



Foto: Werner Rudolf Cramer

Der Wiederverkaufswert bestimmt

AUTOFARBEN // WER HEUTE EIN AUTO KAUFT ODER LEAST, ENTSCHEIDET SICH MEIST FÜR UNBUNTE FARBEN, DA DIESE SICH BESSER WEITERVERKAUFEN LASSEN. DARAN WIRD SICH VERMUTLICH AUCH SO BALD NICHTS ÄNDERN.

Werner Rudolf Cramer

Heutige Jugendliche verbinden Autofarben in der Regel mit Weiß, Silber oder Schwarz. Schließlich kennen sie fast keine anderen Farben. Dass die Welt der Autofarben mal richtig bunt war, können sie sich nicht vorstellen und kennen diese höchstens aus alten Filmen. Die drei genannten Farbbereiche – die Statistik des Kraftfahrt-Bundesamtes unterscheidet nicht nach Uni- oder Effektfarben – liegen seit dem Jahr 2004 deutlich über 70% bei den Neuzulassungen. 2004 war auch das Jahr mit der höchsten, jemals „gemessenen“ Zulassungszahl: Mit 46,4 % erreichte Grau/Silber die absolute Bestmarke. Obwohl in dem Jahr der weiße Farbbereich nur 2,3% der Neuzulassungen erreichte, sorgten die 24,2% des Schwarz für den hohen Gesamtwert dieser unbunten Farben. In den Folgejahren sackte der Wert für Grau/Silber auf knapp unter 30% ab, der von Schwarz stieg über 30% und hatte in den vergangenen Jahren auch leicht die Nase gegenüber Grau/Silber vorne, sackte aber im Jahr 2017 unter 27% der Neuzulassungen. Für den ei-

gentlichen Aufschwung der unbunten Farben sorgte aber Weiß, das von 2,3% im Jahre 2004 inzwischen auf über 20% gestiegen ist. Im vergangenen Jahr erreichten die neuzugelassenen Fahrzeuge in Weiß ihren höchsten Wert seit der Jahrtausendwende, Tendenz weiter steigend. Tendenziell steigend ist auch der Anteil der silbernen Fahrzeuge, während die Anteil schwarzer eher sinkt.

Leicht gestiegen sind auch die bunten Anteile wie Rot, Blau und Grün. Werden Prognosen in die Welt gesetzt – beispielsweise „Grün kommt“ -, handelt es sich aber eher um Wunschvorstellungen gekoppelt mit Farbsymbolik. Dass die Menschen und damit die Autokäufer sich als erd- und naturverbunden sehen und fühlen, führte nicht zur Hype entsprechender Farben. Warum die Autokäufer wenig Interesse an bunten Autos haben – das gilt im Zuge der Globalisierung der Autoproduktion inzwischen weltweit -, sollte Grund für die Forschung möglicher Ursachen sein: Am Angebot bunter Pigmente kann es nicht liegen, auch wenn vor Jahrzehnten schwermetallhaltige Pigmente aus dem Angebot genommen wurden. Auch intensive Effektpig-

mente stehen zur Verfügung, mit denen sich bunte Farben erstellen ließen. Dass meistens Aluminumpigmente billiger als Weißpigmente sind, kann auch nicht die Beliebtheit für silberne Autos begründen. Noch werden silberne Autos mit einem Aufpreis verkauft; bei weißen Autos wird von den Autoherstellern zudem vermehrt versucht, auch diese mit einem Aufpreis zu versehen. Schwarz, meistens versehen mit einem hohen Anteil an Ruß, wird oft mit Effektpigmenten gemischt und damit auch mit Aufpreis verkauft. Das unschuldige Weiß, das mächtige Schwarz und das technische Grau/Silber – wen interessieren diese Attribute? Man sollte die eintönige, unbunte Farbwahl eher als gesellschaftspolitisches Phänomen sehen. Einerseits möchten viele Autokäufer nicht Farbe bekennen, andererseits möchten sie sich individualisieren. Ob Letzteres allerdings über die Farbe erfolgen muß, sei dahingestellt.

Anderes Kaufverhalten

Und wo bleiben die Farbemotiven, wenn alle Autohersteller ähnliche oder gleiche Far-

ben anbieten? Der Kauf eines Autos ist stark von Emotionen geprägt, aber die Farbwahl ist dabei in die zweite oder dritte Reihe gerückt. In erster Linie interessiert heutzutage der pekuniäre Aspekt: Früher sparte man Geld, um dann ein Auto zu kaufen. In den siebziger und achtziger Jahren änderte sich diese Vorgehensweise: Die Banken liehen den Autokäufern das Geld; und mit dieser großzügigen „Spende“ kauften die meisten dann Fahrzeuge mit imposanten Felgen und allerlei Schnickschnack, wozu sicherlich auch Metallic-Lackierungen gehörten, zumal die allgemeine Vorstellung vorherrschte, dass Metallic-Lackierungen härter und damit haltbarer waren. Eine schöne Illusion, die sich die Autohersteller gut bezahlen ließen und lassen. Seine Umgebung – und insbesondere die Nachbarn und Kollegen – konnte sich leicht mit der „virtuellen“ Finanzkraft blenden lassen. Seit den neunziger Jahren hat sich die Finanzierung geändert. Man leiht sich kein Geld für den Kauf eines Fahrzeuges, sondern zahlt eine monatliche „Gebühr“, auch Leasing-Gebühr genannt. War dieses Modell anfangs insbesondere von Geschäftsleuten und Firmen eine bevorzugte Art, leasen heute auch viele Privatpersonen ihre Neufahrzeuge. Bei Komplettangeboten geht es nicht mehr um den eigentlichen Kaufpreis des Fahrzeuges, sondern um ein „Sorglos-Rundum-Paket“. Der hohe Kaufpreis und der hohe Preis für eine Sonderlackierung wird in kleine, monatliche „Häppchen“ aufgeteilt, die nicht sehr weh tun. Was spielt bei diesem Verfahren noch der eigentliche Aufpreis für die Sonderlackierung eine Rolle? Zumal die Automobilbanken mit ihren Paketen keinen Widerspruch und keine Gegenargumente bei den Autokäufern erwarten.

Rückkaufwert besonders wichtig

Neben der voraussichtlichen Fahrleistung spielt bei den Verkaufsgesprächen insbesondere der Rückkaufwert eine große Rolle bei der Entscheidung für ein Fahrzeug. Das beinhaltet aber auch eine Einflußnahme auf die Farbwahl: Ein orangefarbenes oder violette Fahrzeug hat sicherlich nicht den Rückkaufwert wie ein silbernes, weißes oder schwarzes Fahrzeug. Insofern läßt sich der Interessent – er ist ja kein Autokäufer mehr, sondern so etwas wie „Lizenznehmer“ – sehr schnell zu einer der drei unbunten Farben überreden. Die Banken der Automobilhersteller sind hier stark engagiert; sie wissen schließlich, welche Fahrzeuge und damit auch welche Farben sich am schnellsten und besten wiederverkaufen lassen. Ein orangefarbenes Fahrzeug ist nicht jedermanns Geschmack; als gebrauchtes Fahrzeug wird die Zustimmung auch nicht steigen! Neben der Farbverteilung bei den Neuzulas-

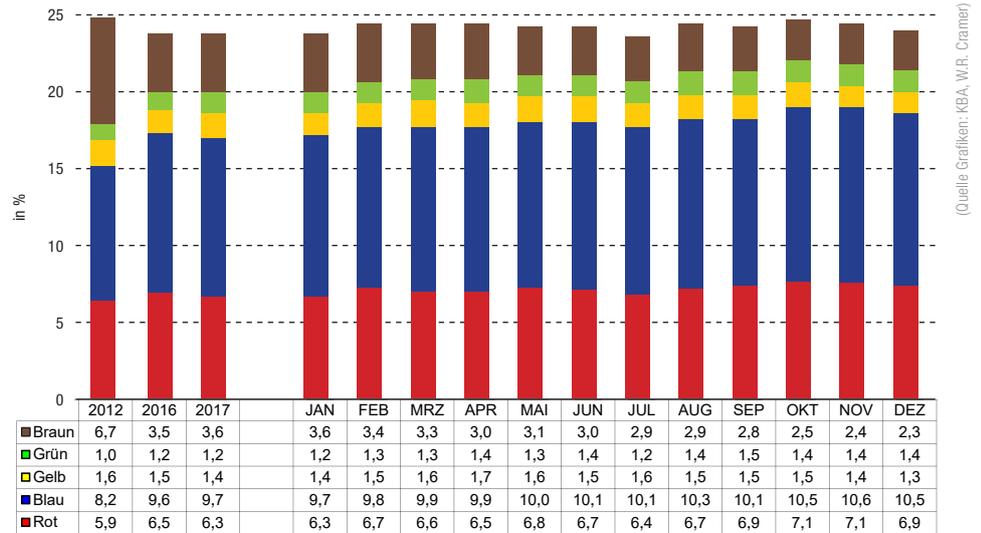


Abb. 1 // Entwicklung der Neuzulassungen mit bunten Farben im zeitlichen Verlauf.

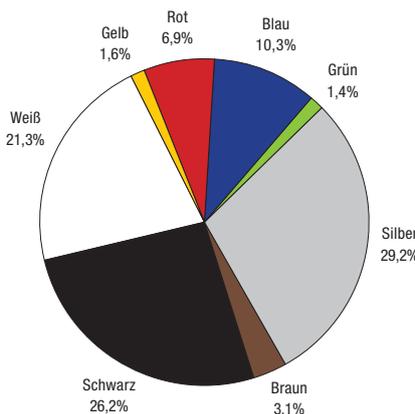


Abb. 2 // Anteil der Neuzulassungen in Deutschland 2017.

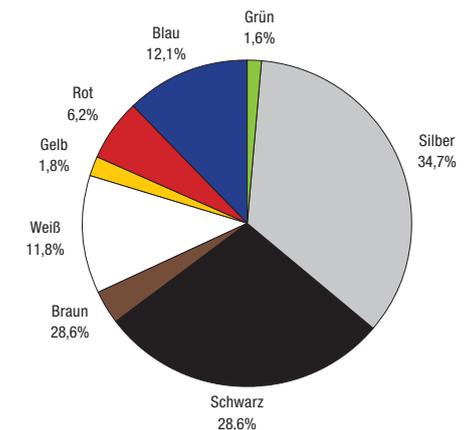


Abb. 3 // Geschätzte Farbanteile in Deutschland 2017.

sungen ist auch die aktuelle Farbverteilung auf deutschen Straßen interessant. Diese läßt sich allerdings nur schätzen, da es keine Statistik darüber gibt: Nach Schätzungen wird der Anteil silberner Fahrzeuge leicht zurückgehen, weil auch die Neuzulassungen gesunken sind. Schwarz wird seinen derzeitigen, geschätzten Anteil behalten, während der Anteil von Weiß aufgrund der steigenden Neuzulassungen in den vergangenen Jahren steigen wird. Der Anteil brauner Fahrzeuge wird für einen kurzen Moment leicht steigen, die Anteile der anderen, bunten Farben dümpeln voraussichtlich weiter vor sich hin. Voraussagen zu machen, ist immer schwie-

rig. Zumal nur leichte Änderungen feststellbar sind: Silber nimmt zu, während Schwarz abfällt. Auch Weiß steigt weiter an. Alle drei zusammen werden aber weiterhin 2/3 der Neuzulassungen ausmachen. Grün, Gelb und Orange werden auch in den nächsten Jahren geringe Chancen haben. Den Farbbereichen Rot und Blau ist schon eher ein Anstieg bei den Neuzulassungen zuzutrauen. Bis sich das Farbbild auf den Straßen aber deutlich ändert, werden noch Jahre, wenn nicht sogar Generationen vergehen.

// Kontakt: wrcramer@muenster.de