

CAMA-Prognosen

01/2010

Erläuterungen zu Absatzprognosen in Krisenzeiten – der deutsche Automobilmarkt nach der Abwrackprämie

Thomas Martin Fojcik

Universität Duisburg-Essen/Center für Automobil-Management

Prognosen halten für unternehmensinterne Planungs- und Entscheidungsvorgänge relevante Informationen bereit. In Krisenzeiten ist es besonders schwierig, verlässliche Vorhersagen zu treffen. Oft gibt es Sondereinflüsse wie die Abwrackprämie auf dem deutschen Automobilmarkt, die sich unmittelbar auf die Prognosegenauigkeit auswirken. Gerade dann erscheint eine Auseinandersetzung mit Prognosen und der dahinter stehenden Verfahren wichtiger denn je für eine rationale, gut begründete Aussage zur zukünftigen Absatzentwicklung. Nur damit lassen sich krisenbedingte Unsicherheiten fundiert bewältigen.

1. Prognoseschwierigkeiten in der krisengebeutelten Automobilindustrie

Nach der vollständigen Inanspruchnahme der staatlichen Abwrackprämie in Höhe von 5 Mrd. EUR befindet sich der deutsche Automobilmarkt im freien Fall. Durch den prämierten Nachfrageschub konnte zwar der Automobilabsatz im Jahr 2009 auf einen Rekordstand von 3,81 Mio. verkauften Fahrzeugen (vgl. Kraftfahrt-Bundesamt) erhöht und damit der bis dahin stark einbrechende Pkw-Markt weitgehend stabilisiert werden. Doch nach dem Auslaufen des ordnungspolitisch stark kritisierten Förderprogramms der Bundesregierung prognostizieren Forschungsinstitute und Automobilver-

bände nicht nur eine leicht rückläufig Entwicklung, sondern sogar einen dramatischen *Einbruch des deutschen Automobilabsatzes* im Jahr 2010 (vgl. Center für Automobil-Management).

Obwohl *Absatzprognosen* schon außerhalb von Krisenzeiten oftmals anhaftet, dass sie spekulativ, unzuverlässig und daher für die unternehmensinterne Planung sowie Entscheidung weitgehend ungeeignet seien, begründen die vorgebrachten Kritikpunkte gegenüber zukünftigen Schätzungen selbst in Krisenzeiten keineswegs die Bedeutungslosigkeit derartiger Vorhersagen. Vielmehr entsprechen sie der außergewöhnlichen Herausforderung, gerade in Zeiten hoher Unsicherheit, wie der aktuellen Wirtschafts- und Finanzkrise, verlässliche Vorhersagen über die zukünftige Entwicklung des Automobilabsatzes zu treffen. Die Besonderheit der aktuellen wirtschaftlichen Entwicklung und der fiskal-, geld- und strukturpolitischen Maßnahmen, die die ökonomischen Rahmenbedingungen und das Verhalten der Wirtschaftssubjekte grundlegend aufbrechen, erschweren zuverlässige Absatzprognosen. Häufige Korrekturen und Abweichungen der vorhergesagten von der tatsächlichen Entwicklung sind die Folge. Insofern sind Forderungen, in der gegenwärtigen Krise generell auf Prognosen zu verzichten, um sie - wie im Falle von Konjunkturvorhersagen - durch negative Schätzungen nicht noch zusätzlich zu beschleunigen durchaus nachvollziehbar. Trotzdem ist es notwendig, gerade in unsicheren Zeiten die zukünftige Absatzentwicklung, nicht nur in der Automobilindustrie, sondern auch in anderen Branchen, abzuschätzen. Für die Erstellung und Veröffentlichung von Absatzprognosen - vor allem in Krisenzeiten - gibt es vor allem drei Gründe:

- Unternehmen können bei hoher Unsicherheit zwar kurzfristig auf Absatzprognosen verzichten und „auf Sicht fahren“. Mittel- bis langfristig betrachtet wird sie aber die Realität einholen. Unternehmensinterne Entscheidungsprozesse im Rahmen von *Geschäfts-, Budget- und Produktionsplanungen benötigen gerade dann eine zahlenbasierte Grundlage*, um die zukünftige Entwicklung sowie Anpassungen diskutieren und mögliche Handlungsalternativen ableiten zu können. Vor diesem Hintergrund stellen Absatzprognosen adäquate Informationen zur

Verfügung, die Unternehmern und Managern einen rationalen Umgang mit Unsicherheit erlauben.

- Unternehmerische Entscheidungen werden selten ad-hoc und vielmehr mit einer zeitlichen Verzögerung umgesetzt. Da sich gerade in Krisenzeiten relativ stabile wirtschaftliche Strukturen und Beziehungen kontinuierlich sowie diskontinuierlich verändern und beschleunigen, bedarf es einer präzisen Beschreibung des zukünftigen Verlaufs ökonomischer Variablen, um bereits im Ausgangszeitpunkt *mögliche Veränderungen antizipieren* und diese vorausschauend in die Entscheidungsprozesse einbinden zu können. Krisen kann man nur dann adäquat begegnen, wenn bereits im Ursprung bzw. bei ersten Anzeichen einer Krise zielgerichtete Maßnahmen rechtzeitig und richtig dosiert ergriffen werden (vgl. Proff).
- Prognosen bedeuten in Krisenzeiten keine vollständig belastbaren Vorhersagen über die Zukunft. Je mehr sie die komplexe Realität in vereinfachten, modellartigen Strukturen zusammenfassen, desto höher fällt auch die Wahrscheinlichkeit aus, dass sie durch krisenbedingte Veränderungen falsch bzw. ungenau werden. Es kommt aber letztlich nicht darauf an, ob Prognosen zufällig einen Punkttreffer landen können oder nicht, sondern auf den kritischen Diskurs der Modellannahmen und der Gesamtkonzeption. Prognosedaten können dann zu einem *besseren Verständnis möglicher zukünftiger Entwicklungen* beitragen und Verhaltensänderungen informierter Wirtschaftssubjekte positiv bestimmen.

Im Zuge der aktuell noch andauernden Wirtschafts- und Finanzkrise erscheint eine zunächst theoriegestützte Auseinandersetzung mit Prognoseverfahren und eine anschließende praktische Übertragung auf den Bereich von Absatzvorhersagen wichtiger denn je. Da das Auslaufen der Abwrackprämie ein einschneidendes Ereignis für die deutsche Automobilindustrie darstellt und einen nicht zu vernachlässigbaren Einfluss auf den Absatz im Jahr 2010 entfaltet, kommt der Vorhersage der Entwicklung des deutschen Automobilabsatzes nach Beendigung dieser wirtschaftspolitischen Förder-

maßnahme eine gewichtige Rolle zu. Eine derartige Absatzprognose kann dann aber auch der krisenbedingten Unsicherheit in der Automobilindustrie entgegenwirken.

2. Allgemeine Grundlagen: Prognoseverfahren

Prognoseverfahren stellen generell Instrumente dar, mit deren Hilfe „zukunftsbezogene, kurz-, mittel- oder langfristig orientierte und zeitpunkt- oder zeitraumbetreffende Aussagen qualitativer oder quantitativer Art“ (zit. Hofer) zur Entwicklung eines interessierenden Untersuchungsgegenstandes getroffen werden können. Zu diesem Zweck wurden in Wissenschaft und Praxis unzählige Prognoseverfahren konzipiert, die sich z.B. nach der Untersuchungsmethode oder nach dem Vorhersagehorizont systematisieren lassen (vgl. Mertens/Rässler). Obwohl je nach Ausgangslage und Zielsetzung der Prognose unterschiedliche Verfahren eingesetzt und auch kombiniert werden können, haben sich vor allem *ökonomische Modelle* für kurz- bis mittelfristige Vorhersagen und die *Szenariotechnik* für langfristige Projektionen bewährt.

2.1. Ökonometrische Modelle

Ökonometrische Modelle formalisieren einen vermuteten, kausalen Zusammenhang zwischen einer oder mehreren abhängigen Variable(n) (die es zu erklären bzw. zu prognostizieren gilt) und einer oder mehreren unabhängigen Variable(n) (die die abhängige Variable direkt/indirekt beeinflussen) durch ein oder mehrere Gleichungssystem(e). Sie bestimmen quantitativ die zugrunde gelegte Wirkungsbeziehung mittels *mathematisch-statistischer Schätzverfahren*. Die Gleichungssysteme bilden die vermutete Abhängigkeit zwischen mindestens einer abhängigen und einer unabhängigen Variable ab, um Aussagen zur Stärke und Richtung der Wirkungsbeziehungen zwischen den einzelnen Variablen treffen zu können. Da hierbei die Variation einer abhängigen Variable durch eine Veränderung der Merkmalsausprägungen einer unabhängigen Variable erklärt wird, ermöglichen ökonometrische Modelle durch die Fortschreibung von Daten einer oder mehrerer unabhängigen Variable(n) eine Vorhersage der Ausprägung der abhängigen Variable(n) (vgl. Brendel/Zerres).

Unabhängig von dem jeweils präferierten mathematisch-statistischen Schätzverfahren folgen alle *ökonomischen Prognosemodelle* einer ähnlichen Vorgehensweise. Den Ausgangspunkt bildet die Formulierung der Modellannahmen über die Art des Zusammenhangs zwischen den unabhängigen und der abhängigen Variable(n) mit dem Ziel, ein formalisiertes Erklärungsmodell aufzustellen. Neben der Auswahl der einzubeziehenden unabhängigen Variablen wird auch die Wirkungsart (z.B. im Sinne eines exponentiellen oder linearen Zusammenhangs) festgelegt, die aus empirischen Erkenntnissen, begründeten Annahmen und theoriegestützten Hypothesen abgeleitet werden kann. Im einfachsten Fall unterstellt das zu entwickelnde Erklärungsmodell einen linearen, positiven Zusammenhang und besteht aus mindestens einer abhängigen sowie unabhängigen Variable (i.e.S. bivariates Erklärungsmodell), so dass deren Abhängigkeit durch eine Modellgerade, auf der die Schätzwerte der abhängigen Variable liegen, mathematisch-statistisch wie folgt ausgedrückt werden kann:

$$\gamma_t = \beta_0 + \beta_1 \cdot X_t + \lambda_t$$

mit: γ_t = abhängige (zu erklärende) Variable im Zeitpunkt t
 β_0 = Konstante der Modellgeraden
 β_1 = Steigungsparameter der Modellgeraden
 X_t = unabhängige (erklärende) Variable zum Zeitpunkt t
 λ_t = Störvariable zum Zeitpunkt t
t = Zeitpunkt

Die für die Ableitung der Modellgerade und die Prognose der abhängigen Größe γ_t notwendige Ermittlung der Parameter β_0 und β_1 erfolgt im Anschluss an die Formulierung der Modellannahmen, indem die quadrierten Abstände der ermittelten empirischen Messwerte zur Modellgeraden und damit letztlich die Gesamtstreuung im Erklärungsmodell minimiert werden (vgl. Urban/Mayerl). Eine anschließende Fortschreibung der Modellgeraden oder eine Schätzung der jeweiligen zukünftigen Ausprägungen der unabhängigen Variablen führen folglich zu einer Erweiterung des Betrachtungshorizonts und einer Vorhersage der abhängigen Variable γ_t .

2.2. Szenariotechnik

Die Szenariotechnik blickt auf eine lange Entwicklungs- und Anwendungsgeschichte zurück und wird heute in allen ökonomisch relevanten Bereichen, insbesondere bei strategischen Planungs- und Entscheidungsprozessen eingesetzt. In Abgrenzung zu ökonometrischen Modellen stützt sich die Szenariotechnik auf einen langfristigen, oftmals *zehn- bis zwanzig-jährigen Prognosehorizont*. Sie beruht nicht auf Sammlung vergangener Daten, sondern auf einer Kombination aktueller und vor allem zukünftiger Ausprägungen relevanter Faktoren sowie auf deren wahrscheinlichem Einfluss auf eine zu prognostizierende Größe.

Den Ausgangspunkt der Szenariotechnik bildet die grundlegende Annahme, dass die zukünftige Entwicklung eines interessierenden bzw. zu prognostizierenden Untersuchungsgegenstandes zwar nicht exakt bestimmt, aber zumindest in mehreren möglichen Szenarien (i.e.S. plausible und begründete Zukunftsbilder) qualitativ und quantitativ beschrieben werden kann. Entsprechend dieser Grundlogik folgt die Szenariotechnik zur qualitativen und quantitativen Beschreibung zukünftiger Entwicklungen vereinfacht einer mehrstufigen Vorgehensweise. Dazu wird zunächst der relevante Untersuchungsgegenstand inhaltlich eingegrenzt, mögliche aktuelle und zukünftige Einflussfaktoren auf den Untersuchungsgegenstand identifiziert und die Wirkungszusammenhänge innerhalb und zwischen den einzelnen Einflussfaktoren sowie dem Untersuchungsgegenstand bestimmt und bewertet. Im Anschluss daran werden Annahmen formuliert, wie sich die einzelnen Einflussfaktoren zukünftig entwickeln könnten. Die Zusammenfassung der Einzelannahmen und der vermuteten Entwicklung zu *widerspruchsfreien Szenarien* ermöglicht direkt die inhaltliche Interpretation und Analyse der Szenarioergebnisse, wobei Konsequenzen der Szenarien für den relevanten Untersuchungsgegenstand qualitativ und quantitativ aufgezeigt werden (vgl. Dönitz).

2.3. Eignung der Prognoseverfahren bei Unsicherheit

Obwohl die skizzierten Prognoseverfahren methodisch gleichberechtigt nebeneinander stehen, weisen sie in Abhängigkeit von dem Grad der Unsicherheit spezifische konzeptionelle Stärken auf.

In Situationen *hoher Unsicherheit* und damit starker Veränderungen von Ausgangsbedingungen scheitern Prognoseverfahren, die auf ökonomischen Modellen basieren. Gerade in Zeiten starker Veränderungen kann die Annahme konstanter Zusammenhänge und Abhängigkeiten zwischen den Einflussfaktoren und einer zu prognostizierenden Größe nicht mehr aufrechterhalten werden. Sinnvolle Aussagen über die zukünftige Entwicklung relevanter Tatbestände sind mit ökonomischen Modellen in einem solchen Fall unmöglich, da Veränderungen in der Variablenstruktur und -ausprägung einem Rückgriff auf vergangene Beobachtungen sowie der zeitlichen Fortschreibung von Trends entgegenwirken. Insofern sollten bei hoher Unsicherheit Vorhersagen nicht mehr vergangenheitsbasiert erfolgen, sondern auf aktuelle und wahrscheinliche Variablenstrukturen sowie -ausprägungen in einer Bandbreite alternativer, zukünftiger Entwicklungen bezogen werden. Eine Präzisierung der wahrscheinlichen zukünftigen Entwicklung ist dabei nicht notwendig. Ein Kontinuum möglicher Entwicklungen, in dem sich eine zu prognostizierende Größe tendenziell bewegen dürfte, erscheint bei erwarteten starken Veränderungen hinreichend (vgl. Hungenberg). Da gerade die *Szenariotechnik* dieser Grundlogik folgt, sollten diese bei sich stark verändernden Rahmenbedingungen gegenüber ökonomischen Modellen bevorzugt umgesetzt werden.

Liegt dagegen nur eine *geringe bzw. mittlere Unsicherheit* vor und können damit weitgehend stabile Ausgangsbedingungen und Einflussfaktoren unterstellt werden, dann sollten primär ökonomische Modelle zu Prognosezwecken eingesetzt werden. Da in einer derartigen Situation vergangene Zusammenhänge sowie Abhängigkeiten weiterhin gelten und zudem relevante Rahmenbedingungen als konstant angenommen werden können, sind relativ plausible Annahmen über die zukünftige Entwicklung der zu prognostizierenden Größe möglich. Einem Rückgriff auf vergangenheitsbasierte Daten und deren Fortschreibung im Sinne *ökonomischer Modelle* steht folglich nichts entgegen. Vielmehr weisen ökonomische Modelle bei einem geringen bis mittleren Unsicherheitsgrad gegenüber Szenariotechniken den Vorteil auf, dass sie einerseits einfacher anwendbar sind, andererseits durch die Beschränkung auf relevante Erklärungsfaktoren Komplexität reduzieren können. Zudem minimieren ökonomische Modelle durch ihren formalisierten, mathematisch-statistischen Rahmen mögliche Interpretati-

onsspielräume des Prognosesubjekts und bieten damit eine weitgehend objektive Entscheidungsgrundlage.

Obwohl die Abwrackprämie eine einschneidende Veränderung in der Automobilbranche darstellt, rechtfertigen die relativ stabilen Ausgangsbedingungen und die bisher weiterhin gültigen Einflussfaktoren auf den Automobilabsatz, dass für den deutschen Automobilmarkt von einem geringen oder allenfalls mittleren Unsicherheitsgrad ausgegangen werden kann. Bei einem Planungs- und Entscheidungshorizont in der Automobilindustrie von maximal fünf Jahren hat das *Center für Automobil-Management* an der Universität Duisburg-Essen ein auf *ökonometrischen Modellen beruhendes, branchenspezifisches Prognosemodell* entwickelt und dieses durch *drei Entwicklungsszenarien* erweitert. Gerade durch die Kombination der beiden Prognoseverfahren kann der zu erwartende Automobilabsatz in Deutschland quantitativ bestimmt und die Unsicherheit über die zukünftige Entwicklung des deutschen Pkw-Marktes auf eine rationale, zahlenbasierte Entscheidungsgrundlage bezogen werden.

3. Prognosemodell: Konzeptionelle Eckpunkte

Das für den deutschen Automobilmarkt konzipierte Prognosemodell des *Center für Automobil-Management* basiert auf einem theoriegestützten ökonometrischen Modell, welches relevante volkswirtschaftliche und automobilspezifische Faktoren (als unabhängige Variablen) einbezieht und deren Auswirkungen auf den Automobilabsatz in Deutschland (als abhängige Variable), gemessen durch die Anzahl an Neuzulassungen eines Jahres, untersucht.

Die Aufnahme möglicher *volkswirtschaftlicher und automobilspezifischer Einflussfaktoren ins Prognosemodell* erfolgt in der Absicht, ein aussagekräftiges und zugleich „schlankes“ – aus wenigen Einzelindikatoren bestehendes – Erklärungsmodell zu konzipieren. Deshalb wurden die Einzelindikatoren schrittweise ermittelt und nur signifikante Indikatoren (≤ 5 Prozentiges Niveau) mit zugleich dem höchsten Erklärungsbeitrag ($R^2 \rightarrow \text{Max.}$) zur abhängigen Variable, Automobilabsatz, berücksichtigt. Entspre-

chend dieser Vorgehensweise konnten neben den volkswirtschaftlichen Parametern (Bevölkerungszahl, Sparquote, allgemeines Zinsniveau, BIP-Entwicklung, Inflationsrate und Arbeitslosenzahl) zwei automobilspezifische Parameter (durchschnittliches Alter und durchschnittliche jährliche Fahrleistung der Automobile in Deutschland) ins Modell aufgenommen werden. Das Prognosemodell umfasst die folgenden – vereinfacht wiedergegebenen – Strukturbeziehungen: ein steigendes BIP, eine sinkende Sparquote und eine sinkende Arbeitslosigkeit beeinflussen das verfügbare Einkommen und damit indirekt den Automobilabsatz positiv, ein Anstieg der Zinsen und der Inflation den Automobilabsatz negativ. Eine Verringerung der Lebensdauer und der Fahrleistung führen indessen zu einem steigenden Automobilabsatz.

Um den Aussagegehalt des Modells zusätzlich zu erhöhen, wurde bei der Ableitung des zukünftigen Automobilabsatzes auf eine Punktprognose verzichtet und eine *Intervallprognose* favorisiert. Das Prognosemodell weist somit drei potenzielle Szenarien auf: (<<Best-Case>>, <<Worst-Case>>, <<Realistic-Case>>), die jeweils eine positive, eine negative und eine realistisch erscheinende Entwicklung der volkswirtschaftlichen und automobilspezifischen Faktoren zu der zu prognostizierenden Größe des Automobilabsatzes aufzeigen. Da die durch die drei Entwicklungspfade abgebildeten Einflussfaktoren separate Kreislaufgrößen darstellen, werden diese Pfade nicht aufeinander bezogen, sondern bilden vielmehr drei unabhängige Teilmodelle mit jeweils einzelnen, Prognosewerten ab. Zwischen den Prognosewerten der unabhängigen Teilmodelle konnte folglich ein Prognosekorridor aufgestellt werden, in dessen Grenzbereichen sich der tatsächliche Automobilabsatz bewegen dürfte. Abb. 1. fasst die konzeptionellen Eckpunkte des Prognosemodells zusammen.

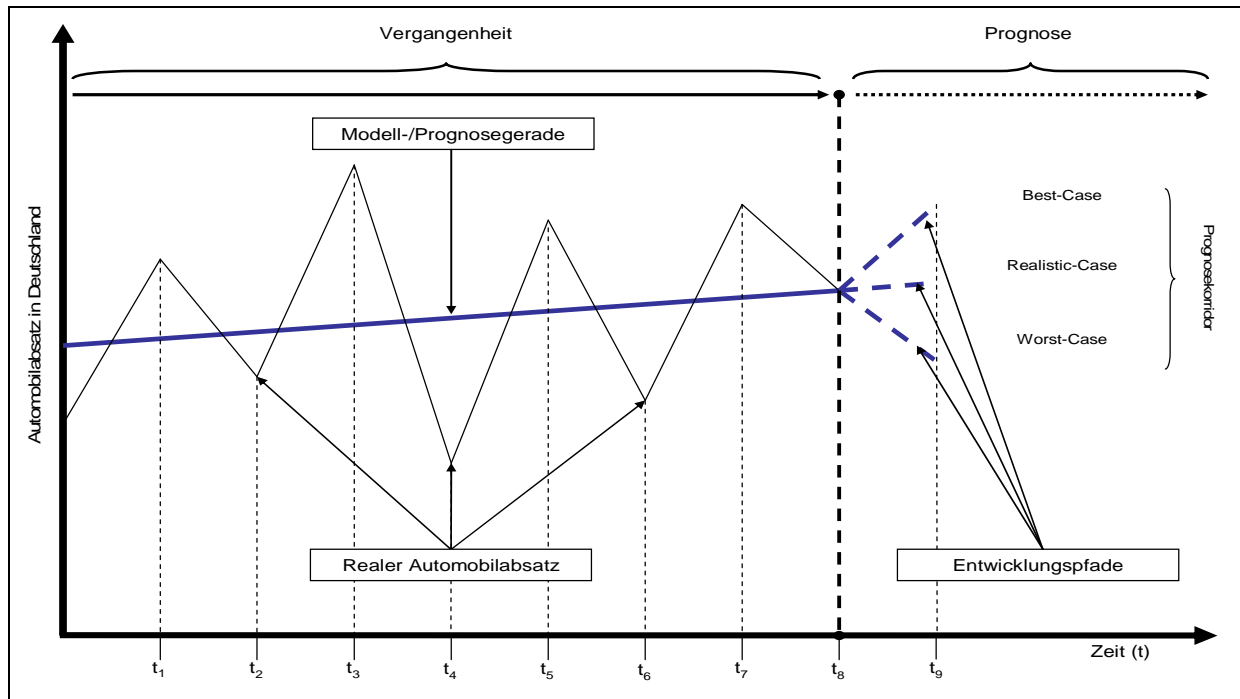


Abb. 1: Konzeptionelle Eckpunkte des Prognosemodells

4. Prognose: Automobilabsatz in Deutschland nach der Abwrackprämie

Entsprechend dem Prognosemodell wird der Automobilabsatz in Deutschland im wahrscheinlichen Entwicklungspfad (<<Realistic-Case [2010]>>) von ca. 3,8 Mill. Pkw im Jahr 2009 auf annähernd 2,7 Mio. Pkw im Jahr 2010 einbrechen. Dies entspricht einem Rückgang der Pkw-Neuzulassungszahlen um ca. 1,1 Mio. Fahrzeuge (–29 Prozent) im Vergleich zum Vorjahr 2009. Dagegen werden bei Eintritt des positiven oder negativen Entwicklungspfades 3 Mio. (<<Best-Case [2010]>>) bzw. 2,5 Mio. (<<Worst-Case [2010]>>) Pkw im Jahr 2010 verkauft werden. Dies entspricht einem prozentualen Rückgang des Automobilabsatzes in Deutschland zwischen mindestens 800.000 (–21 Prozent) und maximal 1,3 Mio. (–34 Prozent) Pkw.

Erst im Jahr 2011 kann ein langsamer Anstieg des Automobilabsatzes in Deutschland erwartet werden. Demnach wird sich im wahrscheinlichsten Entwicklungspfad (<<Realistic-Case [2011]>>) der Automobilabsatz um ca. 100.000 Fahrzeuge auf insgesamt 2,8 Mio. Pkw erhöhen und damit immer noch deutlich unter dem Wert von 2009 bleiben. Im Vergleich zum Jahr 2010 entspräche dies einer Zunahme um ca. 4 Prozent. Im bes-

ten Fall (<<Best-Case [2011]>>) kann dagegen mit einem Anstieg des Automobilabsatzes im Jahr 2011 bis zu einer maximalen Höhe von 3,1 Mio. Fahrzeugen gerechnet werden. Bei Eintritt des negativen Entwicklungspfades (<<Worst-Case [2011]>>) werden in- dessen nur 2,6 Mio. neue Fahrzeuge in Deutschland verkauft werden. Folglich werden die durchschnittlich 3,3 Mio. Fahrzeuge in den Jahren vor der Krise weder 2010 noch 2011 erreicht. Abb. 2 fasst die Prognoseergebnisse noch einmal für den realistischen Entwicklungspfad (<<Realistic-Case [2010/2011]>>) grafisch zusammen.

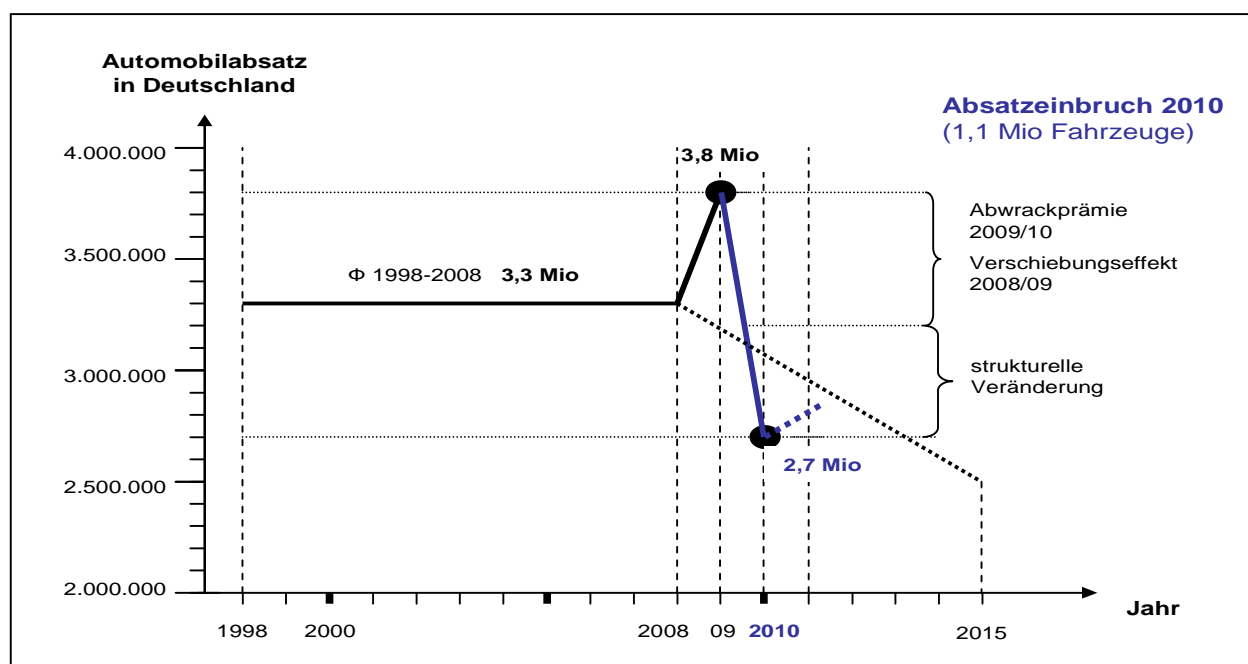


Abb. 2: Prognose: Automobilabsatz in Deutschland 2010

Bei allen drei projizierten Entwicklungspfaden verursachen insbesondere das Auslaufen der Abwrackprämie und die damit zusammenhängenden *Vorzieh- und Verschiebungseffekte* den deutlichen Absatzeinbruch (vgl. Fojcik/Koch/Proff). So kann davon ausgegangen werden, dass viele Automobilkäufer den für 2010 geplanten Fahrzeugkauf aufgrund der staatlichen Prämie von 2.500 EUR bereits im Jahr 2009 vorgenommen haben. Allein für das Jahr 2010 entfallen dadurch schätzungsweise annähernd 250.000 Fahrzeuge, die ohne die staatliche Subvention erst in diesem Jahr verkauft worden wären. Wirtschaftspolitische Impulse wie die Neuregelung der Kfz-Steuer und monetäre

Anreize für umweltfreundlichere Pkw werden diesen Absatzrückgang nicht kompensieren. Zwar wird sich durch den langsam eintretenden konjunkturellen Aufschwung im Jahr 2010 (BIP-Wachstum [2010]: <<Realistic-Case>> → 0,8 Prozent) das Konsumklima in Deutschland nachhaltig verbessern. Dennoch wirken der Anstieg der Arbeitslosigkeit (Arbeitslosenzahlen [2010]: <<Realistic-Case>> → 4,25 Mio.) und eine leicht steigende Inflationsrate (Inflation [2010]: <<Realistic-Case>> → 1,5 Prozent) dieser positiven konjunkturellen Entwicklung entgegen. Aufgrund der auf hohem Niveau stagnierenden Sparquote von schätzungsweise 12 Prozent, der absoluten Bevölkerungsabnahme und der voraussichtlichen Zunahme des Zinsniveaus sind im Jahr 2010 keine wirksamen Impulse auf den Pkw-Markt zu erwarten. In der Summe der konjunkturellen und strukturellen Veränderungen wird es 2010 folglich zu einem spürbaren Einbruch der Pkw-Zahlen kommen. Die geringe Erhöhung des Pkw-Absatzes im Jahr 2011 wird insbesondere der konjunkturellen Erholung und der dadurch sinkenden Arbeitslosigkeit in Deutschland zu verdanken sein. Ein deutliches Wachstum des Pkw-Absatzes ist auch im Jahr 2011 und in den darauf folgenden Jahren nicht zu erwarten. Ein Anstieg von Inflation und Zinsniveau, eine rückläufige Bevölkerungsentwicklung und eine durch Steuererhöhung bedingte *Konsumzurückhaltung* verhindern eine spürbare Verbesserung des Automobilabsatzes. Die anhaltende Fragilität dieser Einflussfaktoren in den nächsten Jahren dürfte eine stabile Entwicklung des deutschen Automobilmarktes erschweren und den erhofften Aufschwung begrenzen.

5. Zusammenfassung und Ausblick

Die Ergebnisse der Prognose zeigen, dass die Abwrackprämie zwar die Absatzkrise auf dem deutschen Automobilmarkt im Jahr 2009 – zumindest quantitativ – temporär abmildern konnte, die Krise dadurch aber nicht entschärft, sondern in die Folgejahre verlagert wurde. So wird sich der Automobilabsatz in Deutschland 2010 voraussichtlich in einem Prognosekorridor zwischen 2,5 Mio. und 3 Mio. Pkw bewegen und damit im Vergleich zu 2009 dramatisch um bis zu 35 Prozent einbrechen. Die Aussichten für die nachfolgenden Jahre lassen keine nachhaltige Besserung der Absatzzahlen erwarten. Zwar wird mit der konjunkturellen Erholung 2010 der Automobilabsatz leicht zulegen, mittelfristig werden aber vergangene Höchststände kaum wieder erreicht, da struktu-

relle Parameter wie z.B. die rückläufige Bevölkerungsentwicklung, die hohe Fahrzeugdichte, das hohe Staatsdefizit und immer wahrscheinlicher werdende Steuererhöhungen einer Zunahme der Automobilnachfrage in Deutschland kräftig entgegenwirken und sie sehr unwahrscheinlich machen. Das bedeutet für die Automobilindustrie eine kritische Konstellation aus sinkenden Absatzzahlen und einem zunehmenden Wettbewerb auf allen Märkten.

Trotz dieser düsteren Aussichten für den deutschen Automobilmarkt stellt die hier skizzierte Absatzprognose eine fundierte Grundlage dar, um potenzielle, zukünftige Entwicklungen des deutschen Automobilmarktes erkennen, diskutieren und bei den Entscheidungen berücksichtigen zu können. Wenngleich keineswegs erwartet werden kann, dass die Prognose die zukünftige Entwicklung des Automobilabsatzes punktgenau abbildet, erlaubt sie jedoch *einen rationalen Umgang mit der krisenbedingten und anhaltenden Unsicherheit*. Gleichzeitig offenbart sie den aktuellen Handlungsbedarf von Automobilunternehmen, mittel- bis langfristig aktiv – im Sinne zielführender operativer und strategischer Programme – der strukturell bedingten Absatzabnahme entgegenzuwirken.

Literatur

- Brendel, M./Zerres, M.*, Umsatzprognose. Methodenkritische Analyse aktueller quantitativer und qualitativer Prognosetechniken zur Vorhersage der Umsatzentwicklung am Beispiel des Unternehmens AOL Deutschland unter besonderer Berücksichtigung eines innovativen Instruments zur Bestimmung von Mitgliederzahlen, Sozioökonomischer Text Nr. 119, Hamburger Universität für Wirtschaft und Politik, Hamburg 2005.
- Center für Automobil-Management (CAMA) (Hrsg.)*, Outlook auf den deutschen Automobilmarkt im Jahr 2010 – Dramatischer Einbruch der Absatzzahlen in Deutschland, CAMA-Outlook 2010 unter: http://www.cama-automotive.de/templates/outlook/CAMA-Outlook%20auf%202010_2.pdf (Stand: 11. Januar 2010).
- Dönitz, E. J.*, Effizientere Szenariotechnik durch teilautomatische Generierung von Konsistenzmatrizen. Empirie, Konzeption, Fuzzy- und Neuro-Fuzzy-Ansätze, 1. Aufl., Wiesbaden 2009.
- Fojcik, T. M./Koch, G./Proff, H.*, Förderung des Automobilabsatzes in Deutschland...auf Kosten des Steuerzahlers., in: Zeitschrift für die gesamte Wertschöpfungskette Automobilwirtschaft (ZfAW), Ausgabe 4/2009, S. 18-25.
- Hofer, M. B.*, Marktsimulation und Absatzprognose in der Automobilindustrie, 1. Aufl., Wiesbaden 2003.
- Hungenberg, H.*, Strategisches Management in Unternehmen.: Ziele, Prozesse, Verfahren., 3. Aufl., Wiesbaden 2004.
- Kraftfahrt-Bundesamt (Hrsg.)*, Pressemitteilung Nr. 01/2010 - Fahrzeugzulassungen im Dezember 2009, unter: http://www.kba.de/cln_016/nn_330190/DE/Presse/PressemitteilugenStatistiken/20012_009/2n009/Fahrzeugzulassungen/n__12__09__pm__text.html (Stand: 10. Januar 2010).
- Mertens, P./Rässler, S.*, Prognoserechnung - Einführung und Überblick, in: *P. Mertens, S. Rässler* (Hrsg.), Prognoserechnung, 6., völlig neu bearbeitete und erweiterte Aufl., Heidelberg 2005, S. 1-6.
- Proff, H.*, Dynamische Strategie, Vorsprung im internationalen Wettbewerbsprozess, 1. Aufl., Wiesbaden 2008.
- Urban, D./Mayerl, J.*, Regressionsanalyse: Theorie, Technik und Anwendung., 3. überarbeitete und erweiterte Aufl., Wiesbaden 2008.

Autor

Dipl. Betriebswirt (Univ.) Thomas Martin Fojcik, M.A.,



Studium der BWL in Hamburg mit den Schwerpunkten Finanz- und Rechnungswesen sowie Marketing und anschließendes Masterstudium „Corporate Management & Economics“ (CME) an der Zeppelin University in Friedrichshafen. Von 2007 bis 2008 Mitarbeiter am Zeppelin-Lehrstuhl für Internationales Management an der Zeppelin University. Seit 2008 Mitarbeiter am „Center für Automobil-Management“ (CAMA). Seit 2010 wissenschaftlicher Mitarbeiter am Lehrstuhl für Allgemeine BWL & Internationales Automobilmanagement an der Universität Duisburg-Essen.