

PRESSEMEDLUNG

Bonn 4. Mai 2015

BVfK kritisiert Verbrauchertipps zum Rabattfeilschen

Das Verhältnis zum tatsächlichen Wert einer Sache droht verloren zu gehen

Preisverhandlungsbereitschaft darf kein Kriterium bei der Wahl des richtigen Autohändlers sein darf. Der Maßstab muss das gute Preis-Leistungs-Verhältnis, wie auch Zuverlässigkeit, Professionalität und Seriosität sein. Hierzu zählt auch eine kaufmännisch solide Preiskalkulation, zu der auch Rücklagen z.B. für Gewährleistungsrisiken zählen.

Daher erkennt man entgegen der Auffassung von Gebrauchtwagenhändler-Testern einen guten Autohändler nicht am großzügigen Preisnachlass. Ebenso unsinnig ist nach Auffassung des BVfK die Behauptung, jeder Kfz-Händler kalkuliere bei Gebrauchtwagen 10 % Luft ein, die verhandelbar sind. Der Verband hält solche Tipps für trügerisch, denn am Ende landet der „**Geiz-ist-geil-Kunde**“ bei eher fragwürdigen Händlern und deren weniger guten Autos.

Fakt ist, dass die Gewinnmargen im Autohandel grundsätzlich das Ergebnis kaufmännischer Kalkulation, wie auch der Wettbewerbssituation sind. Seit Bestehen des Kfz-Internets wurde der Wettbewerb im Kfz-Handel schärfer und die Margen geringer. Die Preise sind entsprechend knapp kalkuliert. Wer da noch 10% zum Verhandeln draufschlägt, landet auf den letzten Seiten Ihrer Börse unter „*Ferner-liefen*“ und wird kein Auto mehr verkaufen.

Wer seriös kalkuliert, wird bei Preissenkungen auch immer über eventuelle Reduzierung der Leistungen sprechen müssen. Sei es Garantie, neuer „TÜV“ oder sonstige variable Faktoren. Wer das nicht macht, sondern so mir nichts dir nichts bereit ist, mal eben 10% vom Preis nachzulassen, der bietet meist auch keine soliden Leistungen.



Schnäppchenjagd darf daher nicht Vorrang vor dem Bedürfnis haben, gute Ware für günstiges Geld zu bekommen. Am Ende soll ein Kunde stehen, der mit seiner Wahl glücklich und zufrieden ist und nicht ständig in Sorge und Zweifel, ob er nicht doch ein paar Euro zu viel gezahlt hat.

Hierzu BVfK-Vorstand Ansgar Klein: *„Der BVfK wünscht sich ausdrücklich kritische Kunden für seine Mitglieder, denn diese sind solchen Ansprüchen gewachsen. Allerdings gilt es, dem Verbraucher auch wieder die Wertschätzung für die Ware ins Bewusstsein zu rücken. Das Schnäppchenglück ist gerade beim Automobil ein flüchtiges – und schließlich geht es doch um eine dauerhafte Auto-Fahrer-Freundschaft!“*



Der Bundesverband freier Kfz-Händler e.V. (BVfK) ist die maßgebliche Stimme des seriösen freien Kfz-Handels in Deutschland. Dem Verband gehören Unternehmen aus dem Neu- und Gebrauchtwagenhandel, als auch dem Kfz-Vermittlergeschäft an. Die Mitgliederzahl steigt seit seiner Gründung im Jahr 2000 stetig. Derzeit sind über 800 Händler organisiert. Der Verband sieht seine Aufgaben in der Imageverbesserung seiner einem strengen Regelwerk verpflichteten Mitglieder sowie der Stabilisierung der wirtschaftlichen Rahmenbedingungen, wozu ganz wesentlich die Bekämpfung unseriöser Geschäftspraktiken zählt. So trägt der BVfK erfolgreich zur Förderung des lautereren Geschäftsverkehrs, wie auch des fairen wirtschaftlichen Wettbewerbs bei. Seit nunmehr 14 Jahren leistet der Verband Pionierarbeit. Hierzu zählen bedeutende Projekte, wie etwa der von Autorechtspapst Dr. Kurt Reinking und BVfK-Vorstand Ansgar Klein initiierte Deutsche Autorechtstag (www.deutscher-autorechtstag.de), der gemeinsam von BVfK, ADAC und ZDK veranstaltet wird, wie auch die Einrichtung von Schiedsstellen zur gütlichen Einigung von Streitfällen. Die Schlichtungsquote von über 90% beweist das erfolgreiche Konzept, wie auch das Vertrauen der Kundschaft in die Arbeit des Bundesverbandes und seiner Mitglieder.

Kontakt: BVfK-Pressestelle Bonn Telefon: +49 228 85 40 910 E-Mail: pressestelle@bvfk.de