

28. Januar 2011

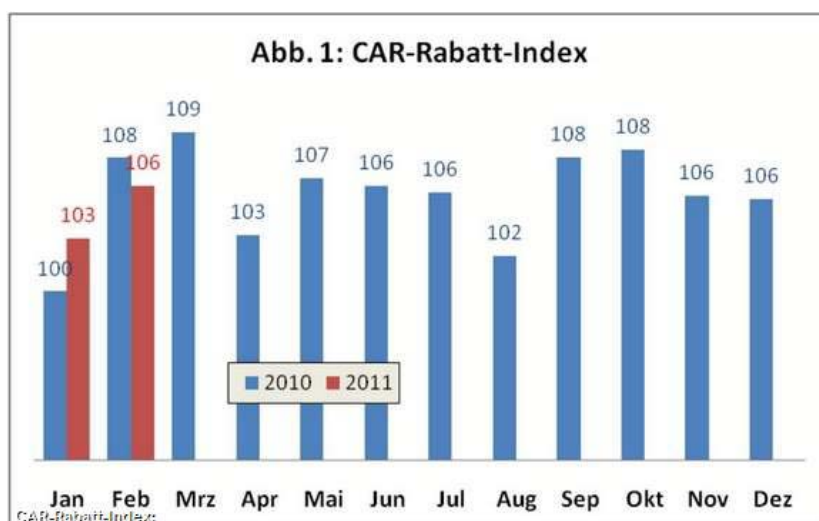
## CAR-Studie: Preisdruck lässt nach

Noch ist der deutsche Automarkt nicht über dem "Abwrack"-Berg. Aber die Richtung stimmt, so das Fazit der neuesten Rabattstudie des Center Automotive Research (CAR) an der Universität Duisburg-Essen. Demnach sinken die Rabatte weiter leicht und die Preise für die Autobauer stabilisieren sich.

Bettina John

Duisburg/Essen. Der deutsche Automarkt profitiert von der guten Konjunktur in Deutschland und dem gestiegenen

Verbrauchervertrauen, der Preisdruck ist im Februar 2011 erneut leicht rückläufig, so die aktuelle Preisuntersuchung des Center Automotive Research (CAR) an der Universität Duisburg-Essen. Demnach lag im Februar der CAR Rabatt-Index bei 106 (Vorjahresmonat 108) Punkten. Gegenüber dem Januar 2011 (103) ist der Index leicht gestiegen – bedingt durch ein größeres Angebot an Sonderaktionen und saisonbedingt gestiegenen Eigenzulassungs-Quoten der Hersteller.



**CAR-Rabatt-Index:**

Die Rabatte sinken weiter leicht und die Preise für die Autobauer stabilisieren sich.

Die Höhe der gewährten Kundenvorteile und die durchschnittlichen Nachlässe bei Internet-Vermittlern blieben gegenüber dem Vormonat nahezu unverändert, im Vergleich zum Vorjahresmonat waren sie deutlich geringer. Dominiert wurden die Sonderaktionen im Februar durch Offerten aus dem Bereich der Finanzdienstleistungen. Aktionen in Form von Gutscheinen, Gebrauchtwagenüberzahlungen oder direkten Rabatten wurden dagegen zurückgefahren. Der durchschnittliche Kundenvorteil aus offen beworbenen Sonderaktionen lag im Februar bei elf Prozent.

## Knapp kalkulierte Leasingangebote

Wie im Januar führten erneut Fiat und Chevrolet die Rabatt-Liste bei den offenen Aktionen an. Honda bewarb anlässlich seines 50-jährigen Deutschland-Jubiläums für den Civic neben einer 1,9-Prozent Finanzierung ohne Anzahlung einen 4000-Euro-Nachlass auf den Listenpreis, kostenlose Wartungen und eine Anschlussgarantie – in Summe ein Kundenvorteil von 32 Prozent. Chevrolet, Peugeot, Mazda und Seat setzten auf knapp kalkulierte Leasingangebote. Mercedes offerierte wie im Januar einen 1,25-Prozent-Zinssatz in Anspielung auf das 125-jährige Jubiläum. Auch Alfa-Romeo, Ford, Honda, Jeep, Nissan und Volkswagen setzten auf mit Niedrigzins-Finanzierungen bis zwei Prozent.

Die Internetvermittler präsentierten sich mit einem Durchschnittsnachlass von 14,8 Prozent für die 25 meistverkauften Pkw im Vergleich zum Februar 2010 sehr zurückhaltend. Rabatt-Spitzenreiter dieser Auswahl ist der Hyundai I30 mit durchschnittlich 24,8% Nachlass. Den höchsten Rabatt unter deutschen Premiumanbietern gab es bei BMW (15,1 Prozent) – ein Jahr zuvor waren es noch 16,9 Prozent – laut CAR ein weiteres Indiz dafür, dass sich der Automarkt in Deutschland stabilisiert. Mit knapp zehn Prozent Rabatt erhalten Käufer von Mercedes- und Smart-Modellen den geringsten Preisabschlag der Stichprobe.



### EXKLUSIV-STUDIE ZUM AUTOMARKT

## Autobauer geben weniger Rabatte

27.02.2011 -

Von Oliver Santen

**Die Rabatte für Neuwagen-Käufer in Deutschland gehen weiter zurück. Das geht aus einer aktuellen Studie des Auto-Experten Ferdinand Dudenhöffer von der Uni Duisburg-Essen hervor, die BILD vorliegt.**

Hauptgrund für die geringeren Rabatte ist die gute Konjunktur und die damit verbundene Nachfrage nach Neuwagen.

**Dudenhöffers Rabatt-Index ist im Februar im Vergleich zum Vorjahr um zwei Punkte auf jetzt 106 Punkte zurückgegangen. Im Schnitt wird den Käufern bei beworbenen Sonderaktionen ein Nachlass von elf Prozent eingeräumt.**

Fiat und Chevrolet führen wie schon im Januar die Rabattliste an. Den Fiat Panda gibt es laut Studie mit 34,2 Prozent Nachlass auf den Listenpreis, gefolgt vom Chevrolet Avea mit 33,3 Prozent und Fiat Punto mit 33,0 Prozent.

**Das beliebteste Automodell der Deutschen, den VW Golf, wird mit elf Prozent Rabatt angeboten.**

Bei Internetvermittlern (z. B. [autohaus24.de](http://autohaus24.de), [meinauto.de](http://meinauto.de)) gibt es im Schnitt 14,8 Prozent Preisnachlass bei den 25 beliebtesten Modellreihen.

Vor einem Jahr lag das Rabatt-Niveau noch bei 16,9 Prozent. Unter den Edel-Autobauern gewährt BMW mit 15,1 Prozent auf den „Einser“ die höchsten Nachlässe. Spitzenreiter bei den Internet-Rabatten ist der Hyundai I30 mit durchschnittlich 24,8 Prozent Vorteil.

**Fazit der Studie von Prof. Dudenhöffer: „Natürlich ist der deutsche Automarkt noch nicht über den („Abwrack“-)Berg. Aber die Richtung stimmt. Das zeigt auch die neueste Rabattstudie. Die Rabatte geben weiter leicht nach, die Preise für die Autobauer werden stabiler – eben so, wie es in guten Konjunkturzeiten üblich ist.“**



## Mehr Rabattaktionen mit geringerem Preisnachlass

2011-02-28 Das Rabattniveau auf dem deutschen Automarkt ist im Februar im Vergleich zum Vorjahresmonat leicht zurückgegangen. Das liegt laut Ferdinand Dudenhöffer vom CAR-Center Automotive Research der Universität Duisburg vor allem an der guten Konjunktur. Die Zahl der offenen Aktionen, also Sonderfinanzierungen, Sondermodelle und Eintauschprämien, ist von Januar bis Februar dieses Jahres von 273 auf 303 gestiegen. Allerdings hat sich vor allem die Zahl der Aktionen mit niedrigen Rabatten zwischen drei und zehn Prozent erhöht. Die Angebote mit einem Kundenvorteil von mehr als 30 Prozent sind von drei auf vier Aktionen geklettert.

Generell werden die für Kunden transparente Aktionen wie Gutscheine, Gebrauchtwagenüberzahlungen und direkte Preisnachlässe immer weiter zurückgefahren und stattdessen Rabatte aus dem Bereich der Finanzdienstleistungen angeboten. Die Februar-Rabatt-Liste führen Fiat und Chevrolet an. So ist zum Beispiel der Fiat Panda in der Version "MyLife" mit einem Nachlass von 34,2 Prozent zu haben. Den Chevrolet Aveo gibt es im

Rahmen des Leasingprogramms "Chevrolet's Party" mit einem Nachlass von 33,3 Prozent. (vm/mid)



News von SPS - SPOT PRESS SERVICES, 28.02.2011 - 17:30 Uhr

## **Neuwagenpreise - Auf stabilem Niveau**

SP-X/Köln. Die Preise für Neufahrzeuge in Deutschland stabilisieren sich weiter. Zwar gab es einer Studie des Center Automotive Research an der Universität Duisburg-Essen zufolge im Februar einen leichten Anstieg gegenüber dem Vormonat. Die durchschnittliche Höhe der gewährten Kundenvorteile wie auch die Nachlässe bei Online-Anbietern seien im Vergleich zum Januar nahezu unverändert und gegenüber dem Vorjahresmonat deutlich geringer.

Das Angebot an Sonderaktionen wurde im Februar klar vom Bereich der Finanzdienstleistungen dominiert. Jedes zweite Angebot komme aus dem Bereich Leasing und Finanzierung, heißt es in der Studie. Diese ersetzen die für den Verbraucher transparenteren Angebote wie Rabatte, Gebrauchtwagenzahlungen oder auch Gutscheinkaktionen, wie etwa Tank-Coupons. Der durchschnittliche Nachlass aus offen beworbenen Sonderaktionen lag im Februar bei 11,0 Prozent, im Januar waren es noch 11,3 Prozent.

Wie bereits im Vormonat führten auch im Februar Fiat und Chevrolet die Rabattliste bei den offenen Aktionen an. Allerdings könnten die beiden Marken von Honda bald abgelöst werden. Denn aufgrund der Aktionen anlässlich seines 50. Jubiläums in Deutschland gerate der japanische Hersteller immer stärker in den Rabattstrudel, heißt es.

Im Vergleich zum Februar 2010 wirkt auch der ermittelte durchschnittliche Rabattwert von 14,8 Prozent für die 25 zulassungsstärksten Modellreihen der Internetanbieter sehr zurückhaltend. Vor einem Jahr wurde hier der bisherige Spitzenwert von 16,9 Prozent erreicht. Auch dies sei ein deutliches Zeichen dafür, dass sich der Automarkt stabilisiere und die Zeiten der großen Rabatte vorerst vorüber seien.

SP-X/tw