

Rabatte auf Rekordniveau

Neuwagenkauf. Die Zeiten für Autokäufer sind optimal. Der Markt kriselt, Händler überbieten sich mit Rabatten. Internetportale erhöhen den Druck.

Der neue Passat soll es sein – und möglichst billig. Mit diesem Vorsatz gehen wir in mehrere Berliner VW-Autohäuser. Lassen die Händler mit sich reden? Wie viel Rabatt ist drin?

Schnell zeigt sich: Jeder Verkäufer ist verhandlungsbereit, wenn auch zögernd. „Setzen Sie sich doch erstmal“, heißt es oft. Zwar wissen wir genau, welches Modell, welche Farbe, welche Ausstattung – es geht wirklich nur um den Preis. Dennoch werden uns die

Extras genau erklärt. Unsere erste Erkenntnis: Einfach reingehen, den Rabatt erfragen und zum nächsten fahren, geht nicht. Wer es billig möchte, muss Zeit mitbringen.

Geduldige Händler erklären uns, dass das Basismodell „nackt“ sei, ohne Extras. Doch damit gebe es später beim Weiterverkauf herbe Abschlüsse. Kein Problem für uns, wir wollen ohnehin kein Basismodell, sondern den Variant Comfortline, 1,6 Diesel, plus Metalliclack, Tempomat und Ganzjahresreifen.

Bald reift die zweite Erkenntnis: Man sollte wissen, was man will und sich nichts aufschwätzen lassen. Ein Händler legt uns einen Fahrersitz mit Massagefunktion nahe, ein anderer Edelstahlkappen für die Pedale – teure Extras von zweifelhaftem Wert. Auch ohne sie landen wir bei 31 085 Euro Listenpreis plus 385 Euro für das, was Verkäufer „Überführung“ nennen: Wir müssen das Auto im Werk abholen. Es beim Händler in Empfang zu nehmen, wäre noch teurer.

Wir beginnen zu verhandeln: „Derzeit gibt es doch so hohe Rabatte.“ Ungerührt starrt der Verkäufer auf seinen PC. Wir beugen uns vor und staunen: Er hat Carneo.de aufgerufen, einen Internethändler. Offenbar will er sehen, wie viel Rabatt wir dort bekämen.

20 Prozent Rabatt im Internet

Das ist die dritte Erkenntnis: Es lohnt sich, im Internet bundesweit Preise zu recherchieren. Dafür bieten sich dutzende Portale an. Kunden können dort ihr Wunschauto individuell konfigurieren wie auf der Inter-

FOTOS: PLAINPICTURE / FANCY IMAGES



netseite des Herstellers: Modell, Motorleistung, Farbe, Ausstattung, Extras. Das Portal stellt dann dem Listenpreis den eigenen, niedrigeren Preis gegenüber. Oft kann der Kunde verschiedene Hersteller vergleichen. Einen Kredit oder ein Leasingangebot liefern viele Portale gleich mit.

Die Nachlässe sind beachtlich, hat das Center Automotive Research (CAR) der Uni Duisburg-Essen ermittelt: Große Portale wie APL-Priceoptimizer, Autohaus24, Carneoo und MeinAuto boten Privatkunden für die 30 meistverkauften Pkw Ende 2012 im Durchschnitt Nachlässe von fast 20 Prozent. Einzelne Rabatte sind weit höher:

- NetCar warb am Jahresende für einen Opel Zafira mit knapp 39 Prozent Nachlass.
- MeinAuto.de bot einen Peugeot Boxer Kasten für 38,5 Prozent unter Listenpreis.

Die Portale beschränken sich aufs Vermitteln. Den Kaufvertrag schließen die Kunden per E-Mail oder Post mit dem Händler. Die Angebotsunterlagen sollten sie sorgfältig prüfen, besonders Modell, Ausstattung, Lie-

fertermin. Abholen können sie das Auto im Werk, gegen Aufpreis auch beim Händler.

Gut 20 Portale sind derzeit aktiv. Viele vermitteln nur für den deutschen Markt gebaute Pkw, einige wie Take-your-car auch EU-Importe. Meist muss der Kunde weder eine Provision zahlen noch eine Anzahlung oder Vorkasse leisten. MeinAuto ging 2007 online und gibt 57500 vermittelte Pkw an. Carneoo ging 2008 ans Netz und nennt 20000 Pkw – Tendenz „rasant steigend“.

Günstige Händler bundesweit

Die Portale haben Verträge mit Händlern verschiedener Marken bundesweit. Gibt ein Kunde sein Wunschauto ein, sucht das Portal einen günstigen Händler.

„Für die Vermittlung erhalten wir 1 bis 1,75 Prozent Provision vom Händler, in der Regel etwa 400 bis 500 Euro pro Auto“, berichtet Carneoo-Geschäftsführer Hermann Josef Wolters. Über die Portale kann beispielsweise ein Händler im sauerländischen Olpe einen Käufer aus Osnabrück finden. Dass er

Unser Rat

Händler. Fragen Sie im Autohaus nach Rabatt. Das ist üblich. Gehen Sie in mehrere Autohäuser. Konfrontieren Sie die Händler mit günstigeren Preisen der Konkurrenz. Tipps für die Kaufverhandlungen finden Sie auf Seite 22.

Internet. Es gibt gut zwei Dutzend Internetportale, die besonders hohe Rabatte bieten. Keine Angst: Die Portale vermitteln nur, den Kaufvertrag schließt der Kunde wie gewohnt mit dem Autohändler ab. Das geht per Post. Oft liegt das vom Portal genannte Autohaus aber gar nicht weit entfernt. Dann können Sie hingehen.

Finanzierung. Handeln Sie erst den Kaufpreis aus, die Finanzierung kommt danach. Was für Sie günstiger ist, Barzahlung oder Kredit, lesen Sie ab Seite 25.



Versicherung

Darauf sollten Neuwagenkäufer achten

Kasko. Neuwagen sind meist teuer, deshalb lohnt sich eine Vollkasko für Schäden am eigenen Auto. Die Teilkasko ist darin enthalten. Bei kreditfinanzierten oder geleasteten Pkw schreibt die Autobank ohnehin meist Vollkasko vor. Eine Selbstbeteiligung senkt den Beitrag. Wir empfehlen 150 Euro Selbstbehalt in Teilkasko und 300 Euro in Vollkasko.

Neupreisschädigung. Empfehlenswert ist eine Police mit Neupreisschädigung. Neuwagen verlieren schnell stark an Wert. Wer eine Police mit Neupreisschädigung hat, erhält dennoch nach einem Totalschaden den vollen Neupreis. Einige Tarife bieten das für 6, 12, 18 oder 24 Monate. Die meisten sind jedoch eher teuer. In unserer letzten Untersuchung (Finanztest 11/2012) sind nur zwei Tarife mit 24 Monaten Neupreisschädigung, die ein überdurchschnittlich günstiges Beitragsniveau in Haftpflicht und Vollkasko haben und bundesweit für alle

Kunden angeboten werden: Huk24 (Classic Kasko Plus) und Huk-Coburg Allgemeine (Classic Kasko Plus).

Werkstattbindung. Kaskoverträge mit Werkstattbindung sind oft rund 20 Prozent günstiger als andere Policen. Aber bei Neuwagen können sie problematisch sein. Denn nach Unfällen entscheidet der Versicherer, wo repariert wird: teils in freien Werkstätten. Bei finanzierten oder geleasteten Autos wird aber oft im Kreditvertrag die Vertragswerkstatt vorgeschrieben. Außerdem wird der Hersteller sich in Kulanzfällen eher querlegen, wenn das Auto zuvor in einer freien Werkstatt war.

Analyse. Unseren Test mit vielen weiteren wichtigen Tarifmerkmalen finden Sie in Finanztest 11/2012 und unter www.test.de, Thema „Autoversicherung“ („Jetzt wechseln und sparen“). Günstige Tarife nach Ihrem Wunsch ermittelt unsere Analyse unter www.test.de/analyse-kfz. Sie kostet 16 Euro.



dabei auf einen Großteil der Gewinnmarge verzichtet, kann er verkraften. Schließlich bekommt er zusätzliche Kunden – oft Leute, die sonst gar nicht kämen. Außerdem zählt nicht nur die Marge, sondern auch das Volumen: Händler, die bestimmte Absatzzahlen schaffen, erhalten Boni vom Hersteller.

Absatzzahlen sinken

Doch hohe Absatzzahlen zu erreichen, wird immer schwieriger. Im Jahr 2012 wurden 2,9 Prozent weniger Neuwagen zugelassen als 2011, gibt das Kraftfahrtbundesamt an: nur 3,08 Millionen. Für 2013 rechnet der Verband der Automobilindustrie mit nur noch 3 Millionen, sagt Präsident Matthias Wissmann. Das Durchschnittsalter der Pkw stieg von 8,3 auf 8,5 Jahre. „Wir erleben ein Überangebot an Autos und einen Rückgang der Nachfrage“, stöhnt Ulrich Köster vom Bundesverband Kfz-Gewerbe.

Der Handel hält mit Rabatten dagegen. Das Ergebnis sind „halsbrecherische Schleuderpreise“, so Köster. Die Preisnachlässe liegen auf Rekordniveau. Im Durchschnitt betragen sie im Dezember 13,6 Prozent – mehr als je zuvor, so CAR. Die Nerven liegen blank:

Verkaufsgespräch

So verhandeln Sie erfolgreich mit dem Autohändler

Wunsch. Überlegen Sie vorher Modell und Ausstattung. Nutzen Sie im Internet den Konfigurator des Herstellers. Mancher Verkäufer testet gleich zu Beginn, welcher Kundentyp vor ihm sitzt. Eine Frage zum Motor oder zur Ausstattung – wer nicht Bescheid weiß, wird nicht ernst genommen.

Information. Legen Sie sich Argumente zurecht. Wenn der Verkäufer tönt: „Mehr geht wirklich nicht“, antworten Sie mit Schwächen des Autos: kleiner Kofferraum, hohe Ladekante, langer Bremsweg. Autotests finden Sie in Autozeitschriften und im Internet.

Begleitung. Gehen Sie zu zweit ins Autohaus. Da können Sie das „Good guy, bad guy“-Spiel aufziehen: Dem Mann gefällt das Auto super, die Frau findet Konkurrenzmodelle schicker.

Internet. Recherchieren Sie die Preise auf Internetportalen. Dann können Sie den Händler mit günstigeren Angeboten der Konkurrenz konfrontieren.

Uhrzeit. Gehen Sie zur Mittagszeit ins Autohaus. Dann ist wenig los, der Verkäufer hat keine Sorge, dass andere Kunden hören, wie viel Rabatt er gibt. Winkt er schon zu Beginn mit einem Nachlass, ist weiteres Feilschen trotzdem sinnvoll. Kein Verkäufer geht sofort an die Schmerzgrenze.

Geduld. Fragen Sie nicht sofort nach Rabatt. Lassen Sie den Verkäufer reden. Je mehr Zeit er investiert, desto eher will er auch den Abschluss.

Sympathie. Treten Sie selbstbewusst auf, bauen Sie Sympathie auf. Netten Leuten kommt man eher entgegen.

Flexibilität. Wenn Sie nicht an Ihrer Wunschausstattung hängen, fragen Sie nach Vorfürhwagen, Tageszulassungen oder Sondermodellen. Besonders hohe Rabatte gibt es für Modellreihen, die schon lange auf dem Markt sind.

Prämie. Weisen Sie darauf hin, wenn Sie bisher eine andere Marke fahren. Fragen Sie nach einer Wechselprämie.

Extras. Ist beim Preis nichts mehr zu machen, gibt es vielleicht Winterreifen, Radio, Dachbox, Benzingutscheine kostenlos oder die Inspektionen. Oder der Händler kann den alten Gebrauchtwagen günstig in Zahlung nehmen.

Kredit. Handeln Sie zunächst den Preis aus. Der ist erstmal das Wichtigste. Die Frage nach einer günstigen Finanzierung kommt am Schluss.

Tageszulassung

Die günstigsten Autos vom Händler

VW richte bei den Margen ein „Blutbad“ an, schimpfte Fiat-Chef Sergio Marchionne.

Was die Händler quält, freut die Kunden. Rabatte, Zubehör, günstige Kredite: Vieles gibt es sogar ungefragt. Die Autohersteller starten jeden Monat 300 bis 400 Sonderaktionen, bei denen sich Vorteile aus Rabatt, Extras, Sonderzinsen oft auf 30 Prozent des Listenpreises addieren. Das soll neuen Modellen bei der Markteinführung helfen oder den Verkauf älterer Baureihen ankurbeln.

So half Chevrolet dem Cruze-Kombi beim Marktstart mit 4000 Euro Rabatt auf die Beine, 26 Prozent auf den Listenpreis. Citroën machte den leicht angegrauten Berlingo sogar 30 Prozent billiger. Auch auf Ford Focus und Opel Astra gab es laut CAR knapp 30 Prozent. BMW machte für den Dreier ein Leasingangebot mit 26 Prozent Vorteil.

Weitere Beispiele sind Seat Ibiza (27 Prozent), Honda Jazz und Chevrolet Orlando (26 Prozent), Citroën C3 Picasso und C4 (25 Prozent), so CAR. Das alles sind Rabatte, die jeder Kunde bekommt, ohne zu handeln.

10 Prozent Nachlass im Autohaus

Wer es noch billiger will, kann versuchen, im Autohaus noch mehr herauszuholen. So erklärt unser Berliner Verkäufer nach langem Blick ins Internet: „Ein wenig ist beim Preis schon möglich.“ Wir weisen darauf hin, dass wir die Marke wechseln, von Toyota zu VW. Es geht hin und her, bis er erklärt: „28745 Euro, das ist wirklich mein letzter Preis.“ Zur Erinnerung: Ausgangspunkt waren 31085 Euro, plus 385 fürs Abholen ab Werk.

Doch der Rabatt reicht uns nicht, also ab ins nächste Autohaus. Da geht ein Kollege bis 28520 Euro runter. Mehr ist auch bei anderen Händlern nicht drin, selbst als wir alle Register ziehen: Ein Ford gefalle uns auch gut, der Opel sei preislich günstiger, ein Freund habe mit seinem VW auch mal Pannen. Immerhin raunt uns ein Verkäufer beim Abschied an der Tür zu: „Wenn es hilft, habe ich 400 Euro als letzten Spielraum.“ Er läge dann bei 28300 Euro, 10 Prozent Rabatt.

Das ist nicht wenig, aber kein Vergleich zu dem, was im Internet möglich ist. In einer Stichprobe fanden wir unseren Passat dort noch einmal rund 3000 Euro billiger: bei MeinAuto.de für 25303 Euro, allerdings war die Aktion bis 28. Januar begrenzt. Die anderen Portale lagen eng beieinander:

- Autoaid 26511 Euro,
- Intercar24 26576 Euro,

Autos mit Tageszulassung gehen mit besonders hohen Rabatten vom Hof. Der Händler meldet ein fabrikneues Auto für wenige Tage auf den eigenen Namen an. So wird aus einem Neuwagen ein „junger Gebrauchter“.

Teils werden diese Pkw im Betrieb des Händlers gebraucht, beispielsweise für Probefahrten. Mittlerweile dienen sie aber vor allem der Verkaufsförderung. Zum Beispiel, wenn der Händler einen Bonus mitnehmen will, den er vom Hersteller erhält, wenn er bestimmte Verkaufszahlen erreicht. Dabei zählen auch Autos mit, die er kurz auf sich selbst zulässt. So werden selbst Pkw, die fast keine Kilometer auf dem Tacho haben, als „gebraucht“ verkauft.

Vorteil für den Kunden ist nicht nur der günstige Preis. Er kann das Auto auch gleich mitnehmen. Dafür muss er es aber so nehmen, wie es da steht: Farbe, Polster, Ausstattung. Außerdem beginnen mit der Zulassung wichtige Fristen: Garantie, Neuwertentschädigung der Versicherung, TÜV.

Die Zahl der Tageszulassungen liegt derzeit auf Rekordniveau. Jeder dritte Neuwagen wird so in den Markt gedrückt. Ende 2012 waren es bei Honda 53 Prozent, so die Uni Duisburg-Essen, bei Hyundai und Fiat 40 Prozent, bei Opel 36 Prozent, bei VW 34 Prozent. Eher niedrige Quoten hatten Toyota mit 15 Prozent, Smart mit 9 Prozent und Dacia mit 7 Prozent.

Finanztest Rabattaktionen der Hersteller

Das CAR-Institut der Uni Duisburg-Essen beobachtet Sonder- und Rabattaktionen für Neuwagen, die von den Herstellern beworben werden. Diese Angebote ändern sich ständig. Die Tabelle zeigt die Aktionen mit den höchsten prozentualen Preisnachlässen im Dezember 2012. Gelistet sind nur die Angebote mit direktem Rabatt, also keine Angebote, deren Preisvorteil sich durch niedrige Kreditzinsen oder günstiges Leasing errechnet oder Sondermodelle mit Gratisextras.

Modell	Listenpreis ohne Rabatt (Euro)	Rabatt (Euro)	Rabatt (Prozent)
Honda Jazz 1.2 S (90 PS)	12 900	2 910	22,6
Toyota Yaris Cool 1.0, 3-türig	14 140	3 150	22,3
Renault Twingo Expression 1.2 LEV (75 PS)	11 280	2 400	21,3
Renault Laguna Sportway 2.0 (140 PS)	23 990	5 100	21,3
Jeep Compass 2.0 4x2 115 kW (156 PS)	25 200	5 250	20,8
Renault Laguna Grandtour Sportway dCi 110 (110 PS)	25 590	5 200	20,3
Ford Focus Ambiente 1.0 (100 PS)	17 550	3 560	20,3
Renault Modus Yahoo! 1.2 (75 PS)	11 900	2 410	20,3
Nissan Micra Visia 1.2 (80 PS)	10 840	2 150	19,8
Nissan Note Visia Edition 1.4 (88 PS)	14 180	2 790	19,7
Renault Mégane TomTom 1.6 (100 PS)	17 300	3 400	19,7
Renault Trafic Combi Expression dCi 115 (114 PS)	31 342	6 152	19,6
Renault Mégane Grandtour TomTom 1.6 (100 PS)	18 340	3 450	18,8
Toyota Verso Travel 1.6 (132 PS)	23 950	4 360	18,2
Renault Scénic TomTom 1.6 (110 PS)	19 800	3 600	18,2
Ford Fiesta Ambiente 1.25 (60 PS)	10 950	1 960	17,9
Renault Grand Scénic Expression 1.6 (110 PS)	21 250	3 660	17,2
Mazda 3 Prime-Line 1.6 (105 PS)	16 990	2 900	17,1
Renault Espace Celsium dCi 150 (150 PS)	34 590	5 800	16,8
Mitsubishi Colt „35 Jahre“ 1.1 (3-Türer) 55 kW (75 PS)	12 190	2 000	16,4

Quelle: CAR-Institut.

Stand: Dezember 2012

Interview

Der Rabattkrieg geht weiter

Die Absatzkrise hält vorerst an. Kunden müssen sich nicht unbedingt beeilen, um die derzeit hohen Rabatte beim Neuwagenkauf mitzunehmen, meint **Karsten Neuberger** vom Center Automotive Research der Uni Duisburg-Essen.



Der Rabattkrieg läuft schon seit Monaten. Wie geht es weiter?

Neuberger: So wie es aussieht, stecken wir mitten in der Krise. Die Hersteller fürchten, dass 2013 die schlechtesten Verkaufszahlen seit Jahren bringen könnte. Von daher gibt es keinen Grund, sich jetzt beim Kauf zu beeilen.

Welchen Anteil haben private Kunden noch am Markt?

Neuberger: Das schwankt. Derzeit sind knapp 40 Prozent Privatkäufe, Firmen kommen auf 20 Prozent, Mietwagen auf 10 Prozent. Stark zugenommen haben mit etwa 30 Prozent Eigenzulassungen von Herstellern und Händlern.

Warum nimmt das so massiv zu?

Neuberger: Die Hersteller wollen in der Krise keine Marktanteile verlieren. Für

die amtliche Zulassungsstatistik zählt jeder Wagen, auch wenn er am nächsten Tag wieder abgemeldet wird. Außerdem wollen viele Vertragshändler Bonuszahlungen mitnehmen, die sie bei bestimmten Verkaufszahlen von ihrem Hersteller bekommen. Solche „Tageszulassungen“ geben sie dann mit hohem Nachlass an Endkunden weiter.

Wie viel Verhandlungsspielraum hat der Verkäufer im Autohaus?

Neuberger: Das kommt sehr auf die Marke an und auf das Modell. Üblicherweise sind es etwa 10 bis 12 Prozent.

Bei Onlineportalen gibt es viel mehr.

Neuberger: Richtig. Wer ausschließlich auf den Preis achtet und sich beim Verhandeln nicht viel zutraut, kommt um diese Portale kaum herum. Bisher ist

dieses Marktsegment aber noch klein: nur etwa 1 Prozent aller Autokäufe.

Wie viele solcher Portale gibt es?

Neuberger: Das ist schwer zu übersehen, weil häufig neue hinzukommen, andere verschwinden. Es gibt etwa gut eine Handvoll große, bekannte Anbieter.

Aber der Rabatt ist nicht alles?

Neuberger: Nein, Kunden sollten nicht nur auf den Rabatt achten, sondern auch auf die Gesamtkosten. Es kann ja sein, dass es auf einen Citroën Berlingo 30 Prozent gibt und auf einen Golf nur 15 Prozent. Doch beim Wiederverkauf kann der Wertverlust des Berlingo sehr hoch sein, sodass der Golf doch der bessere Kauf war. Auf der Internetseite des ADAC ist es möglich, die Gesamtkosten eines Pkw zu berechnen.

- APL 26 339 Euro,
- Carneo 26 415 Euro,
- Autohaus24 26 436 Euro.

Für diese Preise müssen wir das Auto in Wolfsburg abholen. Eingerechnet ist, dass wir bisher eine andere Automarke fuhren. Für Schwerbehinderte, Selbstständige, teils auch für Fahranfänger und einige Berufe wie Journalist gibt es noch mehr Rabatt.

Rundumservice im Autohaus

Klar ist: Wer vor allem auf den Preis achtet, kommt um die Onlineportale nicht herum. Doch manchen Kunden ist die persönliche Beziehung zum Händler und zu „ihrer“ Werkstatt wichtig.

Die Testkäufer bekamen eine ausführliche Beratung plus Probefahrt und einen bequemen Rundumservice mit Zulassung, teils Versicherung, dazu die unkomplizierte Inzahlungnahme des Gebrauchten und sogar eine persönliche Einweisung in die Bedienung des neuen Wagens – Annehmlichkeiten, die vielen Kunden wichtiger sind als der reine Preis. ■

