

Diese Meldung kann unter <http://www.presseportal.de/meldung/1339525/> abgerufen werden.



## Verschrottungsprämie erzeugt Kaufphantasie Ein Drittel der Verbraucher wegen Prämie zum Autokauf geneigt oder entschlossen Neue Chancen für agile Händler

22.01.2009 - 10:12 Uhr, b-k-p Consulting

Frankfurt am Main (ots) - Die Verschrottungsprämie hat reelles Potenzial, neue Kaufimpulse beim Verbraucher auszulösen. Das zeigt eine repräsentative Umfrage des Meinungsforschungsinstituts Innofact im Auftrag des Beratungsunternehmens b-k-p Consulting. Demnach ist etwa ein Drittel (28 Prozent) der insgesamt 1001 befragten Personen stärker geneigt bzw. entschlossen, sich aufgrund der Prämie einen neuen Wagen zu kaufen. Die gute Nachricht für deutsche Hersteller und Markenhändler: Der Großteil der aufgrund der Prämie zum Autokauf Entschlossenen plant den Kauf eines Neu- oder Jahreswagens aus Deutschland (80,1 Prozent). Rund 20 Prozent würden sich für ein ausländisches Modell entscheiden. Regional wirkt sich die Prämie unterschiedlich auf die Entschlossenheit aus: Im Vergleich wollen etwa halb so viele kaufwillige Verbraucher in den östlichen Bundesländern wegen der Prämie einen neuen Wagen kaufen als in den westlichen Regionen. Fast ein Drittel der Befragten gab an, dass sie kein entsprechend altes Auto zum Verschrotten hätten.

Autohandel: Reaktion und Aktion auf allen Ebenen gefragt

"Die Verschrottungsprämie kann durchaus zur Auflösung der seit Monaten anhaltenden Kaufzurückhaltung der Verbraucher beitragen, denn für Verbraucher hat sie psychologisch einen deutlich größeren Mehrwert als beispielsweise die vorüber gehende Kfz-Steuerbefreiung", so Thomas Kremer, geschäftsführender Gesellschafter von b-k-p Consulting. Insbesondere für den Autohandel böten sich damit einige neue Chancen, da die Prämie genau auf der wichtigen Schnittstelle zwischen Herstellern, Händlern, Politik und Verbrauchern funktioniere. "Für Händler kann sich die Abwrackprämie aber nur dann langfristig positiv auswirken, wenn sie gleichzeitig auch an anderen Stellen ihrer Betriebe schrauben. Besonders die Produktivitätsreserven der Händler sind bislang immer noch fast ungenutzt. Spätestens jetzt müssen Händler auf allen Ebenen agieren. Händler, die heute nicht agieren und nicht über weit überproportionale Eigenkapitalquoten verfügen, werden dieses Jahr untergehen. Viel mehr als die Kaufzurückhaltung werden sich die massiven Abwertungen der Gebrauchtwagenbestände und Leasingrückläufer negativ auf das Geschäft auswirken." Die Berater von b-k-p Consulting bewerten daher das Prämienkonzept positiv und gehen davon aus, dass dieses in Kombination mit konzertierten Aktivitäten von Autohändlern und Herstellern wirksamer und nachhaltiger als einseitige Rabattaktionen einzelner Hersteller und Händler. Nichts desto trotz werde die Branche laut Kremer dieses Jahr ein massives Sterben in der Händlerschaft verzeichnen. b-k-p Consulting schätzt die Quote der stark gefährdeten Händler auf 25 bis 30 Prozent der etablierten Markenhändler: "Wir reden hier von rund 100.000 akut gefährdeten Arbeitsplätzen im Markenhandel."

Zur Umfrage

Die repräsentative Online-Befragung wurde im Auftrag von b-k-p Consulting vom Marktforschungsinstitut Innofact im Zeitraum vom 19. bis 21. Januar 2009 durchgeführt. Die Grundgesamtheit der Teilnehmer betrug 1.001 Personen. Die Teilnehmerstruktur ist bevölkerungsrepräsentativ anhand der Kriterien Alter (18-65 Jahre) und Geschlecht.

Pressekontakt:

Ihr Ansprechpartner für weitere Informationen

b-k-p-Pressestelle  
c/o Klenk & Hoursch  
Stella Nyarko  
Hedderichstraße 108  
60596 Frankfurt am Main  
Telefon: 069 719168-46  
Fax: 069 719168-28  
[stella.nyarko@klenkhoursch.de](mailto:stella.nyarko@klenkhoursch.de)

Originaltext: b-k-p Consulting  
Digitale Pressemappe: <http://www.presseportal.de/pm/73690/>  
Pressemappe via RSS: [http://www.presseportal.de/rss/pm\\_73690.rss2](http://www.presseportal.de/rss/pm_73690.rss2)