

Autopreise und der starke Franken

An Preisinstabilität kann niemand Interesse haben

Bern, 21. September 2010. auto-schweiz, die Vereinigung Schweizer Automobil-Importeure, setzt sich gegen ungerechtfertigte Anwürfe zur Wehr und erklärt, weshalb sie dagegen ist, auf Währungsschwankungen kurzfristig mit Preissenkungen zu reagieren.

- Aus Kreisen von Auto-Direktimporteuren wurde kürzlich gegen die Autobranche scharf geschossen. auto-schweiz weist darauf hin, dass Direktimporteure logischerweise aus einer opportunistischen Position argumentieren und kritisieren die Tatsache, dass diese die grossen Zusammenhänge ausblenden bzw. offensichtlich nicht verstehen.
- Wie wir alle wissen, kann man im Urlaub ab und zu ein Schnäppchen machen, zum Beispiel eine Kamera in Amerika kaufen und dabei vielleicht 15 % sparen. Was man oft in diesem Zusammenhang gerne vergisst, ist die Tatsache, dass vielleicht das Ladegerät nicht passt, das Modell anders heisst oder die Spezifikationen nicht gleich sind wie daheim.
- Genau das Gleiche gilt für grau- bzw. direktimportierte Autos, die oft langstehende Lagerfahrzeuge aus dem Ausland sind und damit nicht immer der Qualität oder dem letzten Ausstattungsstand der Schweizer-Autos entsprechen.
- Die offiziell in die Schweiz importierten Fahrzeuge sind tatsächlich oftmals teurer als im Ausland, aber sie beinhalten in aller Regel auch bessere Ausstattung, zum Beispiel Schweizer-Pakete, längere Garantieleistungen, Leasingangebote oder Gratis-Service – geldwerte Dienstleistungen, die bei Grauimporten nicht zu haben sind. Aus diesem Grund haben offiziell importierte und durch den Fachhandel verkaufte Fahrzeuge auch deutlich höhere Restwerte auf dem Occasionsmarkt als grau-importierte Fahrzeuge.
- Für die Wartung und Reparatur der Fahrzeuge, für allfällige Garantieleistungen oder Kulanzarbeiten nach der Garantieperiode geht man als Kunde zu den offiziellen Marken-Partnern, zur autorisierten Garage im Dorf oder in der Stadt. Die offizielle und geschulte Organisation (Importeur, Händler und Servicepartner) investieren dafür erhebliche Summen, denn sie kümmert sich um die Ausbildung (auch Lehrlinge), die Ersatzteilversorgung, die Entsorgung und Bewerbung der Produkte und baut mit all diesen Dienstleistungen das Image einer Marke auf. Direktimporteure sparen sich diesen Aufwand und können somit mit Fug als Trittbrettfahrer bezeichnet werden.
- Bei technischen Problemen, zum Beispiel Rückrufaktionen, ist der Kunde, der einen Wagen aus dem Ausland grau importiert hat, nicht gleich gut gesichert wie der Kunde, der den Wagen in der Schweiz bezieht.
- Im Falle der in Amerika günstig gekauften Kamera kann man die Frage stellen, ob der hiesige Kamerahändler wohl einen guten Service leisten wird, wenn er die Kamera nicht selber verkauft hat. Kulanz oder finanzielle Unterstützung nach Ablauf der Garantiefrist erwartet wohl niemand im Ernst vom Schweizer Händler, wenn er die Ware im Ausland gekauft hat.
- Der Verfall des Euro hat in vielen Branchen Auswirkungen, Touristen meiden die Schweiz, Exporteure müssen zumindest kurzfristig mit Volumenverlusten rechnen oder müssen mit grossen Deckungsbeitragsverlusten arbeiten.
- Die meisten Grossunternehmen, und somit auch die Automobilhersteller, die weltweit tätig sind, haben eine Fremdwährungsstrategie; Fremdwährungsrisiken werden kurz- und mittelfristig gesichert (auf 1-3 Jahre). Aus diesem Grund kann man nicht einfach folgern, dass Währungsänderungen sofort in Preissenkungen oder Preiserhöhungen münden. Die Idee des

Währungs-Hedgings ist es ja genau, zu vermeiden, dass grosse Schwankungen entstehen.

- Generell liegt die Verantwortung für die Preisgestaltung beim Hersteller, und die Währungsrisiken werden auch vom Hersteller getragen.
- Die Autobranche, ebenso wie andere Branchen mit teuren Investitions- und Konsumgütern, sind weder in der Lage noch aus strategischen Gründen bereit, als Antwort auf kurzfristige Währungsschwankungen mit Preissenkungen zu reagieren.
- Autos sind Investitionsgüter und sind meistens durch Banken oder Leasingfirmen finanziert, und die fix vereinbarten Restwerte sind direkt mit der Monats-Leasingrate verbunden.
- Die autorisierten Automobilhändler, Automobilimporteure und Hersteller versuchen, eine nachhaltige Antwort auf die kurzfristige Währungssituation zu finden, statt einen Schnellschuss zu machen – dies ganz im Sinne der Kundenzufriedenheit und des Vertrauens in die Autobranche. Auch der Autokäufer hat nichts davon, wenn die Fahrzeuge auf Basis von Tagespreisen verkauft werden.
- Schnelle Preissenkungen oder Preisinstabilität können nicht im Interesse des Kunden, der Automobilimporteure und der Händler sein, weil sie sofort Auswirkungen auf den Occasionsmarkt hätten und dadurch zu einer Wertvernichtung in Milliardenhöhe führen würden, mit volkswirtschaftlich dramatischen Folgen.
- Mittelfristprognosen zeigen ein Franken-Euro-Verhältnis in der Höhe von ca. 1.38. Vor 2 Wochen war der Euro 1.28 Franken wert, heute ist der Kurs bereits wieder auf 1.32 gestiegen.
- Die meisten Importeure gehen von einem Kurs von 1.38 aus und bieten den Kunden beispielsweise Ausstattungs-Pakete, Garantieverlängerung oder attraktive Finanzierungsangebote. Damit sichern sie eine nachhaltige Lösung an Stelle einer wertvernichtenden, kurzfristigen Preisanpassung, die einige Monate danach wieder gegen oben korrigiert werden müsste.
- Auch wenn Preisunterschiede zwischen der Schweiz und dem Ausland noch bestehen, ist man für die ganze Dauer besser und günstiger unterwegs, wenn das Auto von einem Schweizer Markenvertreter gekauft wurde. Dieser wird auch nach dem Kauf eines Autos für den Kunden da sein und baut damit die Partnerschaft mit seinem Kunden langfristig aus.
- Was übrigens gerne verschwiegen wird: Bei der Einfuhr eines Autos in die Schweiz wird eine Importsteuer von 4 % (der frühere Autozoll!) fällig.
- Fakt ist: Der Automobilmarkt ist ein höchst kompetitiver Verdrängungsmarkt. Und es ist ein typischer Käufermarkt: wer sich beim Kauf nach zusätzlichen Kaufanreizen erkundigt, wird feststellen, dass der Verkaufspreis nicht mit dem Preis in der Preisliste identisch sein muss. Wie attraktiv die Angebote der offiziellen Markenvertreter sind, untermauern die steigenden Verkaufszahlen.

Weitere Auskünfte:

Andreas Burgener
Direktor

Tel: 031 306 65 65 / Mobile: 079 474 21 04
E-Mail: a.burgener@auto-schweiz.ch

Max Nötzli
Präsident

Tel: 031 306 65 65 / Mobile: 079 209 30 04
E-Mail: m.noetzi@auto-schweiz.ch

www.auto-schweiz.ch

www.cleverunterwegs.ch