



Autopreise unter Druck: Warum der Markt an seine Akzeptanzgrenzen stößt

Dirk Stein

Die zentrale Botschaft des aktuellen Automobilbarometers 2026 des Konsumentenkreditanbieters Consors Finanz (BNP Paribas) ist eindeutig: Der Markt hat ein Preisniveau erreicht, das zunehmend als nicht mehr legitim wahrgenommen wird. Zwei Drittel der Verbraucher weltweit halten Neuwagen für überteuert. In Deutschland ist die Sensibilität besonders ausgeprägt – hier dominiert der Kaufpreis klar die Entscheidung, noch vor Wartungskosten und Zuverlässigkeit. Damit verschiebt sich die Logik des Autokaufs. Was lange durch Markenbindung, Innovation und Status getragen wurde, wird nun stärker durch Budgetrestriktionen bestimmt. Der Pkw verliert damit partiell seine Funktion als emotionales Gut und nähert sich einem rational bewerteten Investitionsobjekt.

Konsumenten fordern strukturelle Eingriffe

Auffällig ist die Deutlichkeit, mit der Verbraucher in die Angebotsseite eingreifen wollen. 77 Prozent der deutschen Befragten sprechen sich für niedrigere Hersteller-Margen aus. Ebenso groß ist die Zustimmung zur Reduktion der Modellvielfalt. Dahinter steht weniger Detailkritik als eine systemische Erwartung: Komplexität gilt als Preistreiber. Die Bereitschaft zu Verzicht ist vorhanden – rund ein Drittel der Konsumenten akzeptiert kleinere Fahrzeuge, reduzierte Ausstattung oder weniger Assistenzsysteme, sofern dies den Preis senkt. Diese Haltung markiert einen Bruch

mit der bisherigen Industrialogik, die Differenzierung und Variantenvielfalt als Wachstumstreiber verstanden hat.

Standardisierung wird zur neuen Effizienzstrategie

Ökonomisch verweist die Entwicklung auf ein bekanntes Muster: Steigende Kosten bei gleichzeitig begrenzter Kaufkraft erzwingen Skaleneffekte. Für Hersteller bedeutet das eine Rückkehr zu stärker standardisierten Produktarchitekturen. Weniger Varianten, klarere Plattformstrategien und modularisierte Ausstattung dürften an Bedeutung gewinnen. Die Herausforderung liegt darin, Kostensenkung ohne wahrnehmbaren Wertverlust zu realisieren. Denn trotz aller Preissensibilität bleibt der Anspruch an Design und Innovation bestehen. Der Markt

verlangt damit kein „Weniger“, sondern ein „Anders“: gleiche Nutzenwahrnehmung bei geringerer Kostenbasis.

Staat als Preiskorrektiv – mit begrenzter Akzeptanz für Subventionen

Bemerkenswert ist die hohe Zustimmung zu staatlichen Eingriffen. In Deutschland befürworten 74 Prozent eine Preisregulierung, während klassische Kaufprämien mit 67 Prozent deutlich weniger Rückhalt haben. Direkte Subventionen für Hersteller stoßen auf noch geringere Akzeptanz. Das signalisiert ein wachsendes Misstrauen gegenüber indirekten Fördermechanismen. Verbraucher bevorzugen unmittelbare Preiskorrekturen gegenüber komplexen Umverteilungsinstrumenten. Gleichzeitig bleibt die ökologische Zielsetzung unangetastet. Eine Mehrheit fordert weiterhin sinkende Emissionen – auch wenn dies strukturell kostensteigernd wirkt. Daraus entsteht ein klassischer Zielkonflikt zwischen Klimapolitik und Bezahlbarkeit.

Finanzierung als Puffer – aber kein Ersatz für Preisanpassung

Finanzierungsanbieter wie Consors Finanz gewinnen in diesem Umfeld an Bedeutung. Flexible Kreditmodelle, längere Laufzeiten und nutzungsorientierte Zahlungsstrukturen können die unmittelbare Kaufhürde senken. Ökonomisch handelt es sich jedoch um eine Verschiebung, nicht um eine Lösung: Preise werden nicht reduziert, sondern über die Zeit verteilt. Die strukturelle Frage der Leistbarkeit bleibt bestehen.

Ein Markt im Zielkonflikt

Der Automobilmarkt steht damit vor einer dreifachen Restriktion:

- steigende regulatorische Anforderungen (insbesondere Klimaziele),
- hohe technische Komplexität,
- begrenzte Zahlungsfähigkeit der Konsumenten.

Diese Faktoren lassen sich nicht gleichzeitig optimieren. Der Spielraum für Hersteller verengt sich.

Versicherungs- und Finanznachrichten

expertenReport



<https://www.experten.de/id/4949259/autopreise-druck-hersteller-strukturwandel/>