



Foto: Jürgen Fotografie

Kassandrarufo

Hauen und Stechen | Chefredakteur Andreas Dünkelmeyer über die hitzig und kontrovers geführte „Rabattschleuderei-Kritik“ der Kfz-Branche an Professor Dr. Ferdinand Dudenhöffer

— Das kleine Einmaleins für das Ansprechen unangenehmer Themen – egal, ob es um Kritik geht oder das Übermitteln respektive Publikmachen schlechter Nachrichten – ist im Grunde gleichermaßen einfach wie ungewohnt: Man sagt ganz einfach mutig und ungeschminkt die Wahrheit beziehungsweise das, was man nach bestem Wissen und Gewissen dafür hält – ohne Härte und Übertreibung, aber auch ohne Untertreibung, Verharmlosung oder Diplomatie.

Und genau das und nichts anderes macht Ferdinand Dudenhöffer meiner Ansicht nach mit seinen monatlichen Analysen des Centers Automotive Research (CAR) zur Rabattentwicklung auf dem deutschen Automarkt. Doch unangenehme Wahrheiten werden in der Regel nicht gerne gehört und statt aufgearbeitet meistens lieber verdrängt.

Fakt ist: Angebot und Nachfrage halten sich auf dem deutschen Automarkt – und nicht nur dort – schon seit geraumer Zeit nicht mehr die Waage. Resultat: Autos lassen sich, zumindest auf breiter Front, in der Regel nur noch mit sehr hohen Rabatten verkaufen.

Um diese als potenzieller Käufer in Erfahrung zu bringen, bedarf es übrigens keinesfalls der Aussagen des mittlerweile in der Branche als rotes Tuch geltenden Professors. Ein Blick in die diversen medialen Kanäle, in denen offen und ohne Umschweife mit maximalem Nachlass oder Minimumpreis geworben wird, genügt, um sich ein Bild von der aktuellen Situation zu machen. Angesichts dessen stellt sich die Frage, wer hier eigentlich der Nachlasskönig ist. Dudenhöffer sicherlich nicht.

Vor diesem Hintergrund erscheinen mir die Vorwürfe eines Schwergewichts aus der Händlerbranche, die „Rabattschleuderei“ Dudenhöffers habe mittlerweile ein Ausmaß angenommen, das die Branche massiv schädige, und dass dieser Unwahrheiten verbreite, nicht nur irgendwie skurril, sondern fast schon scheinheilig.

Für mich persönlich sind zwei Dinge klar. Erstens: Der Markt ist durchaus vorhanden, aber nicht zu den offiziell aufgerufenen Preisen. Und zweitens: Die derzeit wütenden Rabattschlachten sind Resultat eines Überangebots bei gegebener Sättigung des Marktes.

Der Weg aus diesem Dilemma kann eigentlich nur lauten, Kapazität aus dem Markt zu nehmen. Doch das scheuen die Hersteller – Ford einmal ausgenommen – bislang (noch) wie der Teufel das Weihwasser.

Bei aller Freude über die derzeit günstigen Preise sollte man nicht vergessen: In einer „Schlacht“ gibt es bekanntlich keine Sieger, sondern nur Verlierer. Und: „Rabattitis“ ist, richtig behandelt, durchaus heilbar. Vielleicht sind die Analysen des Professors ja deshalb nichts anderes als moderne Kassandrarufo ...