



Statement Michael Ziegler, Präsident

Es gilt das gesprochene Wort

Meine sehr geehrten Damen und Herren,

der Transformationsprozess hin zur Elektromobilität ist in vollem Gange und stellt alle Beteiligten vor enorme Aufgaben.

Aktuell sehen wir in Teilen der politischen Debatte etwa zur Zukunft des Verbrennungsmotors oder beim Thema alternative Kraftstoffe einen gefährlichen Tunnelblick. Die notwendige Technologieoffenheit bleibt auf der Strecke. Aber nur, wenn wir den Wandel mit Augenmaß gestalten, können wir Wohlstand und Beschäftigung in unserem Land sichern.

Ich möchte Ihnen in sieben Thesen vorstellen, wie Politik und Wirtschaft an einem Strang ziehen können. Gemeinsam müssen wir dafür sorgen, dass Mobilität für alle Bürger bezahlbar bleibt und der Automobilssektor eine Zukunft hat.

Lassen Sie mich aufzeigen, wo die Gefahrenpunkte liegen und wie wir diesen begegnen können.

These 1: Wir müssen die Klimafrage von der alleinigen Fokussierung auf E-Auto-Zulassungen lösen.

Ich bitte, diesen Satz nicht misszuverstehen. Das ist keine Absage an den Klimaschutz im Verkehr. Und keine Absage an das E-Auto. Im Gegenteil, als Kraftfahrzeuggewerbe unterstützen wir jeden Tag in unseren Autohäusern und Werkstätten den Klimaschutz. Wir beraten unsere Kunden und investieren dabei viel Zeit in alle Themen rund ums E-Auto. Eine Beratung in diesem Bereich ist wesentlich zeitaufwändiger als bei Verbrennern. Das ist ein Investment in den Klimaschutz, das unsere Betriebe nicht scheuen. E-Autos haben sich inzwischen zu einem wichtigen Teil des Neuwagenmarktes entwickelt. Und wir sorgen zudem durch Wartung und Reparatur für Langlebigkeit und bestmögliche Abgas- und Schadstoffwerte bei den Verbrennern im Bestand.

Im Gegensatz zu Teilen der Politik kennen wir jedoch die Markttrends und die Bedürfnisse unserer Kunden genau und stellen immer wieder fest, dass politische Entscheidungsträger oft nur eine sehr begrenzte Einsicht darüber haben, was die Menschen wirklich benötigen. Klimaschutzpolitik und Technologievorgaben können nicht gegen den Willen der Verbraucher realisiert werden, sondern nur mit deren Unterstützung.

Zudem müssen wir, und damit meine ich auch die Politik, die realen Gegebenheiten klar aussprechen und die richtigen Konsequenzen daraus ableiten. Zum Beispiel diese: Wir werden im Jahr 2030 nicht annähernd 15 Millionen Elektroautos auf deutschen Straßen haben und in den nächsten zwei Jahrzehnten werden auf dieser Welt deutlich mehr Verbrenner als Elektrofahrzeuge unterwegs sein. Ich will an dieser Stelle gar nicht bewerten, ob das gut oder schlecht bzw. wünschenswert oder nicht ist.

Aber wir müssen diese Fakten zur Kenntnis nehmen und die notwendigen Schlussfolgerungen daraus ziehen, und das heißt in diesem Fall: Wirklicher Klimaschutz bedeutet Reduzierung der Verbrenner-Emissionen bei gleichzeitigem Ausbau der Elektromobilität. Der Verbrenner darf nicht zum Sündenbock gestempelt werden, weil er – ob man das möchte oder nicht – schlicht und einfach auch in Zukunft in weiten Teilen der Welt da sein wird. Er muss deshalb beim Klimaschutz Teil der Lösung sein. Ein europäisches Verbrennerverbot im Jahr 2035 ist nicht sinnvoll und muss schnellstens modifiziert werden.

These 2: Klimafreundliche individuelle Mobilität geht nur mit Technologieoffenheit.

Die Debatte um die Zukunft der Mobilität darf sich nicht auf eine Technologie verengen. Länder, die auf ein breites Spektrum von Antriebsarten setzen, wie China und die Golfstaaten, demonstrieren Weitsicht, indem sie nicht alle Eier in einen Korb legen. Sie fördern Elektromobilität ebenso wie Biosprit und synthetische Kraftstoffe. Hierzulande unterliegen Teile von Politik, Gesellschaft und Wirtschaft dem Trugschluss zu glauben, dass der Verbrennungsmotor ausgedient hat, während andere Nationen in die daraus entstehende Lücke stoßen und darüber hinaus die Palette der Möglichkeiten erweitern. Sich einseitig auf Elektromobilität zu beschränken, wird uns im globalen Rennen um Nachhaltigkeit und Innovation ins Hintertreffen geraten lassen.

Welche Technologien die Mobilität der Zukunft dominieren werden, ist offen. Elektromobilität ist zweifellos ein wesentlicher Baustein und derzeit am weitesten entwickelt, aber auf lange Sicht ganz sicher nicht der einzige Weg zum

Ziel. Fortschritte in alternativen Technologien, wie verbesserte Solarzellen oder die lokale Wasserstoffproduktion, eröffnen neue Möglichkeiten, die weit über die aktuellen Grenzen hinausgehen. Es ist wichtig, offen für das gesamte Spektrum an Innovationen zu bleiben und nicht voreilig bestimmte Pfade auszuschließen.

Was die Sicht der Verbraucher angeht, können wir zur Beantwortung dieser Fragen einen Blick in den neu erschienenen DAT-Report werfen. Die Studie der Deutschen Automobil Treuhand fragt repräsentativ Tausende Autofahrer ab: zu ihrem Kaufverhalten, ihren Präferenzen und ihrer Meinung zu Trends der Branche. Der Report zeigt, dass 63 Prozent der Autofahrer dem gewollten einseitigen Wandel zur Elektromobilität skeptisch gegenüberstehen und ganz klar Technologieoffenheit einfordern. Nur 19 Prozent der Pkw-Halter halten die Politik der alleinigen Fokussierung auf E-Mobilität für richtig.

Die entscheidende Frage ist, ob politische Entscheidungsträger auf die Stimmen ihrer Wähler hören und lediglich Ziele festlegen, oder ob sie versuchen, einen konkreten Technologiepfad vorzuschreiben. Aus unserer Sicht sollte der Markt über die beste Lösung zur Erreichung der Klimaziele entscheiden, nicht der Staat. Denn technologische Entwicklungen setzen sich nur durch, wenn sie auch wirtschaftlich tragbar sind. Subventionen und Fördermaßnahmen können bestenfalls in der Startphase hilfreich sein.

Die Zukunft unserer Automobilindustrie – und damit ein wesentlicher Teil unserer Wirtschaft – steht auf dem Spiel. Es gilt, einen Kurs zu wählen, der Offenheit und Vielfalt in der Entwicklung priorisiert. Es gilt, Zukunft zu gestalten, statt Wege zu versperren.

Dabei hat die gewählte Strategie auch direkte Auswirkungen auf den Automobilhandel. Denn die Fähigkeit, eine breite Palette von Fahrzeugtechnologien anbieten zu können, wird entscheidend sein, um den Bedürfnissen der Konsumenten gerecht zu werden und wettbewerbsfähig zu bleiben. Starke deutsche und europäische Hersteller sind dabei unerlässlich für die volkswirtschaftliche Stabilität und den Wohlstand in unserem Land. Eine Politik, die Innovation und Technologievielfalt im Mobilitätssektor fördert, ist deshalb im Interesse aller.

These 3: Nur wenn der Fahrzeugbestand möglichst klimaneutral wird, lassen sich Klimaschutzziele erreichen.

Im vergangenen Jahr haben die CO₂-Emissionen pro Kilometer bei Pkw zugenommen. Dies unterstreicht die dringende Notwendigkeit, nicht nur bei Neufahrzeugen, sondern auch bei Bestandsfahrzeugen die Emissionen zu reduzieren. Das geht nur mit alternativen Kraftstoffen für Verbrenner, denn diese werden den Bestand noch auf lange Sicht dominieren. Wir sind uns bewusst, dass E-Fuels dabei keine unmittelbare Lösung darstellen. Dennoch könnten sie, bei entsprechendem Aufbau der notwendigen Infrastruktur innerhalb der nächsten zehn Jahre, einen bedeutenden Beitrag leisten.

Neben E-Fuels existieren aber noch schneller verfügbare Alternativen. Ein Beispiel hierfür ist HVO-Treibstoff, gewonnen aus wiederverwerteten Pflanzenölen – also quasi Diesel aus altem Frittierfett. Dieser Kraftstoff steht schon heute in größerer Menge zur Verfügung. Schätzungen zufolge bieten bereits 20.000 Tankstellen weltweit HVO an.

Eine steuerbefreite, großflächige Einführung in Deutschland würde sofort Umweltentlastungen erzielen, indem sie Bestandsfahrzeuge einbezieht. Übrigens würde sich damit auch die Diskussion um Biodiesel erübrigen.

In Baden-Württemberg gilt es, 20 Millionen Tonnen CO₂ aus dem Verkehrssektor zu reduzieren. Eine Beimischung von 10 Prozent alternativer Kraftstoffe könnte diese Emissionen sofort um zwei Millionen Tonnen senken; höhere Beimischungsquoten würden sogar eine noch stärkere CO₂-Reduktion bewirken. Das von der EU angedachte Verbot solcher Kraftstoffe erscheint vor diesem Hintergrund ideologisch motiviert und lässt das enorme Potenzial zur CO₂-Reduktion außer Acht. Dieses Potenzial zu ignorieren, ist fahrlässig, wenn wir tatsächlich unserer Verpflichtung gegenüber kommenden Generationen nachkommen wollen, den Klimawandel zu begrenzen.

Norwegen zeigt, wie es geht: E-Mobilität und alternative Kraftstoffe gehen dort Hand in Hand. In Norwegen wird dem Diesel bereits bis zu 40 Prozent HVO beigemischt. Dieses Beispiel verdeutlicht, dass nur ein offensiver und technologieoffener Ansatz in der Lage ist, echte Lösungen zu schaffen, anstatt Fortschritt zu verhindern.

These 4: Nur wenn individuelle Mobilität mit dem Auto bezahlbar bleibt, herrscht sozialer Friede.

Umfragen zeigen, dass in Baden-Württemberg 55 Prozent der Befragten maximal 30.000 Euro für ein neues Auto ausgeben wollen, das ist also eine wichtige Obergrenze im Volumenmarkt. Fast die Hälfte der Steuerzahler verfügt über ein Jahreseinkommen von weniger als 30.000 Euro. Da wird ein Autokauf schnell zur finanziellen Herausforderung. Über ein Viertel der Pkw sind zwischen fünf und

neun Jahre alt, was zeigt, dass die Menschen ihre Autos länger fahren, weil Neuanschaffungen für sie oft unerschwinglich sind.

Noch deutlicher wird das Problem, wenn man in den eingangs erwähnten DAT-Report blickt. Fast 46 Prozent der Teilnehmer dieser aufwändig gemachten repräsentativen Befragung hat die Angst geäußert, sich bald kein Auto mehr leisten zu können. Gleichzeitig geben die Befragten an, sich eine Alltagsmobilität ohne Auto nicht vorstellen zu können. Was das über deren Gefühl von sozialer Teilhabe ausdrückt, kann man sich denken. Und das betrifft wie gesagt fast die Hälfte aller Befragten in einer repräsentativen Studie.

Dass in der Mobilitätsfrage sozialer Sprengstoff steckt, wissen wir. Das haben wir bei der kriegsverursachten Steigerung der Treibstoffpreise gemerkt. Das sehen wir an der Debatte über die CO₂-Abgabe.

Das merken wir bei der typisch baden-württembergischen Debatte über eine lokale Lkw-Maut und über einen Mobilitätspass, den der baden-württembergische Verkehrsminister über die Kommunen in den Verkehr bringen will. Autofahrer sollen Busse und Bahnen finanzieren. Und das Land, dessen Aufgabe das eigentlich ist, macht sich einen schlanken Fuß.

Klare Aussage dazu: Als Kraftfahrzeuggewerbe lehnen wir jede Sondersteuer auf das Auto und jede Verteuerung der individuellen Mobilität ab. Egal, ob es elektrisch oder traditionell angetrieben wird. Aber genau eine solche Sondersteuer wäre der Mobilitätspass, auch wenn er aus rechtlichen Gründen „Abgabe“ genannt wird.

Unsere Forderung: Die Politik muss die Gefährdung der individuellen Mobilität in den Städten stoppen. Mobilität und Versorgungssicherheit sind ohne Auto nicht

gewährleistet, und Versuche, das Auto zurückzudrängen, stehen im Widerspruch zur Landesplanung, die die Versorgung auch über das Auto vorsieht.

These 5: Handel und Werkstätten stehen unter Druck. Staatliche Förderung ist für deren Zukunftsfähigkeit nötig.

Dass wir in Bezug auf den Handel der Zukunft an einem Scheideweg stehen, ist kein Geheimnis. Hier Agentursystem, da freier Handel auf eigenes Risiko, dazu eine Prise Onlinehandel, so lassen sich die Eckpunkte beschreiben. Setzt sich die bisherige Entwicklung fort, werden die Handels- und die Gewerbebetriebe in den nächsten Jahren wirtschaftlich unter enormen Druck geraten und die Konzentration hin zu größeren Autohausgruppen wird sich fortsetzen.

Der Gebrauchtwagenmarkt als bisher stabile Stütze des Handels kann schnell ins Wanken geraten: Weniger Handelsvolumen und niedrigere Margen – das sind die größten Probleme. Ganz allgemein werden sowohl Neu- als auch Gebrauchtwagenmarkt kleiner – und die Kaufkraft der Verbraucher auch.

E-Autos, die sich schwer absetzen lassen, weil sie für viele Verbraucher zu teuer sind, weniger Marktvolumen insgesamt durch mangelnden Verbrennernachschub, eine falsche Preispolitik der OEMs und das Abschöpfen der Margen in Richtung Hersteller sind die Gefahrenpunkte. Wir sehen schon die ersten Anzeichen: Die Preise beginnen zu bröckeln, die Margen beginnen zu bröckeln. Durch die Elektromobilität kommt zudem Schritt für Schritt weniger Arbeit in den Werkstätten an.

Die Herausforderungen durch Digitalisierung und Transformation sind enorm und betreffen dabei sowohl Handelsbetriebe als auch Werkstätten, große wie

kleine Betriebe. Um sich dem erfolgreich zu stellen, benötigen sie fachkundige Beratung und zusätzliches Know-How, zum Beispiel in den Bereichen IT und Marketing.

Dass das Land Baden-Württemberg unsere Betriebe genau in diesem essentiell wichtigen Bereich gezielt fördert und mit uns im Dialog steht, bewerten wir äußerst positiv. Das gilt für spezielle Fördergutscheine für die Transformation, das gilt auch für den Strategiedialog Automobilwirtschaft, den die Landesregierung mit uns führt.

Dabei herrscht Einigkeit in folgenden Punkten:

- Die Neuausrichtung der Betriebe ist eine zentrale Herausforderung und erfordert erhebliche finanzielle Mittel.
- Ohne gezielte Unterstützung können Werkstätten und Händler bei der digitalen Transformation schwer mithalten.
- Die Digitalisierung betrifft alle Abläufe in den Betrieben, einschließlich des Vertriebs über digitale Plattformen.
- Investitionen in IT und Fortbildung sind so kostspielig, dass viele Kfz-Betriebe diese alleine nicht stemmen können.
- Förderprogramme sollten sich deswegen nicht nur auf Hersteller konzentrieren, sondern auch Handels- und Werkstattunternehmen in ihrer Transformationsfähigkeit unterstützen.

These 6: Beim Umgang mit fahrzeuggenerierten Daten droht eine Monopolstellung der Hersteller.

Die Kfz-Betriebe sorgen sich nach wie vor über den Zugang zu Fahrzeugdaten. Schon bei der Einführung von Agentursystemen gehen große Teile der Kundendaten vom Vertragshändler an den Hersteller über. Bereits das ist kritisch zu sehen.

Noch kritischer wird es aber mit Blick auf das zunehmend wichtige Thema der fahrzeuggenerierten Daten. Immer noch fehlt eine sektorspezifische Regelung für den Zugriff auf diese fahrzeuggenerierten Daten auf EU-Ebene, wodurch eine Monopolisierung zugunsten der Hersteller droht, die das Geschäftsmodell insbesondere unserer Freien Werkstätten zerstören kann. Schon heute sehen wir problematische Entwicklungen wie die Erschwerung von Wartungsarbeiten oder einen faktischen Eingriff in die Ersatzteilversorgung.

Bei den fahrzeuggenerierten Daten geht es jedoch um ein anderes Thema: Ein Auto erzeugt heute pro Stunde 25 Gigabyte an Daten, beispielsweise über Sensoren, die bislang allein der Hersteller exklusiv auslesen und verwerten kann. Der Wettbewerb am Markt kann dadurch in Zukunft komplett ausgeschaltet werden.

Ohne Zugriffs- und Auswertemöglichkeit dieser Daten, ohne die Pflege digitaler Kundenbeziehungen und ohne die darauf aufbauenden Geschäftsmodelle fehlt den freien Kfz-Betrieben auf lange Sicht die Geschäftsgrundlage. Und auch die Markenautohäuser würden noch abhängiger vom Hersteller. Ein großes Betriebesterben, weniger Auswahl und höhere Preise für Verbraucher wären die Folge.

Wir sehen, auch der Servicebereich ist im Umbruch. Umso wichtiger ist es, stabile Verhältnisse zu schaffen.

Dazu gehört neben der Datenfrage auch die Lösung des Fachkräftemangels. Hier sehe ich aber in erster Linie unsere Kfz-Betriebe in der Pflicht, die sich im Wettbewerb um die Arbeitskräfte mit Angeboten und Konzepten durchsetzen müssen.

Das geht aber nur auf einer auskömmlichen wirtschaftlichen Basis.

Deswegen fordern wir im Vertriebsbereich von den Herstellern günstigere Autos zu marktgerechten Preisen. Zudem müssen die Hersteller dafür sorgen, dass durch die richtige Produkt- und Preispolitik der Gebrauchtwagenmarkt für Elektromobilität stabil bleibt, beziehungsweise, dass dieser überhaupt erst entstehen kann.

Vor allem aber, und das bringt mich zu meiner 7. These:

7. These: Die Hersteller müssen Leistungen des Handels endlich fair honorieren.

Um vermeintliche Wettbewerbsnachteile gegenüber Tesla und chinesischen Herstellern zu begegnen, greifen nahezu alle Hersteller den Händlern in die Taschen. Ob mit oder ohne Agentursystem verlagern die Hersteller Margen vom Handel zurück in die eigenen Reihen, ohne adäquate Entlohnung für verbleibende Leistungen und Kosten.

Es ist höchste Zeit, Aufwand und Nutzen von Vertriebsfunktionen der Händler objektiv gegenüberzustellen und den Handel für seine Dienste fair zu entlohnen! Bei objektiver Betrachtung müssten die Hersteller zu der Erkenntnis gelangen, dass sie für die erforderliche Flexibilität und das kleingliedrige

Dienstleistungsgeschäft im Handel nicht aufgestellt sind. Letztendlich ist die Übernahme von Retail-Funktionen für sie auch deutlich teurer.

Deshalb kann man den Herstellern nur raten: „Schuster bleib bei deinen Leisten“. Der Handel beherrscht und lebt die Schnittstelle zum Kunden besser und günstiger. Auch die vermeintliche Kaufpreisoptimierung ist keine Stärke der Hersteller. Händler können Preise und Raten argumentieren und nicht nur ins Netz stellen.

Deshalb gilt: Eine faire Partnerschaft zwischen Hersteller und Handel ist ein erfolgreiches Modell, auch für die Zukunft.

Wo wir gerade beim Thema Hersteller sind: Die mutige Entscheidung von Mercedes, seine Niederlassungen in die Unabhängigkeit zu entlassen, ist bemerkenswert und hat in der Branche Wellen geschlagen. Es ist nicht alltäglich, dass ein Hersteller offen zugibt, dass unabhängige Händler in der Lage sind, den Autohandel effektiver und kundennäher zu gestalten. Diese Einsicht von Mercedes ist ein starkes Signal an das Kfz-Gewerbe und unterstreicht das eben Gesagte: Der Handel weiß am besten, wie man Flexibilität und Schnelligkeit in den Dienst der Kunden stellt.

Die Anerkennung, dass unabhängige Händler durch schlankere Strukturen und direktere Entscheidungswege effizienter agieren können, ist ein kräftiges Plädoyer für die Stärken des traditionellen Autohandels. Es zeigt, dass die Zukunft des Autoverkaufs nicht zwangsläufig in der Hand der Hersteller liegt, sondern in einer partnerschaftlichen Zusammenarbeit, in der jeder die Rolle

spielt, die er am besten kann. Auf dieser Grundlage könnte die Zukunft für Autohändler nicht nur erfolgversprechend, sondern auch profitabel sein.

Mit diesem Wunsch und der Überzeugung, dass wir gemeinsam mehr erreichen können, bin ich am Ende meines Statements angelangt.

Frau Leicht, unser Hauptgeschäftsführer Carsten Beuß und ich freuen uns nun darauf, Ihre Fragen zu beantworten.