

Dr. GRAF v. KEYSERLINGK

DER AUTOMOBILABSATZ IN DEUTSCHLAND

Unter den führenden Industrien Deutschlands ist die Automobilindustrie wohl mit am schwersten von der schonlanganhaltenden Wirtschaftsdepression betroffen. Die Gründe dafür sind zu bekannt, um hier an dieser Stelle ausführlich erörtern zu werden. Die Preise für Automobile sind, wenn sie auch dem Index nach mit zu den billigsten gehören, an der durchschnittlichen Kaufkraft in Deutschland gemessen, zu teuer. An eine wesentliche Preissenkung wird die deutsche Automobilindustrie, solange sie in ihrer außerordentlichen Zersplitterung und kleinen Spezialproduktion beharren bleibt, wohl kaum herangehen können.

Aber auch eine merkliche Preissenkung würde bei der augenblicklichen Wirtschaftslage eine nennenswerte Besserung auf dem Automobilmarkt zur Zeit kaum herbeiführen können. Man könnte mit einigem Optimismus rechnen, daß eine 20%ige Preissenkung eine nur 10%ige Steigerung der Nachfrage hervorrufen würde, da für eine der Preissenkung entsprechend steigende Nachfrage, primitiv gesprochen, einfach kein Geld da wäre. Man wird für 1930 mit einem Absatzrückgang von 20–30% gegenüber 1929 rechnen müssen. Es bleibt allein die tröstliche Zuversicht, daß bei einem neuen Konjunkturanstieg eine übersaisonnäßig verstärkte Nachfrage nach Automobilen einsetzen wird.

Ähnliche Überlegungen aber und auch der in Fragen der Technik längst veraltete Hinweis auf die in Deutschland ganz besonders individuell ausgeprägte Kaufmentalität sollte die deutsche Automobilindustrie nicht noch weiter davon abhalten, die auch längst reif gewordenen restlichen Zusammen- und Stillelegungen ihrer vielfachen Splitterproduktionen vorzunehmen, um beim neuen Konjunkturanstieg auf erweiterter Produktionsbasis weniger einheitlicherer und daher auch billigerer Typen gerüstet zu sein.

Die Automobilwerke, die wenige oder im Durchschnitt noch nicht einen Wagen im Monat absetzen, dürften wohl hauptsächlich unter den Gegnern auch der diesjährigen Internationalen Automobilausstellung zu suchen sein. Der Abspruch der eigenen Existenzberechtigung durch Proteste gegen die Abhaltung dieser denkbar größten und wichtigsten Propaganda ist heute bezeichnend für einige Werke. Die Ablehnung unter Hinweis auf die zu hohen Kosten einer solchen Ausstellung ist vom propagandistischen Standpunkt aus gesehen, unbegründet, denn auch die beste Reklame und die schönsten geschlossenen Ausstellungsräume der einzelnen Firmen können nicht in gleich starkem Maße den Kauf- und Besitzwillen anregen, wie eine öffentliche Automobilausstellung. Man kann einer solchen Ausstellung ohne Überschätzung doppelte Werbekraft zuschreiben, denn sie ist die geeignetste Reklame für den unentschlossenen Interessenten, und sie ist nicht unwesentlich auch der Schlüssel zum besseren Verständnis der laufenden Propaganda.

Über die Art, zweckentsprechende Automobilpropaganda zu treiben, kann in Deutschland noch viel

von Amerika gelernt werden, besonders was die Vermeidung von Superlativen vor allem der unberechtigten, und was die Einstellung auf das rein Zweckmäßige betrifft. Eine Hervorhebung des arbeitsparenden und zweckentsprechenden Nutzens den der Besitz eines Automobils verschafft, sollte häufiger in Anwendung kommen neben den Hinweisen auf Luxus und Eleganz. Die heute in Deutschland noch vorherrschende Meinung, daß ein Automobil zu besitzen ein Luxus sei, sollte durch die Werbung planmäßig zerstört, nicht aber durch die Anspielung auf Eitelkeitsinstinkte bestärkt werden. Je schneller es der Werbung gelingen wird, eine vollkommene Umstellung vom Begriff des Automobils als Luxusgegenstand auf den eines der notwendigsten gewöhnlichen Gebrauchsgegenstandes zu erzielen, desto bezahlter wird sie sich machen.

Eine genaue Übersicht der Absatzverhältnisse auf dem deutschen Automobilmarkt, die Handhaben für eine Marktanalyse gegeben hätte, war bisher nicht zu gewinnen. Es ist das besondere Verdienst des Verlages Gersbach, Berlin, mit dem seit Beginn des Jahres herausgegebenen Adressendienst über neu zugelassene Kraftfahrzeuge diese Lücke vollkommen ausgefüllt zu haben. Der große Vorzug dieser Statistik liegt in der Möglichkeit, sich über den Absatz eines jeden einzelnen Wagens in Deutschland, sein Fabrikat, seine Stärke usw. sowie den Ort seiner Zulassung orientieren zu können. Die nachstehenden Tabellen, eine kombinierte Zusammenstellung aus dem Adressendienst, ergeben eine genaue Übersicht des Absatzes nur an fabrikneuen Personewagen im ersten Halbjahr 1930 nach Fabrikaten und Stärken. Die Absatzziffern der einzelnen Werke lassen unter Berücksichtigung des investierten Kapitals, der Produktionskapazität, des Beschäftigungsgrades sowie des Wagenpreises interessante Schlüsse auf die Lage der Firmen zu.

Während bis einschl. April die Wagen nach PS-Leistung einrubriziert wurden, werden sie seit Mai nach Kubikzentimetern eingeteilt. Bei den Wagen bis 20 PS und über 75 PS hat durch diese Neueinteilung, die an sich zweckmäßiger ist, eine Verschiebung nach den anderen Rubriken nicht stattgefunden, während dies bei den Wagen von 20–50 PS und 50–75 PS in starkem Maße der Fall gewesen ist. Im Endergebnis sind beiden Mittelrubriken zusammengezogen worden. Hier dürften in der ersten Rubrik wohl nur die leichten, in der zweiten im wesentlichen nur die mittleren und in der dritten nur schwere Wagen enthalten sein.

Während beim Kleinauto das deutsche Fabrikat mit fast 95% noch überragend beteiligt ist, beträgt der Auslandsanteil bei schweren Wagen schon über 35% und erreicht bei mittleren Wagen fast 45% bei starkem Vorherrschen amerikanischer Erzeugnisse. Tabelle III bringt eine Zusammenstellung der altzugelassenen Wagen, für die eine Einteilung nach Fabrikaten nicht vorliegt. Interessant ist die Tatsache, daß fast doppelt soviel alte Wagen als neue umgesetzt worden sind.