

Joachim Czychy
Landespressesprecher
Deutsches Kraftfahrzeuggewerbe
Landesverband Niedersachsen-Bremen



Statement

**Jahrespressekonferenz
Niedersachsen**

12. März 2025

Es gilt das gesprochene Wort

Herzlich willkommen auch von mir, sehr geehrte Damen und Herren.

Über einen Geschäftsbereich, der zwar noch keine Freude, aber Zuversicht ausgelöst hat, berichte ich heute: Das sind die Gebrauchtwagen. In einem Jahr könnte durchaus Freude entstanden sein, wenn die Politik nach dem ersten Schritt der Kaufanreize für die E-Mobilität auch den zweiten Schritt macht und die E-Gebrauchten in ein Gesamtkonzept der klimafreundlichen Antriebe einbezieht. Das zur Aktualität.

Zusätzlich steht heute in meinem Statement das Thema PR auf meiner Agenda.

Zusätzlich steht das Thema PR auf meiner Agenda.

Die Weichen für eine effektive und zukunftsgerichtete Kommunikation sind gestellt. Mit zielgerichteten Kampagnen, einem Fokus auf die Elektromobilität und neuen Ansätzen zur Fachkräftegewinnung zeigen wir uns im Dialog mit den Medien und folglich der Öffentlichkeit gut aufgestellt. Kfz-Meisterbetriebe sind auch für die PR auf dem Weg ins digitale Zeitalter.

Ein zentraler Punkt für die Elektromobilität ist nicht die Technik allein, sondern eine gezielte Kommunikation, die Kunden erreicht und deren Bedürfnisse berücksichtigt. Es ist das bekannte dicke Brett, das wir für die E-Mobilität bohren müssen. Noch immer gibt es Vorurteile und zum Teil auch berechtigte Bedenken.

Um diese abzubauen, hat das Kfz-Gewerbe die Social-Media-Kampagne "Elektrisch ist Einfach" gestartet und offensichtlich einen Nerv getroffen. Kern der Initiative waren 28 Videos rund um die Elektromobilität, die auf humorvolle Weise Verbrauchern Ängste nehmen und Vorurteile abbauen sollen. Sie können sich gerne auf unserer Homepage darüber informieren.

Die Transformation hat auch PR und Marketing erfasst. Unternehmen und ebenso die Verbände müssen dual auftreten, klassische Medien aber auch das Instrumentarium Social Media nutzen, um vor allem jüngere Kunden zu erreichen.

Jetzt aber zum Schwerpunkt-Thema: Wenn es so weitergeht, wie es im Januar begonnen hat, und offensichtlich auch im Februar – aktuell gibt es noch keine Daten für Niedersachsen – dann ist die Gebrauchtwagen-Welt weiter auf einen guten Weg. Der Gebrauchtwagenmarkt war 2024 mit Ausnahme dreier Monate dynamisch. März, Juni und November schrieben rote Zahlen, alle anderen 9 Monate leuchteten Grün. Das Jahresergebnis mit einer Steigerung um 7,5 Prozent auf rund 705.000 Pkw-Besitzumschreibungen war eine unerwartete Größe. Das sind im Übrigen 10,9 Prozent vom ebenso starken Bundesergebnis. 93,9 Prozent waren Privatkunden.

Quantitativ blieben Verbrenner die Lieblinge auf dem niedersächsischen Gebrauchtwagenmarkt mit einem Anteil von 88,7 Prozent. Ausgelöst haben diese Veränderung die expansiven E-Gebrauchten. Diese legten auf unverändert niedrigem Niveau auf 4,9 Prozent zu. Ein Jahr zuvor waren es 3,3 Prozent. Die verbleibenden 6,4 Prozent teilten sich Hybride und Gas-Gebrauchte.

Nicht allein diese Statistik stimmt den niedersächsischen Fachhandel zuversichtlich. Die neuen Marktanteile stärken nämlich die zentrale Position von Marken- und reinem Gebrauchtwagenhandel im Geschäft mit gebrauchten Pkw. 76 Prozent Marktanteil waren 5 Prozentpunkte mehr. 5 Prozentpunkte weniger bilanziert der Privatmarkt mit noch 24 Prozent. Diesen Weg sollten wir mit den aus Kundensicht besseren Produkten und den Dienstleistungen von Garantie bis zur Finanzierung weitergehen.

Im Gebrauchtwagenmarkt nimmt das Kraftfahrzeuggewerbe eine stark wachsende Position ein. Dies zeigt der Umsatz: Gebrauchte Pkw haben mit 13,3 Milliarden Euro Rang 1 und damit 0,7 Milliarden mehr als der Neuwagen-Umsatz. Dieser bilanzierte mit 12,6 Milliarden Euro. Dazu eine Anmerkung: Der Anteil des Kraftfahrzeuggewerbes am Umsatz ist dank der Gebrauchten von 78,2 auf 79,4 Prozent gestiegen. Der Service und die Lastwagen haben da auch ihren Anteil.

Wie geht es weiter mit dem Gewinner des Autojahres 2024, dem gebrauchten Pkw? Trotz Klimadebatten und einem veränderten Mobilitätsverhalten hat der gebrauchte Pkw einen hohen Anteil, wenn es um die Bedeutung der individuellen Mobilität geht. Das gilt im Besonderen für Flächenländer wie Niedersachsen. Wir erwarten 2025 eine starke Nachfrage im Gebrauchtwagenmarkt. Der Rückgang verfügbarer Verbrenner-Modelle, auch bedingt durch drohende CO₂-Strafzahlungen im Neuwagenbereich, erhöht die Nachfrage. Der Gebrauchtwagenmarkt bleibt der Ort für bezahlbare individuelle Mobilität.

Da sind wir bei der Preisentwicklung: Der Durchschnittspreis eines gebrauchten Pkw ist um 0,6 Prozent auf 18.780 Euro gestiegen. Dabei gibt es je nach Kaufort ein Preis-Delta von 13.070 Euro auf dem Privatmarkt und 26.140 Euro im Markenhandel. Der höhere Preis in unseren Autohäusern hat seine Gründe: 4,6 Jahre alt, im Privatmarkt dagegen 9,1 Jahre. „Unsere Gebrauchten“ hatten knapp 50.000 Kilometer auf dem Tacho, die privaten Gebrauchten hingegen knapp 83.000 km.

Die Segmente SUV und Geländewagen erfreuen sich seit jeher großer Beliebtheit – bei den Neuwagen machten sie alleine im Januar bereits 44 Prozent aller Zulassungen aus. Und was als Neuwagen beliebt ist, gilt nachgelagert auch bei Gebrauchtwagen. Das alltägliche Bild auf unseren Straßen mit immer mehr SUV und Geländewagen ist Realität.

Autokauf ist, wie wir alle wissen, kein Spontan-Kauf. Das gilt auch für Gebrauchte. Zweidrittel der Kunden hatten bis zu 3 Händlerkontakte und fast ein Drittel fährt dafür bis zu 50 Kilometer weit. Und jeder zweite Käufer hat in der DAT-Befragung erklärt, er habe anders gekauft als geplant. 24 Prozent haben mehr Geld investiert, 16 Prozent haben sich für eine andere Marke entschieden und 11 Prozent haben sich für einen besser ausgestatteten Pkw entschieden. Das waren übrigens 7 Prozentpunkte weniger als im Jahr zuvor.

Noch ein Blick in den Report der Deutschen Automobil Treuhand (DAT): Die Mehrheit der Autokäufer schließt den Kauf eines Stromers aus zweiter Hand grundsätzlich aus. Demnach hätten lediglich 12 Prozent der GW-Käufer angegeben, dass ein gebrauchtes E-Auto für sie infrage komme. Da komme ich wieder auf das eingangs Gesagte zurück: Wir müssen besser informieren, wir müssen die automobilen Bedenkenträger gezielter in den Fokus stellen.

Danke für Ihr Interesse.