

Offener Brief an Prof. Ferdinand Dudenhöffer

Sehr geehrter Herr Prof. Dudenhöffer,

ich hatte die leise Hoffnung, Ihnen nicht erneut schreiben zu müssen, allemal nicht wegen "Ihrer" Rabattschlacht. Nun haben Sie mich aber zu Ihrem Symposium eingeladen, für deren Einladung ich mich höflichst bedanke, Sie aber bitten möchte, Verständnis dafür zu haben, wenn ich diese Ihre Einladung nicht annehme, da "Ihre" Rabattschleuderei ein Ausmaß annimmt, welches die Branche massiv schädigt, weil Sie Unwahrheiten verbreiten.

So werden Sie in mehreren Verbraucherzeitungen - Branchenblätter wären da ja noch homöopathisch - zitiert und Sie sind mir neulich sogar durch's Frühstücksfernsehen ins Badezimmer gekommen, mit einer Rabattangabe vom Golf 7 von 28%.

Bitte, sehr geehrter Herr Prof. Dudenhöffer, Sie wissen mindestens genauso wie ich, dass der Durchschnittsrabatt eines Volkswagenhändlers beim Golf 7 rund 17% beträgt, gepaart mit Fahranfänger- und Fremdfabrikatseintauschhilfe und weiß der Kuckuck was noch für Prämien. Obwohl es diese Prämien niemals so kumuliert gibt, käme man rein rechnerisch mit der mathematischen Aufrundung vielleicht in die Nähe Ihrer suggerierten „Rabattitis“.

Ich würde Ihren Rabattauswüchsen nicht soviel Aufmerksamkeit schenken, wenn nicht der Verbraucher davon massiv getäuscht würde und mit diesen Erwartungen im Handel beim Verkäufer auftaucht.

Das Resultat daraus ist, dass der Kunde völlig enttäuscht ist, sich bei erster Händlernachfrage zurück zieht und schlimmsten Falls den Kauf eines Neuwagen verschiebt, somit würden Sie also auch noch volkswirtschaftlichen Schaden anrichten.

Dass Sie bei all den Rabattäußerungen kein schlechtes Gewissen haben, kann ich sogar nachvollziehen, weil in Ihrem Symposium im Februar wieder hunderte Branchenfreunde sitzen und Ihnen applaudieren. Die Vorstände namhafter deutscher Hersteller, dieses Jahr wohl Herr Zetsche, wird das Grußwort zum Rabattkongress sprechen und damit Ihre Veranstaltung „branchenseelig“ sprechen.

Was immer auch von Seiten der Herren damit beabsichtigt wird oder nur dem Ruf der Öffentlichkeit gefolgt wird, sei dahin gestellt, dienlich ist es der Wahrheitsfindung nicht.

Hatten Sie nicht schon vor drei Jahren OPEL nicht einmal mehr das damals wenige Wochen bevorstehende Osterfest überleben gesehen?! Natürlich kann man sich täuschen, aber sollten Sie sich nicht dann auch korrigieren?!

Wäre es nicht viel professioneller einmal zu hinterfragen, warum die Modebranche, die ja wohl mit Margen zwischen 200% und 300% agiert, an der Kasse von P&C mit einer kostenlose Tüte und einem Bonbon lockt und trotzdem zufriedene Kunden hat?!

Oder warum wir im 5-Sterne-Hotel an der Rezeption brav Schlange stehen beim Einchecken und am Morgen beim Bezahlen und keinen Aufstand proben?!

Würden Autofahrer bei uns warten müssen, würden Sie uns schlecht bewerten und der Hersteller könnte Boni sparen. Haben Sie schon einmal einen kostenlosen Ersatzanzug bekommen, weil die Knöpfe abfallen und dieser zur Reparatur eingeschickt wird?!

Hat die Branche nicht wirklich zwingendere Fragen, als einen neuen Rabattekord von irgendeinem Auslaufmodell eines Nischenanbieters?!

Ich denke, sehr geehrter Herr Prof. Dudenhöffer, Sie überdenken Ihr Öffentlichkeitsmodell einmal und hoffen weiter, dass Vorstände, Zulieferer und Händler Ihre Reihen füllen und befassen sich mit der Wertschöpfung im Automobilgeschäft und nicht mit der Zerstörung durch Fehlinformationen der Verbraucher.

Wie auch in meinem ersten Brief an Sie, vor nahezu drei Jahren, biete ich Ihnen den Einkauf unserer Neufahrzeuge an, besonders des Golf 7 mit 28% Rabatt. Wir würden hier gern 500 Stück bis zum Jahresende 2012 abnehmen und Ihnen eine Festprovision von 500.000€ garantieren. Vielleicht können Sie uns dabei behilflich sein und sich damit die Kasse füllen.

In diesem Sinne ein freundlicher Gruß

Burkhard Weller