

E-Mobilität in Deutschland

E-Mobilität in Deutschland: Rückblick 2018 und Ausblick auf 2019

Was waren die Gründe für die Entwicklung der E-Mobilität in Deutschland vergangenes Jahr und wie stehen die Aussichten für 2019?

[Lesen Sie hier unsere kurze Analyse...](#)

Ladestationen für eMobile - es gibt noch viel tun

Die Entwicklung der Ladestationen von eMobilen in

Deutschland braucht einen „Turbo“

Die eMobilität in Deutschland liegt noch weit hinter den Erwartungen von Politik, Umweltverbänden und Teilen der Gesellschaft zurück. Noch gibt es zu viele Nachteile der reinen eMobile oder Hybride gegenüber den konventionellen Antrieben wie bei Benziner oder Diesel.

Zu den Nachteilen gehört sicherlich die Entwicklung des Ladenetzes für eMobile. Die Automobilmarkt Experten von *meos automotive consulting* analysieren und prognostizieren sowohl die Nachfrageentwicklung nach konventionellen Antrieben als auch nach alternativen Antrieben aufgrund der Ausprägungen und Entwicklungen der identifizierten Einflussfaktoren.

[Klicken Sie hier um den kompletten Bericht als PDF-Datei zu lesen!](#)

Diesel: Ja oder Nein?

Diesel: Ja oder Nein?

Seit der Berichterstattung über den Dieselskandal und der damit verbundenen Verteufelung des Diesels durch Medien, Interessenverbände und Politik, sowie der neuen Angebote an Fahrzeugen mit alternativen Antriebsarten ist die Verwirrung perfekt. Hybrid, Plug-In Hybrid, reiner Elektroantrieb oder Brennstoffzelle? Diese Antriebsarten machen die Wahl zur Qual.

Die Zweifel sind groß

Denn, ganz gleich, zugunsten welcher Antriebsart auch immer die Entscheidung fällt es ist immer eine Entscheidung mit einem faden Beigeschmack. Es ist ein Kompromiss.....

[Hier klicken, um den vollständigen Artikel zu lesen!](#)

Umwelt und Auto - ein Widerspruch?

Umwelt und Auto - ein Widerspruch?

Man tut sich zurzeit schwer, Umwelt und Auto in Einklang zu bringen. Nach „CO₂“ und „Partikel-Emissionen“ haben sich Presse, Umweltverbände und Politik auf den neuen Umweltsünder „CO_x“ eingeschossen, um aktuell die Stickstoffoxid Emissionen von Diesel Autos an den Pranger zu stellen.

Fakt ist, dass sich zum einen die Mehrheit der Deutschen eine saubere Umwelt wünschen, die Sie ihren Kindern und Enkeln hinterlassen möchten. Zum anderen besteht der Wunsch die individuelle Mobilität zu erhalten oder sogar zu verstärken. Dabei spielt das Auto im Verbund mit den anderen Verkehrsträgern eine weiterhin gewichtige Rolle.

[Klicken Sie hier um den kompletten Bericht als PDF-Datei zu lesen!](#)

Umwelt - Auto - Aktionismus: Emotion statt Ratio!

Umwelt - Auto - Aktionismus: Emotion statt Ratio!

Autor: Martin Eggloff, *meos automotive consulting*

Die neuen CO₂ Zielvorgaben für Automobile bis 2030 haben wieder mal gezeigt, dass man sich in Deutschland schwer tut, über solch verknüpfte Themen zu „Umwelt“ und „Auto“ emotionslos zu diskutieren und zu berichten.

Bei unserer kleinen Meinungsbefragung des mündigen Bürgers zu diesem Thema kam heraus, dass sich die Probanden generell in drei Gruppen einteilen lassen:

- 1. Die Umweltbewussten, denen alle Regulierungen zu Emissionen, Höchstgeschwindigkeiten, Fahrverboten usw. noch nicht weit genug gehen und den Individualverkehr am liebsten abschaffen würden.**

- 2. Die Autoenthusiasten, die ihre individuelle, automobiler Freiheit über alles stellen und weitere Einschränkungen als Eingriff in ihre persönliche Lebenswelt empfinden.**
- 3. Die Kompromissorientierten, die eine aktive ökonomisch / ökologisch ausgewogene Politik wünschen und Maßnahmen, die zu einer steten Verbesserung der Umwelt führen, aber ohne Gefahr für Wirtschaft, Arbeitsplätze und Einkommen herauf zu beschwören sondern auch hier auf eine weitere dynamische Wirtschaftsentwicklung setzen.**

Die meisten Befragten - Wen wundert es? - gehören zur Gruppe 3, also den Kompromissorientierten. Warum gibt es dann in den Medien, bei Politik, Industrie und Verbänden diese emotional geführten Debatten mit Extremforderungen, Hyperaktionismus und Verunglimpfungen der Andersdenkenden? Auch das Thema „CO₂ Grenzwerte“ ist zu wichtig, um auf dem Altar von „emotionalen Aufmerksamkeitsdebatten und -meldungen“ geopfert zu werden. Und vor allem: Es wäre gar nicht nötig!

Die meisten Befragten wünschen sich zu diesen

Themen:

- **eine objektive und ausbalancierte Berichterstattung mit mehr Information statt Emotion**
(viele haben den Eindruck dass die Presse der Zielgruppe der Umweltbewussten mehr Aufmerksamkeit schenkt und man als Autofahrer generell als „Umweltsünder“ abgestempelt ist und sich immer mehr in einer Defensivposition befindet)
- **eine politische Auseinandersetzung mit diesen Themen, die weniger aufmerksamkeitshaschende „Feindbilder“ nutzt, sondern die größeren Umweltsünden und -sünder anprangert, auch wenn dies der steinigere Weg ist**
 - a) der Mensch trägt zum CO₂ Ausstoß nur zu rund 3 Prozent bei und der Individualverkehr davon nur einen geringen Teil.*
 - b) eine klare und eindeutige Korrelation (im Sinne eines klar formulierbaren Naturgesetzes) zwischen zweifelhaft gemessener Durchschnittstemperatur „der Erde“ und CO₂-Emission konnte bislang nicht nachgewiesen werden.*
 - c) Die EU hat heute schon die weltweit ambitioniertesten CO₂ Grenzwerte mit maximal 95g CO₂/km bis 2021. In den USA sind bis 2020 nur 121 g/km vorgeschrieben, in China 117 g/km, in Japan 105 g/km.*

d) Die neue Regulierung bezieht sich nur auf Neuwagen. Der europäische Bestand von ca. 250 Mio. Fahrzeugen wird von der Regulierung dagegen nicht erfasst.

e) Zu den CO₂-Emissionen gesellen sich andere Emissionen wie Partikel- und Feinstaubemissionen.

Als Fazit bleibt festzuhalten: Emotion verkauft sich weiterhin besser als Ratio und Feindbilder lassen sich wirkungsvoller bekämpfen als fundierte Analyseergebnisse,

meos hat einen Artikel zum Thema: „Die neuen EU CO₂ Zielvorgaben für Automobile bis 2030 - Politik der kleinen Schritte oder großer Wurf?“ verfasst, um dem Wunsch der Befragten nach einer objektiveren Berichterstattung zu diesem Thema Rechnung zu tragen.

Dieser Artikel kann unter:

[Die neuen EU CO₂ Zielvorgaben für Automobile bis 2030](#)

heruntergeladen werden.

Auch in Zukunft werden sich die Experten von meos solchen Themen widmen, wo wir von Defiziten in der Berichterstattung hören wie zum Beispiel bei der „Verteufelung des Diesels“.

Das eMobil Angebot nach der IAA 2017

Das eMobil Angebot nach der IAA 2017

Nach Euphorie folgt Ernüchterung

Der erste große Auftritt der Branche nach dem Dieseltreffen hinterlässt mehr Fragen als Antworten. Den, nicht zuletzt durch die Medien und die Politik geschürten, hohen Erwartungen konnte die Automobilindustrie auch in Frankfurt keine kurzfristig realisierbaren Lösungen folgen lassen. Den Verkaufsaktionen, die genauer betrachtet auch nur den Charakter klassischer Verkaufs-Incentives haben, folgte Business as usual.

Was bleibt, ist Ernüchterung und die Hoffnung, dass Ankündigungen wie die von VDA Präsident Matthias Wissmann: „ ... die Mitgliedsfirmen werden in den nächsten drei Jahren die Zahl der angebotenen eMobile von zur Zeit 30 auf über 100 Modelle erhöhen.“ Taten durch die Hersteller folgen:

- dass nach der Vision von Daimler Chef Dieter Zetsche, bis 2022 das komplette Modellangebot von Mercedes auch mit Elektroantrieben zur Verfügung stehen wird,**
- dass Smart ab 2020 zur Elektroauto-Marke avanciert.**
- dass BMW bis 2025 rund 25 Elektromodelle auf den Markt bringt, davon 12 reine eMobile.**
- dass VW bis 2025 weltweit mehr als 80 neue elektrifizierte Modelle einführen wird, darunter fast 50 reine eMobile und 30 Plug-In-Hybride.**

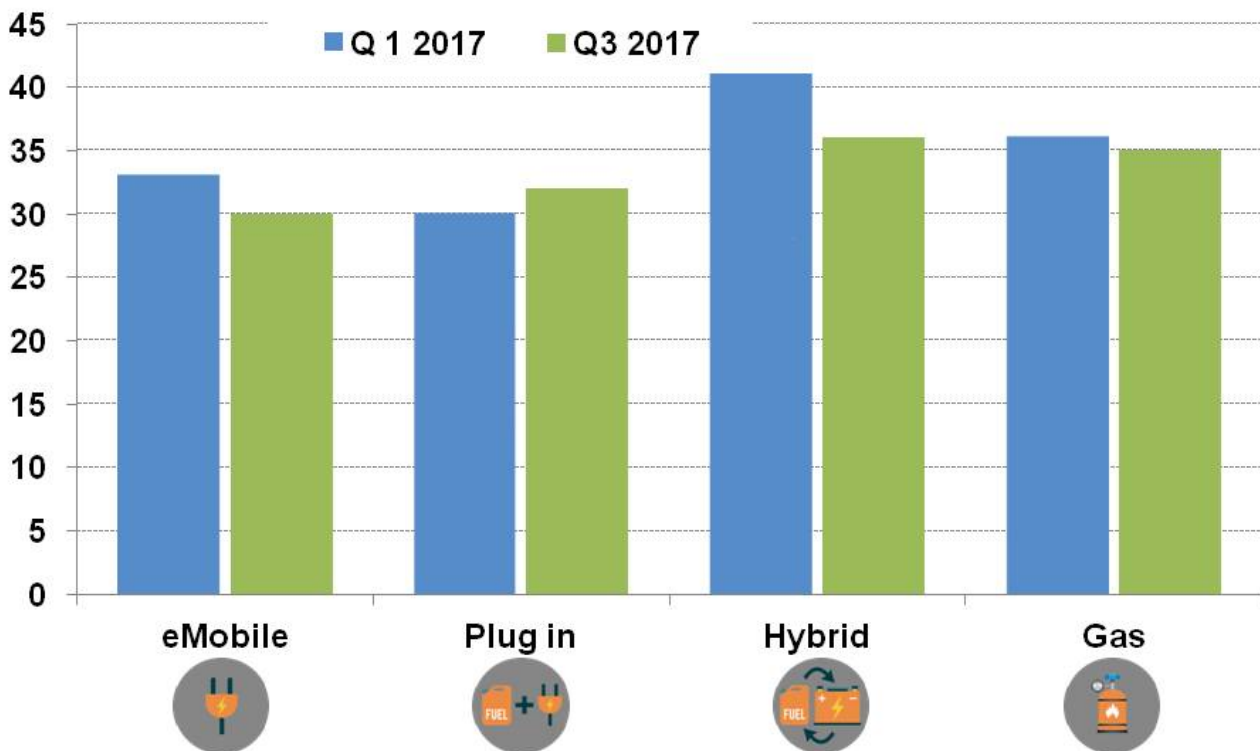
- dass auch alle anderen Wettbewerber nicht fünf gerade sein lassen und mit innovativen und herausfordernden Produkten ihren Beitrag leisten werden.

Der Gesamtmarkt wächst. Das Angebot an Fahrzeugen mit alternativen Antriebsarten stagniert - bestenfalls.

Das Angebot an „real erhältlichen“, sprich kaufbaren Modellen ist nach wie vor sehr übersichtlich. Verglichen mit dem Modellangebot an Fahrzeugen mit alternativen Antrieben (reine e-Mobile, Plug-in Hybrids, Hybrids und gasbetriebenen Fahrzeugen) Ende März diesen Jahres, hat sich das Angebot per Ende September diesen Jahres in Summe nur marginal verändert.

Konnte man im März über alle KBA-Segmente noch unter 140 Modellen wählen, so hat man im September immerhin noch die Wahl unter 133 Modellen. Ja, in der Tat, innerhalb von sechs Monaten gibt es in einem wachsenden Gesamtmarkt, in Summe zwei Modelle weniger! Wie kann das sein?

Anzahl Modelle



Ein Blick auf die Situation bei den jeweiligen Antriebsarten zeigt, je nach KBA Segment, ein differenziertes Bild

Bei den reinen e-Mobilen: Trotz neuer Modelle, wie das Smart fortwo Cabrio und Coupé, den Smart forfour, den Opel Ampera-e, ist die Auswahl geschrumpft. Der Grund liegt einerseits im reduzierten Variantenangebot von Tesla bei den S- und X-Modellen und andererseits soll die Mercedes B-Klasse (B 250-e), noch vor dem anstehenden Modellwechsel, bereits im Herbst aus dem Markt genommen werden.

Das Gros des Angebots ist, wie auch in Frühjahr, in den kleinen Segmenten zu finden; also bei den sogenannten Minis, den Kleinwagen und in der Kompaktklasse. Immerhin kann hier der Interessent zwischen 19 Fahrzeugmodellen, die von 12 Marken angeboten werden, wählen.

Nach wie vor gibt es kein Angebot in der Mittelklasse und der oberen

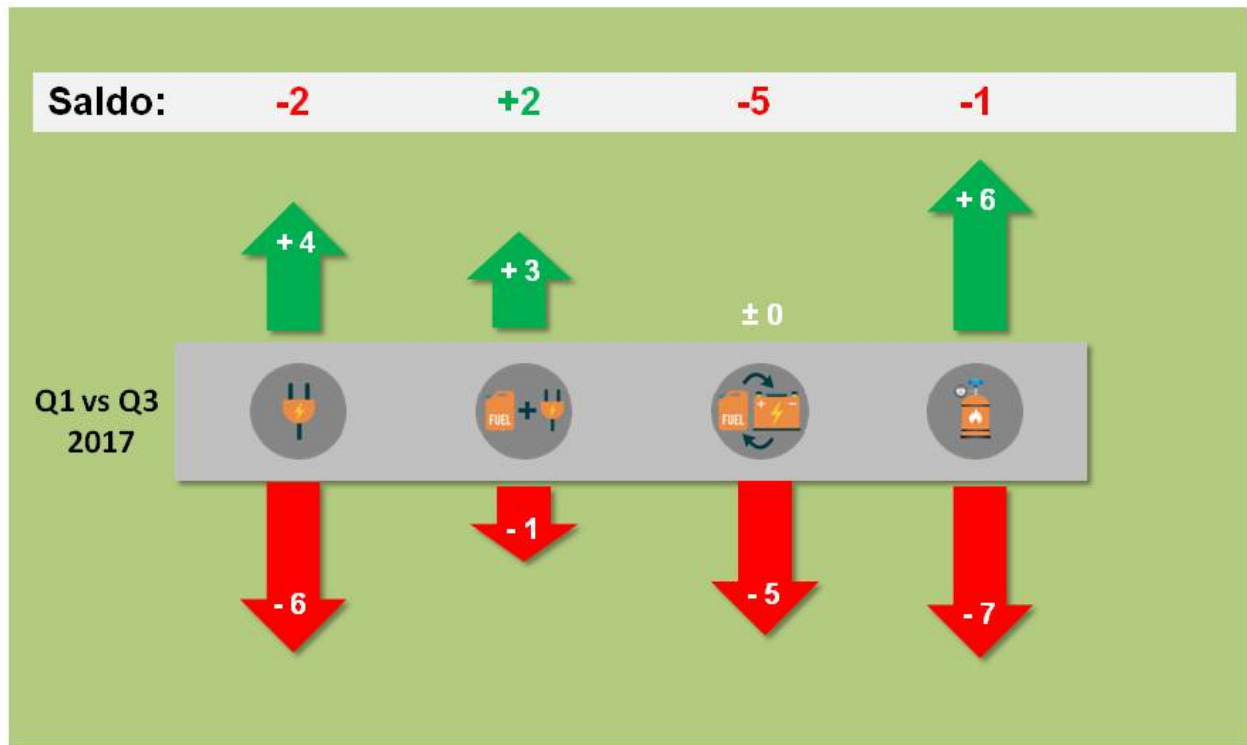
Mittelklasse. In der Oberklasse ist Tesla weiterhin der einzige Anbieter.

Bei den Plug-in Hybrids sind der Hyundai Ioniq, der Kia Optima Sportswagon und der Volvo S90 als neue Angebote hinzugekommen. Die neue Mercedes S-Klasse gibt es (noch) nicht als Hybrid.

Während es in den unteren Segmenten kein bis nur ein sehr geringes Angebot an Fahrzeugen gibt, sind in der Mittelklasse, der oberen Mittelklasse und den SUV's Fahrzeuge der Marken Mercedes, BMW, Porsche, Volkswagen, Volvo und Mitsubishi zu finden. Von Audi (bisher) nur der Q7. In Summe vier Modelle mehr als noch vor sechs Monaten.

Das Angebot von Fahrzeugen mit Hybrid-Antrieb ist durch den Wegfall der S-Klasse Modelle (300h und 400h), des Citroen DS 5, sowie des Land Rover Angebots ebenfalls geschrumpft.

Viel Bewegung gab es bei den gasangetriebenen Fahrzeugangeboten. Neu sind der Audi A4 Avant G-tron, der Audi A5 Sportback G-tron, Skoda Oktavia Limousine und Kombi, Dem gegenüber sind weggefallen: KIA Picanto, von Ford der Fiesta, die Focus Limousine und der Turnier sowie von Opel der Insignia, Mervia und Combo.



Die Unsicherheit, welche Antriebsart sich letztlich durchsetzen könnte, ist groß

Auf den ersten Blick hat sich in Summe das Angebot von Fahrzeugen mit alternativen Antrieben nicht verändert. Auf den zweiten Blick zeigt sich, dass einzelne Hersteller sich mit Ihrem Produktportfolio von alternativen Antriebsarten auf für sie unsicherem Terrain bewegen. Sie verhalten sich eher reaktiv, den Wettbewerb beobachtend, als „fast follower“, als aktiv die entsprechenden Segmente zu besetzen.

Allein die Volkswagen Group beginnt mit den Marken Audi und Skoda sich im Bereich der Gasangetriebenen Fahrzeuge in die Mittelklasse vorzutasten.

Das Angebot von Fahrzeugen mit reinem Elektroantrieb verharrt im Status quo. Zu groß scheint die Unsicherheit, welche Antriebsart sich letztlich durchsetzen wird.

Kontakt und weitere Informationen zum Beitrag und zu meos: meos.info@t-online.de

Dieselprämie: Umweltaktion, Marketingclou oder Mogelpackung?

**Die “Diesel-Eintausch-Prämie“:
Umweltaktion, Marketingclou oder
Mogelpackung?**

**Auf jeden Fall ein guter Deal für
viele Autowechsler mit alten
Dieseln.**



Die von den automobilen Herstellern nach dem

Diesel Gipfel beworbene Eintausch-Prämie für ältere Diesel Fahrzeuge mit EURO I bis IV hat viele Namen. Besonders häufig wird das Wording „Umwelt-, ECO- und Green-Deal Prämie“ oder “Umtausch-, Umsteiger-, Eintausch- und Wechselprämie“ verwendet. Aber auch kreativere Namen wie “Bye-Bye-Bonus“ von Skoda sind zu finden.

So vielfältig wie die Namen der Dieselprämie, so vielseitig sind auch die Vereinbarungen, die zum Bezug dieser Dieselprämie berechtigen. Deshalb heißt es die Konditionen bei den einzelnen Marken genau zu erfragen und vertraglich zu fixieren, um unliebsame Überraschungen beim Endpreis des Neuwagens unter Einrechnung der erwarteten Boni und Prämien zu vermeiden.

Je nachdem welchen Gesichtspunkt man teilt, ist die Diesel-Eintausch-Prämie sicherlich mehr Umweltaktion, Marketingclou oder Mogelpackung. Ein bisschen Wahrheit ist von allen dabei!

Umweltaktion: Die Hersteller stellen gerne den Umweltaspekt in den Vordergrund. So bekommen wir die Diesel der alten Generation schneller von

der Straße. Dies ist ein erster Schritt in die richtige Richtung.

Marketingclou: Die Marketingexperten sehen in der Diesel-Eintausch-Prämie eine gelungene Marketingaktion. Zunehmende Auftragseingänge bei den beteiligten Automarken scheinen ihnen recht zu geben. Dabei ist zu berücksichtigen, dass höhere Prämien tendenziell auf schwerer zu verkaufende Modelle gezahlt werden. Bei diesen Modellen kann der Kunde sowieso schon gute Nachlässe erzielen.

Mogelpackung: Insbesondere Umweltaktivisten und Verbraucherschützer sehen in der Dieselprämie gar eine Täuschung der Verbraucher. So wird bei einigen Herstellern nicht nur auf die Verschrottung sondern auch auf einen möglichen Weiterverkauf der älteren Diesel (generell EURO IV) diese Prämie gezahlt. Zudem wird nicht nur der Neukauf von Fahrzeugen mit alternativen Antrieben gefördert, sondern auch der von klassischen Verbrennern wie Benziner und neuerer Diesel. Hier ist ein klares Bekenntnis zu den Hybriden und reinen eMobilen gewünscht.

meos hat eine aktuelle Analyse der Diesel-Eintausch-Prämien nach Marken auf dem deutschen Markt durchgeführt, die zu einigen Überraschungen geführt hat. Eine Übersicht nach den 26 volumenstärksten Marken in den ersten sieben Monaten 2017 in Deutschland zeigt die unterschiedlichen Bedingungen zum Erhalt der „Diesel-Eintausch-Prämie“ nach Marken auf.

Die wichtigsten Erkenntnisse der meos Analyse sind:

- Von den 26 volumenstärksten Marken in Deutschland (Marktanteil 97,9%) beteiligen sich zurzeit 20 Marken an der Diesel-Eintausch-Prämie, wobei alle Volumenhersteller dabei sind.**
- Die Spanne der monetären Dieselprämien reicht von 1.750 Euro bis 11.785 Euro pro Fahrzeug, abhängig von dem ausgewählten Modell.**
- Die größte Dieselprämie zahlt Audi in Höhe von 11.785 Euro für den Erwerb eines Q7 e-tron, die kleinsten Prämien zahlen Mercedes und BMW mit jeweils Euro 2.000 über alle zu fördernden Neufahrzeuge.**
- Manche Hersteller nehmen von dieser Aktion ganze Modellreihen aus, wie zum**

Beispiel Ford mit rund 6 Modellspezifikationen oder Mercedes, das die Neuwagenauswahl auf alle Diesel-Modelle der EU6- Norm sowie die Plug-In Hybride begrenzt.

- Audi hat eine Besonderheit, da es seine Umweltprämie auch auf seine „jungen Gebrauchtwagen“ zahlt, bis zu 7.500 Euro je nach Modell.**
- Auch beim Aktionszeitraum heißt es Augen auf. Generell läuft der Aktionszeitraum bis Ende 2017 und es zählt das Datum des Kaufvertrages. Zum Beispiel gilt bei Renault als letztes Datum des Kaufvertrages der 31. 10. 2017 und als letztes Zulassungsdatum der 31.12. 2017.**
- Toyota zahlt seine „Diesel-Eintausch-Prämie“ in Höhe von Euro 4.000 nur für seine Hybridmodelle. Da Toyota über ein umfangreiches Modellangebot an Hybriden verfügt, kann der Umweltaspekt hier werbewirksam eingesetzt werden.**
- Aber auch Nissan mit seinen Modellen LEAF und e-NV200 zahlt die Prämie nur beim Kauf eines Hybrid/ eMobils.**
- Keine „Diesel-Eintausch-Prämie“ gibt es bislang bei Dacia, Mitsubishi, Volvo, Suzuki, Porsche und Land Rover. Aber was noch**

nicht ist, kann ja noch werden.

- Marken, die keine „Diesel-Eintausch-Prämie“ anbieten, haben oft andere Aktionen laufen, wie zum Beispiel Suzuki mit seinen „Allradwochen“, wo attraktive Angebote anderer Art zum Kauf locken.**
- Die „Diesel-Eintausch-Prämie“ wird generell nicht verrechnet mit anderen staatlichen und herstellerbezogenen Kaufanreizen, wie zum Beispiel dem Umweltbonus von elektrifizierten Fahrzeugen, sondern gilt zusätzlich.**
- Es gibt erste Anzeichen, dass einige Marken eine Verlängerung des Aktionszeitraumes planen. Und auch bei den Konditionen scheint es durchaus zu Sonderausnahmen zu kommen, zum Beispiel bei den Haltereinträgen, wo Halter des Alt- und Neufahrzeugs abweichen können, wenn eine verwandtschaftliche Beziehung vorliegt.**

Fazit:

Der Besitzer eines alten Diesel, der über kurz oder lang seinen alten Diesel ersetzen möchte, kann durchaus zu einem guten Deal kommen. Eine Analyse beim Handel vor Ort zeigt, dass Ersparnisse von über 30% gegenüber der UVP

möglich sind. Bei Vermittlungen über das Internet beim Fachhandel sind auch schon mal Discounts von über 40% bei einzelnen Marken und Modellen möglich.

Jedoch liegt der Teufel im Detail und deshalb sollte man sich genau über die geltenden Konditionen und Bedingungen eines Fahrzeugwechsesl unter Einbezug der „Diesel-Eintausch-Prämie“ informieren. Für viele Käufer ist es dann egal ob sein Deal eher als Umweltaktion, Marketingclou oder Mogelpackung von Dritten postuliert wird.

[Beispieldatei zur Analyse der Diesel-Eintausch-Prämie](#)

Für die ausführlichen Analysen mit allen Marken und weiteren Hintergrundinformationen kontaktieren Sie uns unter:

meos.info@t-online

Gastkommentar im Manager Magazin: Das Geheimnis der Firmenwagen - Wie Autobauer an der Statistik drehen - und Kunden an günstige Neuwagen kommen

Manager Magazin 01.04.2016

Das Geheimnis der Firmenwagen

Wie Autobauer an der Statistik drehen - und Kunden an günstige Neuwagen kommen

Was ist bloß mit den deutschen Autokäufern los? Ein Blick in die monatlichen Neuzulassungszahlen schürt den Verdacht, die privaten Kunden seien in eine Art Konsumstreik getreten: 2015 wurden laut offizieller Statistik des Kraftfahrtbundesamts (KBA) nur noch 34 Prozent aller Neuwagen von Privatkunden angemeldet - im Jahr 2000 waren es noch mehr als die Hälfte. Bei zehn der 20 erfolgreichsten Modelle in Deutschland liegt der Anteil der gewerblichen Zulassungen bei mehr als 70 Prozent.

Das nach dem VW Golf am häufigsten verkaufte Modell in Deutschland, der VW Passat, landet abgeschlagen auf Platz 39 - wenn man den Firmenwagenanteil herausrechnet. Wie kann das sein? Laufen die Kunden wegen der Diesellaffäre in Scharen davon? Oder bekommt plötzlich jeder zweite Arbeitnehmer einen

Firmenwagen spendiert? *weiterlesen:*

**Den vollständigen Artikel finden Sie
unter:**

[Manager Magazin: Firmenwagen](#)

**Gastkommentar im Manager
Magazin: Deutsche Autobauer
geraten ins Hintertreffen - Warum
der niedrige Ölpreis mehr Fluch
als Segen ist**

Manager Magazin 02.02.2016

**Deutsche Autobauer geraten ins
Hintertreffen**

**Warum der niedrige Ölpreis
mehr Fluch als Segen ist**

Der Ölpreis hat in den vergangenen Monaten eine rasante Talfahrt hinter sich: Lag er im Jahresmittel 2014 noch bei 99 US-Dollar je Barrel, sank er 2015 auf durchschnittlich 54 Dollar.

Inzwischen liegt er bei weniger als 30 Dollar, die Investmentbank JP Morgan hat ihre Prognose für 2016 für Brent-Rohöl Börsen-Chart zeigen von ursprünglich 51,50 auf 31,50 Dollar je Barrel abgesenkt. Für das zweite Quartal rechnen die JP-Morgan-Experten sogar nur noch mit einem Durchschnittspreis von 25 Dollar, erst im zweiten Halbjahr dürfte der Ölpreis wieder etwas klettern, so die Prognose. *...weiterlesen...*

**Den vollständigen Artikel finden Sie
unter:**

[Manager Magazin: Ölpreise](#)

**Gastkommentar im Manager
Magazin: So wird der Automarkt:
Kaufrausch 2016 - trotz VW-
Skandals**

Manager Magazin 18.12.2015

So wird der Automarkt

**Kaufrausch 2016 - trotz VW-
Skandals**

Das ausklingende Jahr 2015 war ein gutes für die Automobilindustrie - VW-Skandal hin oder her. Natürlich sind die Volkswagen-Zahlen derzeit besonders interessant. Jeder fragt sich, welche Auswirkungen die Abgasmanipulationen auf den Absatz der Wolfsburger haben - und viele finden vermeintliche Belege dafür: VW Börsen-Chart zeigen steigert die Neuzulassungen in Europa um 2,2 Prozent, der Markt wächst aber um fast 13 Prozent. Warum? Abgasskandal! Der VW-Absatz in Großbritannien fällt im Oktober um 10, im November sogar um 20 Prozent. Wenn das kein Beweis ist. Dass die Wolfsburger in Italien deutlich mehr Autos verkauften und schneller wuchsen als die Konkurrenz, fand eher weniger Beachtung. ...weiterlesen....

**Den vollständigen Artikel finden Sie
unter:**

[Manager Magazin: Automarkt 2016](#)