

Hohe Zahlungsbereitschaft für Autos

Durchschnittspreis für Neuwagen auf 28153 Euro gestiegen.



Fotos: Unternehmen



**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 ersten Halbjahr 2015 ist der Durchschnittspreis der in Deutschland verkauften Pkw-Neuwagen auf 28 153 Euro gestiegen. Damit wurden in Deutschland im ersten Halbjahr 2015 pro Neuwagen 964 Euro oder 3,5 Prozent mehr ausgegeben als im Jahr 2014. Erfasst wird in unserer Analyse immer der Listenpreis ohne Zusatzausstattung.

Dies ist der höchste Durchschnittspreis, der jemals in Deutschland für Neuwagen bezahlt wurde. Während die Inflationsrate (Verbraucherpreisindex) im ersten Halbjahr 0,24 Prozent betrug, haben die Autofahrer in Deutschland kräftig ihre Ausgaben für neue Autos gesteigert. Die Autofahrer unterstreichen damit erneut ihre hohe Zahlungsbereitschaft für Neuwagen.

Im Jahre 1980 hatten die Deutschen im Schnitt noch 8420 Euro für einen Neuwagen ausgegeben, im Jahr 2000 wurde erstmals mit 20 410 Euro der Preispunkt von 20 000 Euro überschritten und im Jahr 2011 wurde mit 25 893 Euro erstmals die 25 000-Euro-Preisgrenze übertroffen. Nur viermal hatte sich in den letzten 35 Jahren der Preis für den Durchschnitts-Neuwagen nicht erhöht. Das war in den Jahren 1991, 1993, 2005 und im Abwrackprämienjahr 2009. Ansonsten sind die Ausgaben für Neuwagen jährlich gestiegen. Dabei betrug die durchschnittliche jährliche Steigerung der Preise des Durchschnittsneuwagens 3,5 Prozent. Ein wesentlicher Grund für die Steigerung der Durchschnittspreise sind besser ausgestattete und höhermotorisierte Neuwagen. Die Zeitreihe der Entwicklung der Durchschnittspreise für Neuwagen ist im Anhang abgedruckt.

Abb. 2 zeigt die Entwicklung der Preise und PS-Zahlen bei Neuwagen. Es ist deutlich erkennbar, dass sich beide in die gleiche Richtung entwickeln. Betrug im Jahr 1995 die Motorstärke eines Neuwagens im Durchschnitt noch 95 PS waren es 143 PS im ersten Halbjahr 2015.

Teure SUV: Durchschnittspreise steigen durch SUV-Trend

Ein wesentlicher Grund für den Anstieg der Durchschnittspreise ist die Verschiebung der Neuwagen-Nachfrage auf SUV und weniger Kleinwagen. So stieg der Marktanteil der SUV im ersten Halbjahr 2015 auf 19,1 Prozent von 18,0 Prozent im Jahr 2014, während gleichzeitig der Marktanteil für Klein- und Kleinstwagen von 23,2 Prozent auf 22,4 Prozent sank. Die deutschen Autokäufer nutzen die geringe Inflationsrate und den niedrigen Benzin- und Dieselpreis und kaufen teure Autos – immer mehr SUV.

SUV-Durchschnittspreis 22 Prozent über Durchschnitts-Neuwagen

Abb. 2 verdeutlicht, warum der SUV-Trend die Durchschnittspreise für Neuwagen in Deutschland steigen lässt. Der Listenpreis eines SUV liegt mit 34 263 Euro 22 Prozent über dem Listenpreis des Durchschnitts-Neuwagens.

Zusätzlich werden immer mehr Premium-SUV verkauft. So konnte Porsche mit seinem neuen SUV-Modell Macan seinen Marktanteil im SUV-Segment im ersten Halbjahr von 2,0 Prozent auf 2,6 Prozent steigern. Mehr Porsche-SUVs drücken den Durchschnittspreis der SUV nach oben. Gleiches gilt für Landrover und Volvo, die ebenfalls ihre Marktanteile im SUV-Segment steigerten. Fazit: Die Neuwagenkäufer in Deutschland „gönnten“ sich im ersten Halbjahr „mehr“ Auto. Das „mehr“ besteht aus

SUVs und mehr Premium-SUVs à la Porsche, Landrover und Volvo. Kleinwagen werden „langweiliger“ für die deutschen Autokäufer. Die niedrigen Kraftstoffpreise verstärken den Umstieg von Kleinwagen in Richtung SUV und mehr Premium.

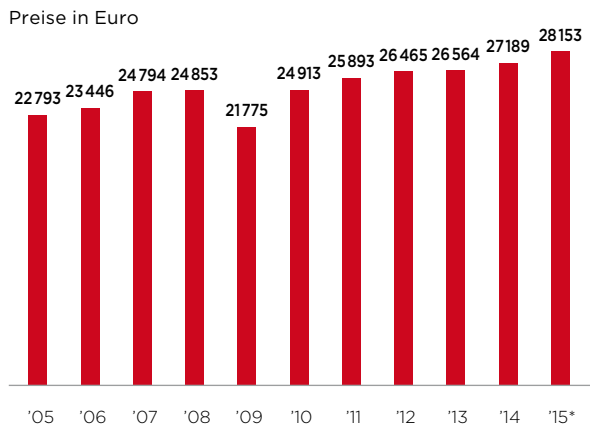
180 Millionen Euro zusätzlich durch SUV-Verkäufe in Deutschland

Für die Autobauer ist der Trend zum SUV zunächst eine profitable Sache. Gegenüber dem Durchschnitts-Neuwagen lag im ersten Halbjahr 2015 der Listenpreis des Durchschnitts-SUV um 6110 Euro höher. Geht man von einem Durchschnitts-Gewinn von fünf Prozent vom Listenpreis aus, bringt der SUV dem Autobauer mehr als 300 Euro zusätzlichen Gewinn gegenüber dem Standard-Neuwagen. Dies ist eine eher konservative Annahme, denn da SUVs gefragter sind, müssen auch weniger Rabatte beim Verkauf eingeräumt werden. Bei erwarteten 600 000 SUV-Neuwagenzulassungen im Gesamtjahr 2015 bedeutet das 180 Millionen Euro Zusatzgewinn der Autobauer im Markt Deutschland. Gäbe es also keine SUVs, würden die Gewinne der Autobauer deutlich kleiner sein.

Höhere CO₂-Auflagen und höhere Neuwagenpreise

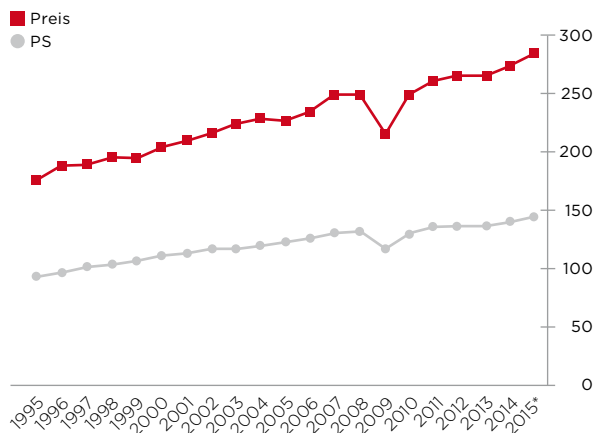
Immer wieder wurde argumentiert, dass höhere CO₂-Auflagen nach dem Jahr 2021 die Neuwagenpreise um 2000

Abb. 1 – Pkw-Durchschnittspreis



*1. Halbjahr. Quelle: CAR Universität Duisburg-Essen.

Abb. 2 – Preis- und PS-Entwicklung Neuwagen



*1. Halbjahr. Quelle: CAR Universität Duisburg-Essen.



SUV IM ALLTAG

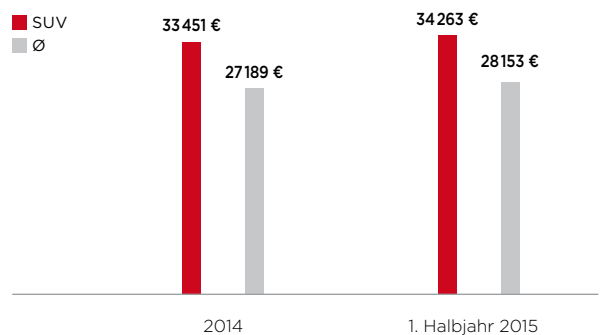
Die Geländelimosine wird längst nicht mehr nur offroad genutzt.

Euro und mehr verteuern würden und daher die Nachfrage nach Neuwagen abknicken würde. Nach unseren Daten über eine sehr lange Zeitreihe kann man die Vermutung nicht bestätigen. Selbst wenn die Neuwagenpreise durch höhere CO₂-Auflagen tatsächlich so verteuert würden – bisher war eher das Gegenteil der Fall, wenn man die Preiswirkungen der derzeitigen CO₂-Auflagen von 130 Gramm/km analysiert – zeigt unsere Zeitreihe, dass dies keineswegs zu „Neuwagen-Abstinenz“ in Deutschland führt. In nur fünf Jahren – also von dem Jahr 2010 bis zum Jahr 2015 sind die Neuwagenpreise in Deutschland im Durchschnitt um 3240 Euro gestiegen. Also die Neuwagenkäufer „honorieren“ Hochwertigeres oder, anders ausgedrückt, die Preiselastizität beim Neuwagenkäufer ist relativ starr.

Dacia mit niedrigstem Durchschnittspreis

Abb. 4 zeigt die nach Modellmix berechneten durchschnittlichen Listenpreise ausgewählter Autobauer. Mit 11 837 Euro als Durchschnittspreis ist Dacia klar Preisführer in Deutschland. Auch wenn Autos emotionale Produkte sind, funktioniert die Aldi-Strategie von Dacia. Mit einem Marktanteil von 1,5 Prozent rangiert Dacia an der 18. Stelle der Zulassungsstatistik unter mehr als 40 Marken, die im deutschen Automarkt miteinander im Wettbewerb stehen. Damit liegen die Rumänen etwa vor Mini, Mitsubishi, Smart, Suzuki, Honda, Volvo und anderen. Unter allen Marken, die mehr als 10000 Fahrzeuge pro Jahr verkaufen – also keine reine Exoten sind – hat Porsche mit 89449 Euro den höchsten Durchschnittspreis im deutschen Automarkt. Mercedes, BMW, Audi liegen mit mehr als 40000 Euro Durchschnittspreis in ihrer Preispositionierung enger beieinander. Interessant auch die fast identische Preis-Position von Seat und Skoda. Beide Marken

Abb. 3 – Preise SUV und Ø-Neuwagen



*1. Halbjahr. Quelle: CAR Universität Duisburg-Essen.

überlappen sich in ihrer Preisstrategie fast vollständig. Bei einer Neuausrichtung des VW-Konzerns sollte daher intensiv geprüft werden, ob es nicht profitabler für den VW-Konzern ist, nur mit einer Marke dieses Preisfeld zu besetzen. Skoda und Seat kannibalisieren sich um dieselbe Kundengruppe. Doppelte Marketingkosten, hohe Händler-netzinvestitionen lohnen sich bei solchen Überlappungen nicht. Gleichzeitig wird deutlich, dass der VW-Konzern als eine Art „Vollsortimenter“ kein Angebot in Dacia-Reichweite hat.

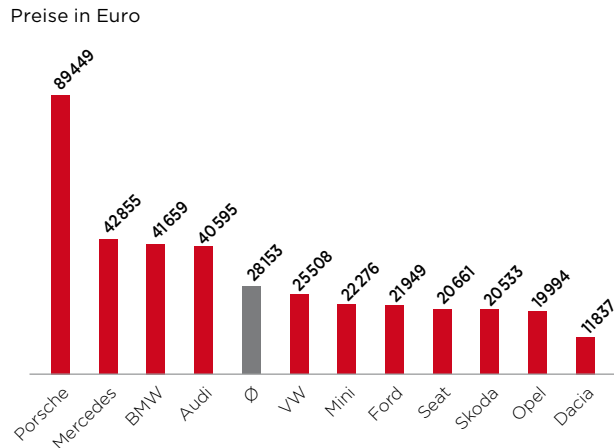
Fazit: Zahlungsbereitschaft für Autos bleibt hoch

Der Trend zu teuren Neuwagen geht in Deutschland weiter. Damit schaffen es die Autobauer im sehr kompetitiven deutschen Automarkt, der nahezu ausschließlich Ersatzbedarf bedient, hochwertiger zu verkaufen. Mit 28 153 Euro hat der Listenpreis des Durchschnitts-Neuwagens in Deutschland im ersten Halbjahr 2015 einen neuen Höchstwert erreicht.

Immer wieder wurde argumentiert, dass stärkere CO₂-Auflagen für die Autobauer zu einer Verteuerung der Neuwagen führen würde, die eine große Kaufzurückhaltung auslösen würde. Nach unseren Daten kann man das nicht bestätigen. Vielmehr sind die Autofahrer in Deutschland sehr wohl bereit, höhere Preise für „mehr“ Auto in Kauf zu nehmen.

Die SUV-Welle wirkt für die Autobauer wie ein Gewinnbeschleuniger. Daher bauen die Autobauer massiv ihre SUV-Angebote aus. So plant etwa Audi nach den Worten seines

Abb. 4 – Listenpreis nach Marken (1. Hj. 2015)



*1. Halbjahr. Quelle: CAR Universität Duisburg-Essen.

Vorstandsvorsitzenden Rupert Stadler seinen SUV-Anteil von derzeit 29 bis zum Jahre 2020 auf 40 Prozent auszubauen. Der SUV lässt Gewinne sprudeln, aber könnte längerfristig Probleme bringen. Nach dem Jahr 2021 gelten deutlich strengere Verbrauchs- und CO₂-Vorschriften für Neuwagen. Dann kann der SUV schnell zum Problemkind werden. Für die nächsten Jahre gilt jedenfalls, dass die Ausgaben für den Neuwagen in Deutschland weiter steigen. Die Zahlungsbereitschaft der Autokäufer in Deutschland bleibt hoch. Die SUV-Welle macht Appetit.

von Prof. Dr. Ferdinand Dudenhöffer

