

Tyler Durden und Vince Lewis

In den letzten Jahren gehörte die Zunahme der Werbetricks, mit denen die fehlende Nachfrage und der Mangel an kaufwilligen Endverbrauchern verschleiert werden sollten, zu einem der Themen, auf die wir ausführlich auf diesen Seiten eingegangen sind. Diese Verschleierung wurde im großen Stil von den amerikanischen Automobilherstellern genutzt und war allgemein unter der Bezeichnung » [Channel Stuffing](#) « bekannt (darunter versteht man die Geschäftspraxis, die eigenen Verkaufszahlen zu schönen, indem man den Händlern mehr liefert, als sie verkaufen können). Vor allem General Motors

bediente sich dieses Tricks, und der Lagerbestand in den Autohäusern erreichte vor Kurzem [ein neues Rekordhoch](#)

. Aber wenn es zu stagnierenden oder sogar abnehmenden Verkaufszahlen und einer stagnierenden Endverbrauchernachfrage kommt, ist Channel Stuffing nicht die einzige Verschleierungsmaßnahme.

Quelle:

<http://info.kopp-verlag.de/hintergruende/enthuellungen/tyler-durden-und-vince-lewis/-channel-stuffing-wo-die-nicht-verkauften-kraftfahrzeuge-weltweit-vor-sich-hin-rothen.html>