

Thomas Peckruhn

Vizepräsident

Zentralverband Deutsches

Kraftfahrzeuggewerbe (ZDK)

Sprecher des Fabrikatshandels



Statement

Jahrespressekonferenz

Webkonferenz, Bonn

17. Februar 2022

- Es gilt das gesprochene Wort -

Sehr geehrte Damen und Herren,
als Sprecher des markengebundenen Automobilhandels in Deutschland möchte ich Ihnen einige Umsatzzahlen näher erläutern. Außerdem werde ich auf das Thema „Förderung von E-Fahrzeugen“ eingehen und Ihnen dazu auch die Ergebnisse einer aktuellen Blitzumfrage präsentieren.

Für den Autohandel ist das Jahr 2021 ganz prägnant zusammenzufassen: Erst durften wir im Lockdown fast ein halbes Jahr lang keine Autos in Präsenz verkaufen, und dann fehlte uns zunehmend die Ware. Das hat sich negativ auf die Umsätze ausgewirkt.

So ist der Umsatz mit fabrikneuen Pkw im Markenhandel im Jahr 2021 um minus 8,8 Prozent auf 57,4 Milliarden Euro eingebrochen. Die fabrikatsgebundenen Händler verkauften rund 1,52 Mio. neue Pkw, das waren noch einmal 12,3 Prozent weniger als im schwachen Jahr 2020.

Verglichen damit ist das Gesamtvolumen aller Pkw-Neuzulassungen um minus 10 Prozent auf rund 2,62 Millionen Einheiten zurückgegangen. Der Markenhandel hatte daran einen Anteil von 57,9 Prozent. Zum Vergleich: im Jahr 2019 wurden eine Million Pkw mehr neu zugelassen als im vergangenen Jahr.

Lange Lieferzeiten, aber auch stornierte Bestellungen durch die Hersteller und Importeure bei Neuwagen rückten den Gebrauchtwagenmarkt verstärkt in den Fokus. Insbesondere junge Gebrauchte wurden schnell zur Mangelware, denn der Nachschub blieb aus, sonst vor allem gespeist von Flottenbetreibern, Autovermietern und Leasingrückläufern. Hohe Nachfrage und vermindertes Angebot führte zu steigenden Preisen (laut DAT um durchschnittlich 4,6 Prozent), die das Umsatz-Minus durch fehlendes Volumen aber nicht ausgleichen konnten.

Der Anteil des Markenhandels am Gebrauchtwagenmarkt betrug 40 Prozent und damit 8 Prozentpunkte weniger als im Jahr 2020. Das entspricht rund 2,7 Millionen Pkw. Der Umsatz in diesem Geschäftsfeld sank um 8,3 Prozent auf rund 57,4 Milliarden Euro.

Im freien Gebrauchtwagenhandel, wo überwiegend ältere Fahrzeuge vermarktet werden, wuchs der Umsatz hingegen um rund ein Drittel auf 26 Milliarden Euro. Das lag auch am gewachsenen Marktanteil von 27 Prozent, einem Zuwachs von 6 Prozentpunkten gegenüber 2020.

Unterm Strich bedeutet das ein Umsatz-Plus von 1,4 Prozent im gesamten Pkw-Gebrauchtwagengeschäft über den Handel,

der zwei Drittel des Marktes bedient. Das fehlende Drittel sind Privatverkäufe.

Erfreulich haben sich hingegen die Geschäfte mit neuen und gebrauchten Lkw entwickelt. Ein nahezu stabiler Absatz von neuen Nutzfahrzeugen (minus 0,6%) und eine höhere Anzahl verkaufter Gebrauchtfahrzeuge (plus 4,2%), verbunden mit gestiegenen Preisen, brachten um 7,7 Prozent gesteigerte Umsätze.

Soweit zu den Zahlen. Lassen Sie mich nun auf das Thema „Förderung von E-Fahrzeugen“ eingehen. Die bisherige Innovationsprämie – mit einer Förderung von bis zu 9.000 Euro – wurde bis zum Ende dieses Jahres verlängert. Soweit, so gut. Die Tücke steckt hier aber im Detail. Denn der Stichtag für den Erhalt der Prämie ist der Tag der Zulassung. Wer sich heute für ein neues E-Fahrzeug entscheidet und eine Bestellung auslöst, muss aber in den allermeisten Fällen bis zum Jahr 2023 warten, bis das Auto geliefert und zugelassen wird. Das heißt: Weder die Händler noch die Kunden sind zurzeit in der Lage, einen korrekten Fahrzeugpreis zu kalkulieren, weil nicht sicher ist, mit welcher Förderung dann zu rechnen ist. Das führt zu Verunsicherung bei den Kunden, wie die Ergebnisse einer aktuellen Blitzumfrage zeigen, die wir vom 7. bis

11. Februar 2022 bei Autohäusern durchgeführt haben. Daran haben 521 Betriebe teilgenommen.

Wir wollten wissen, ob sich die Kunden hinsichtlich des politischen Wirrwarrs bezüglich des Umweltbonus derzeit gegen die Anschaffung eines Elektrofahrzeugs entscheiden. Die Autohäuser antworteten, dass 29 Prozent der kaufinteressierten Neuwagenkunden sich im Monat Januar für den Kauf eines reinen Elektrofahrzeugs (BEV) interessiert haben. Aufgrund der unsicheren Lieferzeiten oder wegen der ungewissen Ausgestaltung des Umweltbonus bzw. der Fortführung der Innovationsprämie über 2022 hinaus haben dann ein Drittel (33%) dieser Kaufinteressierten vom Kauf abgesehen, und etwa ein Viertel (23%) hat sich für eine andere Antriebsart entschieden.

Bei Plug-in-Hybriden (PHEV) sah dies ähnlich aus. Von den 25% am Kauf eines Plug-in-Hybrids interessierten Kunden haben rund ein Drittel (31%) wegen der bereits genannten Unsicherheiten, aber zusätzlich auch wegen des möglichen Wegfalls des Dienstwagenbesteuerungsprivilegs, vom Kauf abgesehen, und ein Fünftel (21%) hat sich für eine andere Antriebsart entschieden.

Das heißt: Rund die Hälfte der Kunden, die sich im Januar für den Kauf ein batteriebetriebenes Fahrzeugs oder einen Plug-in-Hybrid interessiert zeigten, haben sich gegen den Kauf entschieden. Seitens der Politik ist somit dringender Handlungsbedarf gegeben, verbindliche Aussagen bezüglich der Fortführung und Ausgestaltung des Umweltbonus bzw. der Innovationsprämie zu treffen.

Eine ganz wichtige Forderung an den Bundeswirtschaftsminister lautet, bei der Gewährung der Förderungsmittel das Bestelldatum des Fahrzeugs als Maßstab zu nehmen und nicht das Datum der Auslieferung.

Das sollte übrigens auch für Hybridfahrzeuge gelten. Für das nächste Jahr soll die Förderung neu aufgestellt werden, die sowohl Steigerungen der elektrischen Mindestreichweite als auch die Einbeziehung des elektrischen Fahranteils beinhalten könnten.

Durch die aktuellen Lieferzeiten und Bestellvorläufe ist unser Tagesgeschäft wegen fehlender Planungssicherheit bereits heute deutlich eingeschränkt. Wie diese Förderung dann ausgestaltet wird und ob es sie überhaupt noch gibt, ist offen. Konkret heißt das für mich als Händler: Meine Kunden, die heute ein Hybrid-Fahrzeug bestellen, müssen ein Papier un-

terschreiben, in dem steht, dass sie eventuell auf eine Förderprämie verzichten müssen. So wird der Fahrzeugkauf ein Stück weit zum Lotteriespiel. Denn gerade auch Hybrid-Fahrzeuge sind ein niedrighschwelliger Einstieg in die CO₂-mindernde Mobilität. Und die sollte weiter förderungswürdig sein.

Zum Schluss möchte ich ganz kurz auf erste Ergebnisse einer Studie zum Thema „Zukunftsmodelle für Autohaus-Unternehmen“ eingehen, die der ZDK in Auftrag gegeben hat. Sie wurde gestern Nachmittag den Vertretern der Fabrikats-händlerverbände im ZDK präsentiert. Befragt wurden 813 Autokäuferinnen und -käufer.

Drei Ergebnisse daraus machen deutlich, wie wichtig das Auto und der Handel für die Menschen sind: Für 71 Prozent der Befragten ist der Fahrzeug-Besitz ohne Alternative. Und 89 Prozent sagen Ja zu der Frage, ob sie auch in 10 Jahren noch ein Auto besitzen werden. Den Autokauf haben 88 Prozent über den Handel gemacht und nur 11 Prozent online. Darauf lässt sich aufbauen.

Soweit meine Ausführungen.