

DIESEL

Auto-Experte Dudenhöffer: Händler hat die besseren Karten **WAZ plus**

Stefan Schulte

3.11.2018



Ferdinand Dudenhöffer kritisiert, dass Händler verschiedene Rabatte miteinander verrechnen..

Foto: Morris Willner

ESSEN. Beim Kunden komme oft nur ein Bruchteil der Umtauschprämie an, kritisiert der Auto-Experte. Und gibt Tipps zur Wertermittlung älterer Diesel.

Auto-Experte Ferdinand Dudenhöffer spricht vom „Prämien-Wirrwarr“. Er rät Verbrauchern, sich vor dem Kauf genau zu informieren. „Nach wie vor zahlt der Autofahrer den Großteil der Dieselgate-Zeche“, sagte Dudenhöffer der WAZ.

Als größtes Problem entpuppt sich die Wertermittlung des einzutauschenden Diesel. **Dudenhöffer rät**, den Restwert laut Schwacke-Liste oder ADAC zu fordern, sonst machten die Verbraucher ein schlechtes Geschäft. Denn die Händler hätten wenig Interesse, alte Diesel aufzukaufen und böten deshalb die Wechselprämie oft erst gar nicht an. Unsere Stichprobe hat das bestätigt.

Händler: Vermeintlicher Marktwert ist Makulatur

NRW-Händler-Präsident Frank Mund widerspricht nicht, wehrt sich aber: Solange kein Verkäufer sagen könne, ob und wie lange Käufer eines gebrauchten Diesel damit noch fahren können, sei der vermeintliche Marktwert Makulatur. Erst wenn es Hardware-Nachrüstungen gebe, könne wieder ein echter Handelswert ermittelt werden.

Mit Blick auf den WAZ-Test hob Dudenhöffer hervor, dass beim Kunden oft nur die Hälfte des Prämienbetrags ankomme: „Bei Ford wird zwar mit einer Verschrottungsprämie von 3100 Euro geworben, aber gegenüber dem Basisrabatt beim Internetvermittler landen beim Kauf des Fiesta mit Umweltprämie nur 1580 Euro beim Käufer.“

„Der Autokäufer liegt in der Hand des Händlers“

Ford- Händler verrechneten einen Teil der Verschrottungsprämie mit anderen Rabatten, die der Hersteller gewähre. Dudenhöffer: „Das ist die nicht ganz elegante Art.“ Bei Renault wiederhole sich das. „Netto kommen von 3000 Euro beworbenen Umweltprämien nur 1000 Euro beim Kunden an, 2000 Euro werden wieder mit anderen Aktionen beim Clio verrechnet“, so der Autoexperte.

Bei VW indes müsse man sagen, dass die angebotenen Umweltprämien „fair“ in der Weise seien, „dass unterm Strich bei dem Beispiel auch deutlich der Prämienbetrag steht und nicht ein Marketing-Gag“. Allerdings sei das „VW-Spiel“ für die Verbraucher verwirrend.

Generell gelte, dass Eintauschprämien gut klängen. „Aber der Autokäufer“, sagt Dudenhöffer, „liegt damit in der Hand des Autohändlers. Und der hat das bessere Blatt.“