

Sehr geehrte Damen und Herren,

Herr Karpinski hat die ersten Ergebnisse unserer Blitzumfrage ja bereits angesprochen. Ich möchte noch etwas tiefer einsteigen und Ihnen weitere Ergebnisse sowie Schlussfolgerungen und Forderungen an die Politik vorstellen.

Die Blitzumfrage haben wir vom 10. bis 22. Februar 2023 im markengebundenen Automobilhandel durchgeführt. Beteiligt haben sich 790 Betriebe, das sind 5,5 % der markengebundenen Betriebe in Deutschland - ein repräsentativer Schnitt durch die Händlerschaft in Deutschland.

Mit der ersten Frage wollten wir wissen, welche Hemmnisse es aus Sicht der Betriebe gibt, die von der Bundesregierung postulierte Zahl von 15 Mio. vollelektrischen Pkw bis zum Jahr 2030 zu erreichen. Wie Sie sehen, gab es 10 vorgegebene Antwort-Möglichkeiten, von denen jeweils 3 ausgewählt werden konnten. Was wir sehen, ist ein klares Bild: Die Beratung zu Elektrofahrzeugen ist deutlich aufwändiger. Die Kunden haben viele Fragen.

An erster Stelle mit 23 % wurde der hohe Anschaffungspreis genannt, gefolgt von „Unsicherheiten bzgl. der Ladeinfrastruktur“ (18 %) und der begrenzten Reichweite der Fahrzeuge (16 %). Noch zweistellig mit 10 % werden die hohen Strompreise genannt, gefolgt vom Aspekt „allgemeine Skepsis gegenüber der E-Mobilität“ (8 %). Alle anderen Aspekte – Ladedauer, Restwertisiko, Totalverlustisiko bei Batterieschaden, unübersichtliche Ladetarife, kompliziertes Bezahlen an der Ladesäule – bewegen sich im Bereich zwischen 4 und 6 %.

**Aus den Antworten lassen sich zwei Forderungen ableiten:**

- Handel und Verbraucher warten auf bezahlbare E-Fahrzeuge. Und auf verlässliche, planbare Förderbedingungen.

- Der Ausbau der Ladeinfrastruktur muss dynamisch vorangetrieben werden, möglichst verbunden mit vereinfachtem Handling und übersichtlichen Tarifen. Dadurch ließen sich die Kritikpunkte 2 und 3 schnell aus dem Weg räumen.

**Die Politik sollte hier an verschiedenen Schrauben drehen, um die Anreize bei den Menschen für den Umstieg hin zur E-Mobilität zu verstärken, zum Beispiel**

- durch die Förderung des Ausbaus der Ladeinfrastruktur im privaten und öffentlichen Bereich (Wiederaufleben lassen der KfW-Programme „Zuschuss für den Kauf und Anschluss von Ladestationen Wohngebäude“ und „Zuschuss für Ladestationen in Unternehmen/Arbeitgeber“)
- durch Verzicht auf die Anwendung des Subsidiaritätsprinzips bei der Förderung von Ladesäulen auf dem Grundstück von Autohäusern, das heißt: vertragliche Verpflichtungen des Händlers gegenüber dem Automobilhersteller bleiben für die Förderfähigkeit außen vor.
- Förderung von Photovoltaik, Speicher und Wallbox gemäß Ziffer 15 des Masterplans Ladeinfrastruktur II. Da die Autohäuser bereits heute über Wallboxen verfügen, um z.B. den Kunden das Laden am Fahrzeug vorzuführen, wollen die Unternehmer zunehmend auch die Installation dieses Gesamtpakets im Sinne der Nachhaltigkeit realisieren.
- Steigerung der Attraktivität der Nutzung eigenen PV-Stroms für eigene und fremde Fahrzeuge gemäß Ziffer 56 des Masterplans Ladeinfrastruktur II.

Erläuterung: Das Wirtschaftsministerium prüft bis zum 2. Quartal 2023 in Abstimmung mit den Ministerien für Verkehr und Finanzen, wie Privatpersonen und Unternehmen

unbürokratisch die entgeltliche oder kostenfreie Nutzung ihrer Ladepunkte durch Dritte ermöglichen können, ohne den Anforderungen an einen Energielieferanten zu unterfallen.

Wir unterstützen diesen Punkt ausdrücklich, da es hier um Abbau von Bürokratie geht, wenn Kfz-Betriebe selbst Strom an Dritte abgeben wollen, egal ob entgeltlich oder kostenfrei. So können die Betriebe zudem ihr eigenes „Öko-System“ aufbauen, Stichwort: Nachhaltigkeit.

- Reduzierung der Unsicherheiten bezüglich der Stromversorgung, wie sie z.B. im Plan der Bundesnetzagentur zum Ausdruck kommen, die Ladeleistung an privaten Ladepunkten von 11 auf 3,7 Kilowatt herunterzuregeln, wenn die Stromnetze überlastet sind. Diese Senkung kann bis zu sechs Stunden pro 24 Stunden andauern, und das an mehreren Tagen hintereinander.

**Die beiden nächsten Charts machen deutlich, welche bedeutende Rolle die Autohäuser bei der Umsetzung des Hochlaufs der E-Mobilität spielen.**

Denn der Beratungsaufwand liegt sowohl im Verkaufsgespräch als auch nach dem Verkauf des E-Fahrzeugs höher als bei Fahrzeugen mit Verbrennungsmotoren, ganz gleich ob bei Neufahrzeugen (das sagen 90 % bzw. 79 % der Befragten) oder gebrauchten E-Fahrzeugen (88 % bzw. 77 %). Bei Reparatur und Wartung halten sich die Werte zwischen E-Fahrzeugen und Verbrennern in etwa die Waage.

Letztendlich steigt auch die Intensität der Beratungsleistung im Verkaufsgespräch bei neuen E-Fahrzeugen um 44 % und bei gebrauchten E-Fahrzeugen um 43 %. In der Nachsorge (also nach dem Verkauf) sind es immer noch 40 % bzw. 39 %. Bei Reparatur und Wartung gehen die Werte auf 34 % bzw. 35 % zurück.

Das zeigt, dass die Kunden viele Fragen zur Elektromobilität haben. Gerade beim Privatkunden ist die Neugier, aber auch die Unsicherheit groß. Der Handel versucht, dem gerecht zu werden. Der Aufwand für entsprechende personelle Kapazitäten, für Schulungen und Ausstattung ist hoch. **Bei den Autohäusern kommt an: Die Kunden brauchen stabile Rahmenbedingungen, finanziell attraktive Angebote und die Sicherheit, eine gut ausgebaute Ladeinfrastruktur vorzufinden.**

Herr Peckruhn hat ja eben über die neuen Vertriebskonzepte gesprochen, mit denen die markengebundenen Händler zurzeit konfrontiert werden. Ganz gleich, wie die Regelungen am Ende je nach Fabrikat aussehen: diese Beratungsleistung des Handels muss sich in den Vergütungsregelungen deutlich niederschlagen.

Soweit zu den Ergebnissen der Blitzumfrage.