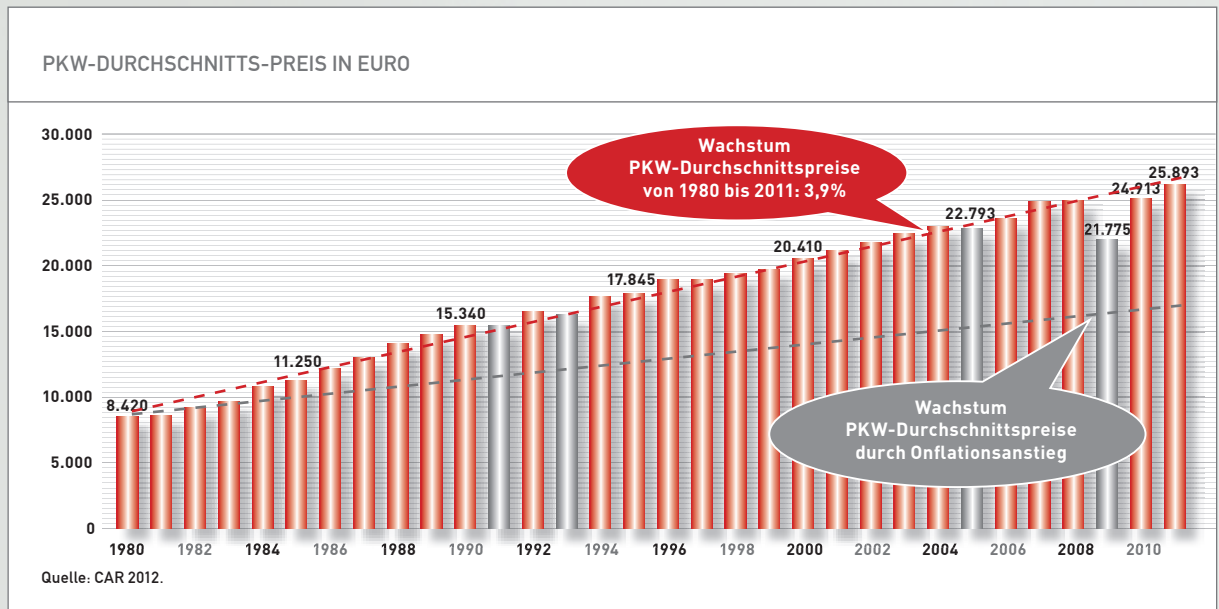
Ausgaben für Neuwagen stiegen im Schnitt um 1,7 Prozent mehr als Preissteigerung

Die Verbraucherpreise in Deutschland haben sich in den letzten 31 Jahren in Deutschland jährlich um 2,2

Prozent erhöht. Damit stiegen die Durchschnittspreise der verkauften Neuwagen in Deutschland über die letzten 31 Jahre pro Jahr um 1,7 Prozent stärker als die allgemeinen Verbraucherpreise. Die Deutschen kaufen also pro Jahr „mehr“ Auto als die Verbraucherpreissteigerung ausmacht.

Zur Berechnung der Verbraucherpreise haben wir für den Zeitraum 1980 bis 1990 den Preisindex für Lebenshaltung aller Haushalte und ab 1991 den Verbraucherpreisindex des Statistischen Bundesamtes herangezogen. Wären die Ausgaben pro Neuwagen in den letzten 31 Jahren im Schnitt mit der Verbraucherpreissteigerungsrate gestiegen, hätte im Jahre 2011 der Durchschnitts-Neuwagen lediglich 16 531 Euro gekostet. Gegenüber dem Jahr 1980 kauft der Deutsche damit für 9352 Euro „mehr“ Auto. Die Automobilbranche ist eine Branche, die sich in saturierten Märkten, wie dem deutschen Automarkt, durch Wertwachstum auszeichnet.

Fotos: ©iStockphoto, Unternehmen



Nissan mit größtem Preissprung

Im Jahr 2011 betrug der Anstieg beim Kaufpreis des Durchschnittsneuwagen 980 Euro oder 3,9 Prozent. Prozentual größere Steigerungen – sprich „hochwertiger als der Durchschnitt“ – verkauften im Jahr 2011 die Marken Nissan (+13), Dacia (+12), Seat (+13), Mini (+8,3), Hyundai (+7,5), Ford (+6,6), Fiat (+5,8), VW (+5,3), Skoda (+5,2), Mercedes (+4,4) und BMW (+4,1) wie die Tabelle rechts zeigt.

Einen großen Preissprung hat Dacia gemacht. Dacia-Käufer geben mittlerweile 12 121 Euro für ihren Neuwagen aus. Das sind 12,7 Prozent oder 1364 Euro mehr als im letzten Jahr. Im Jahre 2012 wird Dacia dies wieder leicht korrigieren, denn für Mitte März ist die Preissenkung der beiden Dacia-Modelle Sandero und Duster angekündigt. Der Dacia Sandero wurde im Einstiegspreis um 200 Euro gesenkt und ist mit 6790 Euro der preisgünstigste Pkw im deutschen Automarkt. Das Einstiegsmodell des Dacia Duster wird im Preis um 1000 Euro auf 10 990 Euro reduziert. Damit wird Dacia im Jahr 2012 die Marke mit dem niedrigsten Durchschnittspreis werden. Übrigens, der teuerste Dacia war im Jahr 2011 mit 17 690 Euro eine „Edelversion“ des Dacia Duster. Der teuerste Dacia war damit im Jahr 2011 um 1700 Euro preisgünstiger als der Durchschnitts-Skoda. Die Marke mit dem niedrigsten Durch-

schnittspreis war Smart. Also auch das kann passieren: Eine Premiummarke hat die niedrigsten Durchschnittspreise im deutschen Automarkt.

Eine Einsteigermarke ist nicht notgedrungen eine Marke mit einem niedrigen Durchschnittspreis. Dies zeigt Skoda. Dort gibt der Käufer mittlerweile 19 392 Euro für seinen Neuwagen aus. Dies ist mehr als der Opel-Käufers. Skoda, Seat und VW sind also keine „Volkswagen“. Dies zeigt, dass sich die Marke Skoda nicht eignet, im VW-Konzern als Billigmarke in die Märkte zu gehen. Der große und markenreiche VW-Konzern besitzt zwar jede Menge Marken, bald sogar eine Motorrad-Marke, aber ein Billigauto kann VW nicht. Der Durchschnittspreis des in Deutschland verkauften Skoda ist mehr als 7300 Euro höher als der Dacia-Durchschnittspreis. Der Unterschied ist nicht überbrückbar. Der VW-Konzern hat zwar mit Porsche acht Pkw-Marken, schafft es aber nicht, den Gesamtmarkt abzudecken. Dies illustriert die Tabelle rechts deutlich.

Preisabstand von BMW und Mercedes zu Audi wird größer

Größer geworden ist im Jahr 2011 auch der Preisabstand zwischen BMW und Mercedes zu Audi. Wäh-

rend der Audi-Käufer im Jahre 2011 lediglich 0,3 Prozent mehr für seinen Neuwagen ausgab, hat der Mercedes-Käufer (+4,4 Prozent) und BMW-Käufer (+4,15 Prozent) werthaltiger gekauft. Nimmt man die Neuwagenpreise als Indikator für Premium, steigt der Premi-umabstand zwischen Audi und BMW, Mercedes. Gleichzeitig ist Volvo mit seinen Durchschnittspreisen näher an Audi gerückt. Ein wichtiger Grund für stagnierende Ausgaben für Neuwagen bei Audi ist der Audi A1. Der Audi A1-Käufer hat für seinen Neuwagen im letzten Jahr 17 729 Euro (ohne Zusatzausstattung) angelegt. Bei der Marke Mini betrug der Durchschnittspreis 22 586 Euro. Damit verkaufen sich auch die Kleinwagen der Marke Mini deutlich werthaltiger als der Audi A1.

Der teuerste Mercedes im Jahr 2011 war übrigens der Mercedes SLR mit 493 850 Euro Listenpreis. Allerdings wurden davon „nur“ 24 Fahrzeuge verkauft. Der Abstand zum zweit teuersten Mercedes, einer

Mercedes SL-Hochleistungsvariante mit gerade mal 294 643 Euro, ist erheblich.

Fazit: Automarkt zeigt „Wertwachstum“

Der Trend zu teuren Neuwagen geht weiter. Im Jahr 2011 wurden mit 25 893 Euro für den Neuwagen (ohne Zusatzausstattungen) 980 Euro oder 3,9 Prozent mehr ausgegeben als 2010. Die Verbraucherpreise gemäß dem Verbraucherpreisindex des Statistischen Bundesamtes stiegen im Jahr 2011 um 2,4 Prozent. Damit wurde im Jahr 2011 gegenüber den Verbraucherpreissteigerungen 1,5 Prozent „mehr“ Auto gekauft. Die Deutschen lieben ihre Autos und kaufen daher jedes Jahr „mehr“ Auto. Der Trend zu steigenden Neuwagenausgaben bleibt ungebrochen.

von Prof. Dr. Ferdinand Dudenhöffer

DURCHSCHNITTSPREIS DER IN DEUTSCHLAND GEKAUFTEN NEUWAGEN (LISTENPREISE) NACH MARKEN					
Marke	2009	2010	2011	Diff. 2010/2011	Diff. 2010/2011
BMW	37096 €	38379 €	39938 €	1559 €	4,1%
Mercedes	36722 €	38231 €	39912 €	1681 €	4,4%
Audi	35295 €	36199 €	36320 €	121 €	0,3%
Volvo	33112 €	33790 €	35039 €	1249 €	3,7%
Durchschnitt	21775 €	24913 €	25893 €	980 €	3,9%
Volkswagen	21389 €	22739 €	23938 €	1199 €	5,3%
Mini	19720 €	20853 €	22586 €	1733 €	8,3%
Ford	17975 €	20198 €	21526 €	1328 €	6,6%
Seat	16024 €	18278 €	20310 €	2032 €	11,1%
Nissan	17166 €	17814 €	20123 €	2309 €	13,0%
Peugeot	17431 €	19236 €	19830 €	594 €	3,1%
Citroën	15804 €	19023 €	19571 €	548 €	2,9%
Skoda	17552 €	18427 €	19392 €	965 €	5,2%
Opel	15576 €	18743 €	19381 €	638 €	3,4%
Toyota	16532 €	18645 €	18638 €	-7 €	0,0%
Renault	15996 €	18019 €	18252 €	233 €	1,3%
Hyundai	13156 €	14865 €	15976 €	1111 €	7,5%
Fiat	13580 €	14171 €	14994 €	823 €	5,8%
Dacia	8924 €	10758 €	12046 €	1288 €	12,0%
Smart	11757 €	11825 €	11985 €	160 €	1,4%

Quelle: CAR 2012.

