



## Medienkonferenz auto-schweiz vom 22. Juni 2009, Bern

### Referat Andreas Burgener, Direktor auto-schweiz

*Es gilt das gesprochene Wort*

Sehr verehrte Damen und Herren

Neben den von den Herren Bieri und Longchamp präsentierten Resultaten unserer neuesten Studie lassen auch die aktuellen Verkaufszahlen und dabei vor allem die Verschiebungen in den Segmenten darauf schliessen, dass sich bei den Autokäuferinnen und Autokäufern aufgrund der höheren Umweltsensibilität ein Wertewandel abzeichnet. Im letzten Jahr konnte der überwiegende Teil der Neuwagenverkäufe, genau gesagt zwei Drittel, den Energieeffizienzkategorien A, B und C zugeordnet werden. Auf die genauen Verbrauchswerte und die damit einhergehenden CO<sub>2</sub>-Emissionen komme ich gleich zurück.

Sie sehen, dass Herr und Frau Schweizer zunehmend auf einen niedrigen Treibstoffverbrauch und damit verbunden auf einen möglichst geringen CO<sub>2</sub>-Ausstoss Wert legen. Man kann es auch anders ausdrücken: Status- und Prestigedenken werden weniger wichtig, Vernunft setzt sich immer stärker durch. Zwar ist die Begeisterung für das Auto und für die individuelle Mobilität nach wie vor ungebrochen, was ja auch aus der Studie von gfs.bern hervorgeht, aber der Wunsch nach sinnvoller Automobilität wird grösser und der Trend zu den Modellen, welche diesem Wunsch weitgehend entgegenkommen, tritt klar hervor. Das hat man jetzt sogar in Amerika gemerkt, wo neben der Finanzmisere und den Überkapazitäten in der Produktion nicht zuletzt auch ein für dieses Land völlig neues Kaufverhalten zur grössten Krise aller Zeiten in der Automobilindustrie geführt hat. Diese Krise hat aber auch ihre guten Seiten, denn angesichts der limitierten Erdölressourcen und der globalen CO<sub>2</sub>-Diskussion muss auch die Autoindustrie umdenken.

Andererseits dürfen wir aber auch festhalten, dass vor allem die Asiaten und Europäer das Steuer gerade noch rechtzeitig herumgerissen haben. Dies wohl nicht zuletzt wegen des IPCC-Klimaberichtes und den in dessen Folge neu definierten CO<sub>2</sub>-Emissionslimiten für Europa. Das hat auch Auswirkungen auf die Schweiz: In lediglich fünf Jahren, d.h. von 2003 bis 2008 verringerte sich der nach der EnergieEtikette definierte durchschnittliche Treibstoffverbrauch der A-Modelle von fast 6 Litern auf 5,12 Liter/100 km, jener der B-Modelle von 6,78 Litern auf 6,16 Liter. Die meisten Modelle in diesen Segmenten sind europäischer oder asiatischer Herkunft. Gleiches gilt für die CO<sub>2</sub>-Emissionen: Statt 157 g/km stossen die A-Modelle heute noch durchschnittlich 130 g/km aus, haben also die auf Ende 2015 festgesetzten EU-Zielvorgaben bereits erreicht. Noch nicht ganz so gut sieht es bei den B-Modellen aus, aber auch dort geht die Entwicklung in die richtige Richtung: Der CO<sub>2</sub>-Ausstoss verringerte sich in fünf Jahren von 167 auf 153 g/km. Die Lösung zu diesen Werten liegt u.a. darin, dass moderne Motorentechnik heute in der Lage ist, aus kleineren und wesentlich sparsameren Motoren deutlich mehr Leistung herauszuholen.



Auf den gesamten Neuwagenmarkt übertragen kann ich Ihnen folgendes sagen: In nur einem Jahr, d.h. von 2007 auf 2008, ging der durchschnittliche Treibstoffverbrauch um fast 4 Prozent, nämlich von 7,43 auf 7,14 Liter/100 km zurück. Dieser Rückgang veranlasste sogar das UVEK zum Gebrauch des Adjektivs „deutlich“ in der entsprechenden Medienmitteilung. Um dann aber gleich wieder einzuschränken, dass man behördlicherseits noch einige Jahre abwarten wolle, um von einer Trendwende in der Vorliebe von Herrn und Frau Schweizer für schwere, verbrauchsintensive Autos zu sprechen. Die Studie von gfs.bern sowie die Absatzzahlen in den beiden besten Energieeffizienz kategorien lassen aber diesen Schluss zu.

auto-schweiz hat sich bereits vor Jahren zum Ziel gesetzt, den Absatz energieeffizienter, schadstoffarmer Fahrzeuge zu fördern. Und es funktioniert – das habe ich soeben mit Zahlen belegt. Jetzt geht es darum, diesen positiven Trend noch zu beschleunigen. Neben den individuellen markenspezifischen Werbeanstrengungen der Mitglieder von auto-schweiz, die heute in einem ganz anderen Stil, d.h. mit effizienten Inhalten und Angeboten daherkommen, setzen wir auf die folgenden Massnahmen:

### **CLEVER UNTERWEGS**

Seit nunmehr fast fünf Jahren betreibt auto-schweiz die Informations- und Dialogplattform CLEVER UNTERWEGS, flankiert und unterstützt durch zahlreiche Kommunikationsmassnahmen wie z.B. die Printkampagne „Von B nach A in den besten Energiekategorien“, die Faktenkarte „Autoland Schweiz“ sowie durch eine Serie informativer Booklets für Automobilistinnen und Automobilisten. Eines der obersten Ziele von cleverunterwegs.ch ist die gezielte Förderung energieeffizienter Fahrzeuge und die Promotion der EnergieEtikette. Dies geschieht u.a. mittels eines Auto-Umwelttests, d.h. eines CO<sub>2</sub>-Rechners auf der Website, mit welchem sich die CO<sub>2</sub>-Werte des eigenen Autos bestimmen bzw. effizientere Alternativen aufzeigen lassen.

### **Verschrottungsprämie**

auto-schweiz ist überzeugt, dass mit einer Abwrack- oder Verschrottungsprämie für ältere Fahrzeuge resp. deren Ersatz mit sparsamen, sauberen Autos eine rasche ökologische und vor dem Hintergrund wirtschaftlicher Windstille auch ökonomische Verbesserung erwirkt werden könnte. Wir schlagen deshalb vor, die Einnahmen aus der regulären Automobilimportsteuer, also rund 300 Mio. Franken jährlich, für eine auf ein oder zwei Jahre limitierte Verschrottungsprämie einzusetzen.

### **EnergieEtikette**

Never change a winning system: auto-schweiz steht vorbehaltlos hinter der gültigen EnergieEtikette und unternimmt seit ihrer Einführung und auch in Zukunft grosse Anstrengungen, sie noch besser bekanntzumachen. Auch die Kantone sind nun endlich so weit, dass sie die EnergieEtikette als Basis für die Ökologisierung der Motorfahrzeugsteuern zu Rate ziehen wollen.

Umso weniger Verständnis haben wir für die geplante Umweltetikette, die einen Fortschritt vorgaukelt, der gar keiner ist und die die Autokäuferinnen und Autokäufer mehr durcheinander bringt als dass sie ihnen hilft. Die Zahlen zeigen es: Herr und Frau Schweizer kaufen auch ohne Umweltetikette immer mehr verbrauchsarme, energieeffiziente Autos.