



**Klima schützen!
Ich bin dabei.**

Bund für
Umwelt und
Naturschutz
Deutschland



IAA 2007:

**Durchbruch bei der
CO₂-Reduzierung
bei Pkw oder
Klimashow der
Autoindustrie?**

Inhalt

1.	Vorbemerkung: Steckt Feuer hinter dem Rauch?	3
2.	Wo steht die deutsche Autoindustrie heute im europäischen Vergleich?	4
3.	Die deutsche Autoindustrie hat bei der Reduzierung der CO ₂ -Emissionen versagt	5
4.	VW und Audi steigern ihre CO ₂ -Emissionen	6
5.	Klimaaussagen und CO ₂ -Reduzierungsstrategien der deutschen Hersteller reichen nicht aus	7
6.	Autowerbung setzt weiter auf Spritschlucker	8
7.	Endlich handeln und CO ₂ -Emissionen reduzieren!	9
8.	Impressum	10

1. Vorbemerkung: Steckt Feuer hinter dem Rauch?

Bereits weit im Vorfeld der Internationalen Automobil-Ausstellung (IAA 2007) kündigten die deutschen Autohersteller und der Verband der deutschen Automobilindustrie (VDA) umweltfreundliche Neuerungen an. Die Medien berichteten ausführlich. Klimaschutz ist 2007 zum Topthema in der deutschen Öffentlichkeit geworden. Daran kommen Politik und Industrie nicht mehr vorbei.

Glaubt man der Industrieseite, soll die IAA mit Hilfe einer bisher noch nicht dagewesenen Modelloffensive umweltfreundlicher Autokonzepte den ökologischen Durchbruch bringen. Die ökologischen Versäumnisse und Niederlagen der deutschen Autoindustrie bei der Einführung der Partikelfilter, bei der Einführung der Hybridtechnik und bei der Reduzierung der CO₂-Emissionen sollen durch eine breite Innovationsoffensive vergessen gemacht werden.

Vor diesem propagandistischen Hintergrund will diese kurze Hintergrundstudie drei Fragen beantworten:

1. Wo steht die deutsche Industrie heute bei der Reduzierung der CO₂-Emissionen von Neuwagen im Vergleich zum europäischen Durchschnitt und zu ausländischen Autoherstellern? – Dazu werden die zwölf absatzstärksten Hersteller verglichen, die den europäischen Automarkt dominieren.
2. Haben die fünf großen deutschen Autohersteller in den letzten Jahren genug getan, um ihre Emissionen zu reduzieren? Ist der deutsche Markt durch Besonderheiten gekennzeichnet, die ihn von anderen Märkten unterscheidet und die die bisherigen Fehlentwicklungen erklären?

3. Ist bei den deutschen Herstellern ein Wandel erkennbar, haben sie eine Klimaschutzstrategie? Was muss ggf. die Politik tun, damit die europäischen Ziele der Selbstverpflichtung (minus 25% gegenüber 1995 bzw. 140 g CO₂ im EU-Durchschnitt aller Neuwagen europäischer Hersteller bis Ende 2008) und die künftigen EU-Grenzwerte (120/130 g CO₂ bis Ende 2012) erreicht werden?

Die Antworten auf diese Fragen werden deutlich machen, ob die IAA das „grüne Auto“ bringt oder ob es überwiegend um das Greenwashing einer klimaunverträglichen Entwicklung geht.

Wie ist der aktuelle Stand der Gesetzgebung zum CO₂-Ausstoß der Neuwagen? Am 7. 2. 2007 hat die EU-Kommission eine Mitteilung über Grenzwerte vorgelegt, die bis Ende 2012 durchschnittliche Emissionen aller neu zugelassenen Pkw in der EU von 120 g CO₂ pro km verlangt. Ca. 5 g Minderung davon kann durch den Einsatz von Biokraftstoffen erreicht werden. Spätestens bis Mitte 2008 soll der Richtlinienentwurf der EU-Kommission verabschiedet worden sein.

In Deutschland wurde bei der Kabinettsklausur in Meseberg im Juli 2007 ein umfangreiches Maßnahmenpaket beschlossen. Im Bereich der CO₂-Reduzierung bei Neuwagen wurde die „harte“ Maßnahme, die Kfz-Steuer ab 2009 auf CO₂-Basis umzustellen, jedoch lediglich angekündigt.

2. Europäisches Schlusslicht: Wo steht die deutsche Autoindustrie heute im europäischen Vergleich?

Die in Deutschland verkauften Neuwagen aller europäischen Hersteller (ACEA) lagen laut Daten des Kraftfahrtbundesamtes mit ihrem durchschnittlichen CO₂-Ausstoß von 173 g im Jahr 2006 um 11 g über dem europäischen Durchschnitt (EU-Daten von CAR FH-Gelsenkirchen laut „Die Zeit“ v. 6. 9. 2007).

Der deutsche Automarkt, der ein Viertel des gesamten Absatzes in der EU ausmacht, ist geprägt durch Besonderheiten, die zu einem höheren CO₂-Ausstoß der dort gekauften Neuwagen führen. Die Grafik unten zeigt: Die fünf deutschen Autohersteller (außer BMW) verkaufen im Inland Autos mit höheren CO₂-Emissionen als im Ausland. Mit einem Unterschied von 12 g öffnet sich die Schere bei Neuwagenmodellen von VW besonders weit. Im Durchschnitt beträgt der Unterschied 5 g/km. Dass sparsame Fahrzeuge in Deutschland durchaus einen Massenmarkt haben, zeigt Toyota, wo der CO₂-Ausstoß der in Deutschland abgesetzten Neuwagen um 7 g niedriger liegt als bei den EU-weit verkauften Toyotas.

Die Gründe für diese Unterschiede liegen vermutlich in der

- Übermotorisierung aufgrund hoher Beschleunigungsleistung und extremer Spitzengeschwindigkeiten;

- Im starken und steuerlich privilegierten Dienstwagenmarkt, der hohen Verbrauch und Luxuswagen begünstigt;

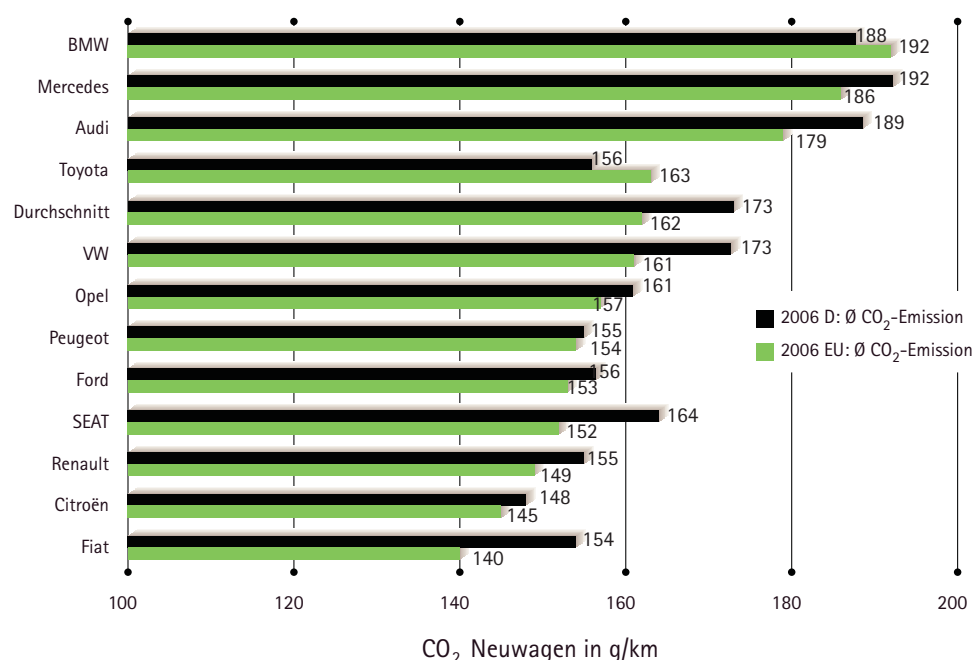
- In der Zunahme des Anteils der SUV (Sport Utility Vehicle)-Fahrzeuge (auf ca. 8%; Wachstum: 25%);

- In einer Werbung, die die Kunden speziell mit angeblich sportlichen Fahrattributen anspricht.

Das Erreichen des europäischen Ziels ist ohne eine Veränderung des deutschen Marktes nicht möglich.

Kein Wunder, dass die drei deutschen Marken Audi, Mercedes und BMW die weit abgeschlagenen CO₂-Schlusslichter unter den 12 umsatzstärksten Herstellern sind (vgl. das Diagramm auf dieser Seite). Nur Opel und Ford sind mit 157 bzw. 153 g CO₂/km im EU-Absatz besser als der europäische Durchschnitt.

CO₂-Emissionen 12 größten Autohersteller in der EU 15 und in Deutschland



3. Auch bei der relativen Reduzierung der CO₂-Emissionen hat die deutsche Autoindustrie bisher versagt

Mit seiner freiwilligen Selbstverpflichtung zur Absenkung der CO₂-Emissionen der Neuwagen um 25% bis Ende 2008 (gegenüber 1995) konnte der europäische Automobil-Dachverband ACEA eine gesetzliche Normierung durch die EU verhindern. Wurde diese Selbstverpflichtung umgesetzt?

Das Diagramm auf dieser Seite vergleicht die bisherigen Reduktionsleistungen. Die deutschen Hersteller liegen einträchtig am Ende der Rangliste der 12 größten Hersteller in der EU. SEAT ist ein Sonderfall, weil dieser Hersteller mit einem ausgesprochen niedrigen Ausgangswert von 158 g CO₂ pro km in die Bewertung eingegangen ist.

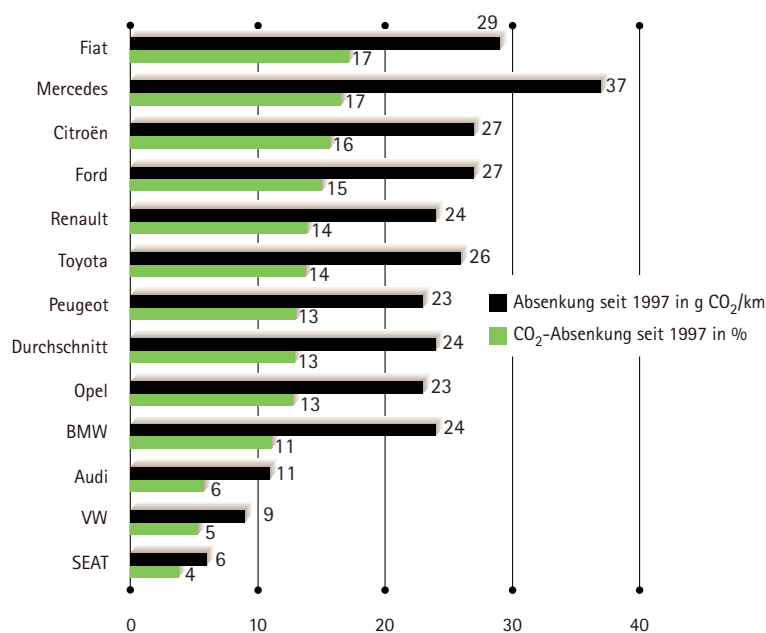
Auch bei Mercedes gibt es Korrekturbedarf, weil die Autoflotte dieses Konzerns mit einem ausgesprochen hohen Ausgangswert von 223 g CO₂ pro km startete. Da verlässliche Zahlen erst seit 1997 vorliegen, wird dieses Jahr allgemein als Basisjahr genommen (Daten aus Transport & Environment: How clean is your car brand?, Brüssel 2006).

In der europäischen Spitzengruppe sind Mercedes und Ford als einzige Hersteller mit einer Reduktion um 17 bzw. 15 Prozent nahe an der Zielsetzung. Die höchste absolute Reduktion hat mit 37 g CO₂ pro km Mercedes. Somit haben nur Ford und Mercedes eine Chance auf Erfüllung ihres Selbstverpflichtungsversprechens bis Ende 2008.

Audi und VW haben, nimmt man aus obigen Gründen SEAT aus, mit sechs und fünf Prozent die geringsten Reduktionsleistungen unter den zwölf absatzstärksten Firmen in Europa.

Insbesondere VW verhindert, als der weitaus größte Hersteller in Europa, fast schon im Alleingang die Erreichung der europaweiten Selbstverpflichtung. Solange VW nicht mitzieht, bleibt die durchgreifende CO₂-Minderung in der EU eine Illusion.

CO₂-Absenkung 1997–2006 in % und in g/km



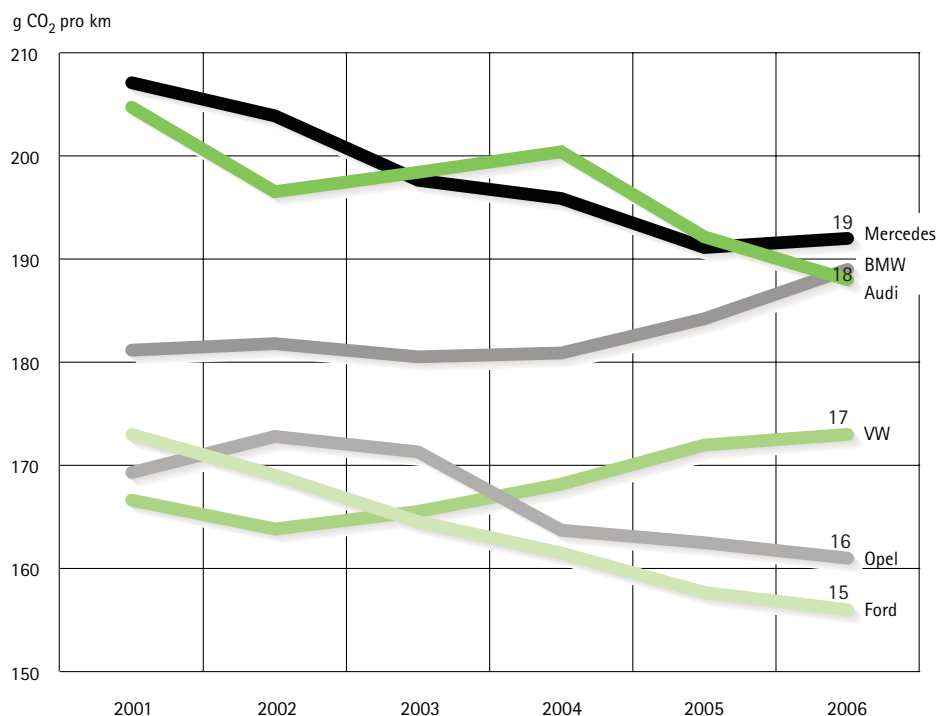
4. Trend in Deutschland: VW und Audi legen seit Jahren bei ihren CO₂-Emissionen zu

Bei den in Deutschland abgesetzten Neuwagen gibt es abhängig vom Hersteller sehr unterschiedliche Entwicklungen: Betrachtet man die letzten sechs Jahre, für die das Kraftfahrtbundesamt zuverlässige Zeitreihen vorliegen hat, zeigt sich, dass in der Oberklasse Mercedes und BMW im Laufe der letzten sechs Jahre ihre CO₂-Emissionen reduziert haben (Ausnahmen bei Mercedes: 2005 auf 2006, bei BMW 2003 und 2004).

Opel (abgesehen vom Jahr 2002) und Ford haben dagegen ausgehend von niedrigeren Emissionsniveaus den CO₂-Ausstoß kontinuierlich, allerdings bisher in zu kleinen Schritten abgesenkt. Bei einer deutlichen Erhöhung ihrer Anstrengungen könnten sie das Ziel der freiwilligen Selbstverpflichtung noch bis Ende 2008 erreichen.

VW und Audi haben auf dem deutschen Markt die CO₂-Emissionen ihrer Neuwagen kontinuierlich seit 2002 bzw. 2003 erhöht – in den letzten Jahren mit stärker steigender Tendenz. Das ist die Folge ihrer Modellpolitik und ihrer Werbefeldzüge für Luxusfahrzeuge sowie für hohe Motorisierungen. Hier findet auch seinen Niederschlag, dass im Firmen- und Dienstwagengeschäft größere und schwerere Fahrzeuge mit höherem Verbrauch abgesetzt werden. Audi z.B. vermarktet auf seiner Homepage Verhandlungspakete für Arbeitnehmer, um den Arbeitgeber vom Umstieg von einem Audi A4 auf einen A6 oder von einem A6 auf einen A 8 zu überzeugen.

Trend CO₂-Emissionen Neuwagen



5. Zukunftsorientierung: Klimaaussagen und CO₂-Reduzierungsstrategien der deutschen Hersteller

Weder die Hersteller noch der Verband der deutschen Automobilindustrie (VDA) machen derzeit verbindliche Aussagen über ihre Klimaschutzstrategien. Selbst erneute Versuche des Hinausschiebens des 2012er-Grenzwerts oder des Verwässerns des 120 g CO₂-Ziels sind zu erwarten – trotz der gegenwärtigen Marketingoffensive der deutschen Autoindustrie.

Haben denn die einzelnen Hersteller erkannt, dass ein verbindlicher Grenzwert auf sie zukommt und handeln sie auch glaubwürdig? Werden verbindliche Aussagen gemacht und wird eine Firmenstrategie zur CO₂-Reduzierung ausreichend konkret dargelegt?

Man muss nicht lange suchen, um festzustellen, dass dies nicht der Fall ist. Nur Mercedes ist hier eine Ausnahme: Seine Selbstverpflichtung hinsichtlich der CO₂-Emissionen seiner Fahrzeuge, „best in class“ zu sein, wenig konkret. Erfreulich ist jedoch die Aussage, dass DaimlerChrysler auf europäischer Ebene seinen Beitrag zur Erreichung der ACEA-Selbstverpflichtung (25 Prozent CO₂-Reduktion von 1995 bis 2008 auf 140 g CO₂/km) leisten will. Des Weiteren werden einzelne Maßnahmen und Einführungszeitpunkte für Benzin-Direkteinspritzer (Reduktionspotenzial ca. 10%), den Einbau von Start-Stopp-Systemen (Einsparpotenzial 5–10%), die Verbesserung des Energiemanagements (5–10%) und für die Markteinführung von Hybridfahrzeugen genannt.

Das deutet darauf hin, dass DaimlerChrysler die CO₂-Reduzierung durch technische Maßnahmen und nicht durch die Markenintegration des Smart erreichen will. Zum 2012er Grenzwert findet sich jedoch keine konkrete Aussage. Kritisch ist auch anzumerken, dass eine 25-%ige Reduzierung gegenüber 1995 für Fahrzeughersteller der Oberklasse auf keinen Fall ausreicht. Im Sinne einer fairen Lastenverteilung sollten alle Hersteller, die heute über 175 g liegen, ihre Emissionen um 30% redu-

zieren. Hersteller, die heute bereits unter 150 g liegen, müssten ihre Emissionen hingegen nur um 20% senken. In der Tabelle auf Seite 9 wurde diese Differenzierung in der Phase bis 2012 eingerechnet.

Eine quantifizierte Aussage zur CO₂-Minderung macht nur noch Audi. Diese ist aber völlig unzureichend: „Mit einer konsequenten Strategie arbeitet Audi an der weiteren Senkung von Verbrauch und Emissionen: Bis zum Jahr 2012 wird Audi den CO₂-Wert seiner Modelle um rund 20 Prozent reduzieren und dabei ihren sportlich-hochwertigen Charakter deutlich schärfen.“ Mit einer 20-%igen Reduzierung würde Audi 2012 bei 143 g liegen, also 3 g über der Selbstverpflichtung für das Jahr 2008.

Ford und Opel verzichten auf konkrete Aussagen. Opel bewirbt seine Neuwagen allgemein als umweltfreundlich und vermarktet seine Entsorgungsprämie. Auch die beiden besten deutschen Hersteller verzichten auf belastbare Versprechen zur CO₂-Minderung. Auch sie sagen nicht die Einhaltung des 2012er Grenzwertes zu.

Bei BMW finden sich nur allgemeine Hinweise auf neue Motoren- und Fahrzeugtechniken. Das ist erstaunlich, weil der BMW-Vorstandsvorsitzende Dr. Reithofer noch bei der Hauptversammlung am 15. Mai 2007 die Einhaltung der Selbstverpflichtung bis 2008, eine konkrete CO₂-Minderungsstrategie für Neuwagen und (auf weitere Fragen von Aktionären) einen grundlegenden Wandel in der Werbestrategie versprochen hatte. Seine Rede ist von der BMW-Homepage verschwunden. Die Hauptversammlung wurde nicht protokolliert.

6. Die Autowerbung hat sich nicht substantiell geändert

Eine Auswertung durch den BUND von in Spiegel und Stern erschienener Autowerbung deutscher Hersteller ergab, dass die dort beworbenen Neuwagen einen durchschnittlichen CO₂-Ausstoß von 215 g pro km hatten. Die Themen Umwelt und sparsamer Verbrauch spielten dagegen praktisch keine Rolle. Komfort- und Prestigefaktoren machten zwei Drittel der Attribute der beworbenen Fahrzeuge aus.

Die intensive Klimadiskussion der letzten Monate hat bisher nur zu einzelnen Anzeigen mit positiven Klimabotschaften und zu einer zwischenzeitlichen Belebung des Aspekts Umwelt in der Autowerbung geführt. Dabei geht es in der Regel darum, den Neukauf eines Autos generell als umweltfreundlich darzustellen und daraus ein zusätzliches Motiv für den Autokauf herzuleiten.

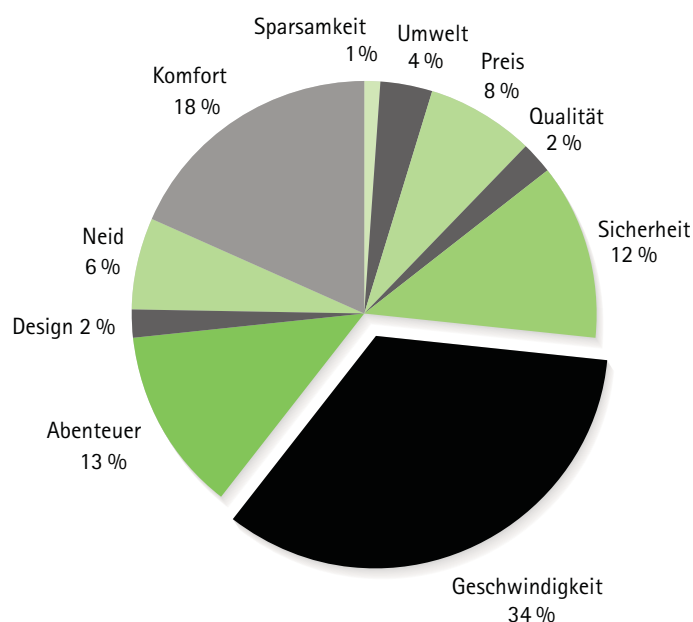
Einen grundlegenden Wandel in der Werbephilosophie hat es nicht gegeben. Umwelt und Klima-

schutz bleibt ein zusätzliches und anderen Faktoren untergeordnetes Werbemotiv. Kein Hersteller hat bisher, wie Prof. Ferdinand Dudenhöffer (FH Gelsenkirchen) fordert, den Klimaschutz in seinem Markenkern verankert.

Um nur einige Beispiele zu nennen: BMW bewarb Klimaschutz im Sinne seiner „Philosophie“ der „efficient dynamics“ gleichberechtigt mit dem Aspekt der Sportlichkeit, obwohl sportliches Fahren bestimmt kein ernsthafter Beitrag zum Klimaschutz ist.

VW bewirbt immerhin seine (allerdings recht teuren) Blue Motion-Sparfahrzeuge deutlich intensiver als zuvor. Ford und Opel betonen gelegentlich positive Umweltattribute wie die Sparsamkeit ihrer Gesamtflotten. Audi greift das Argument „Effizienz“ auf, ordnet sie aber den Elementen Sportlichkeit und Durchzugskraft seiner Motoren unter.

Attribute beworbener Autos 2005: Zusammenfassung



7. Die Politik tut zu wenig um die CO₂-Emissionen der Pkw zu reduzieren

In die CO₂-Emissions-Diskussion kam alleine durch den Grenzwertvorschlag der Europäischen Union für das Jahr 2012 Bewegung. Um deren Ausgestaltung tobt der Lobbykampf. ACEA und VDA kämpfen unter dem Motto „cost effectiveness“ und „integrated approach“ um eine Aushebelung der technischen, fahrzeugseitigen Grenzwerte. Nach Ansicht des VDA und der ACEA sollen z.B. Spritspartrainings und eine Ausweitung der Anerkennung des – angeblich klimaneutralen – Biosprits fahrzeugseitige Reduktionsverpflichtungen teilweise ersetzen.

Auch wenn die Kommissionsmitteilung vom 7. Februar 2007 noch Unklarheiten hat, sieht das das Anrechnen von Biosprit mit 5 g CO₂-Minderung vor und schließt zu Recht auch eco-driving aus. Fahrzeugseitig müssten demnach 125 g CO₂ pro km erreicht werden. Ein Konsens zeichnet sich ab, dass der Flottenverbrauchsansatz um einen segmentbezogenen Ansatz ergänzt wird, der Effizienz auf der Basis der Grundfläche oder des Ge-

wichts des Fahrzeugs bewertet. Notwendig ist auch die Begrenzung der Spitzengeschwindigkeiten von Neuwagen, um Spriteinsparungen durch Downsizing zu ermöglichen.

Die deutsche Politik hat bisher nichts zur Minderung der CO₂-Emissionen beigetragen. Nötig sind

1. die Umstellung der Kfz-Steuer auf CO₂-Basis mit Lenkungswirkung ab 2008;
2. der Abbau der Dienstwagenprivilegien: Weil dieser leider verschoben wurde, muss zumindest die Absetzbarkeit der Kfz-Steuer durch Unternehmen beendet werden. Sonst greift die Kfz-Steuerreform bei der Hälfte der Neuwagen nicht;
3. viel mehr Transparenz: Ein herstellerbezogenes Monitoring und verständliche EU-weite Verbraucherinformationen über den realen CO₂-Ausstoß werden gebraucht.

	2006 EU: Ø CO ₂ - Emission	2006 D: Ø CO ₂ - Emission	1997 EU Ø CO ₂ - Emission	Absenkung seit 1997 in %	Absenkung seit 1997 in g CO ₂ /km	EU-weite Verkäufe 2005	Zulassungen D 2006	2008/9: 1997 minus 25% = CO ₂ /km	'2012: minus 20/25/30 % zu 2006
Fiat	140	154	169	17	29	681.603	78.072	127	112
Citroen	145	148	172	16	27	875.389	83.469	129	116
Renault	149	155	173	14	24	1.361.607	149.516	130	119
SEAT	152	164	158	4	6	265.486	60.975	119	114
Ford	153	156	180	15	27	1.167.602	243.845	135	115
Peugeot	154	155	177	13	23	1.049.819	112.151	133	116
Opel	157	161	180	13	23	1.262.798	334.479	135	118
VW	161	173	170	5	9	1.387.628	690.116	128	121
Durchschnitt	162	173	186	13	24			140	120
Toyota	163	156	189	14	26	704.723	147.995	142	122
Audi	179	189	190	6	11	58.222	262.356	143	125
Mercedes	186	192	223	17	37	626.824	342.768	167	130
BMW	192	188	216	11	24	575.087	297.457	162	134

Quellen: Spalte **EU 2006**: Die Zeit v. 6.9.2007, Spalte **D 2006**: Kba-Daten; Spalte **EU 1997**: T&E 2006;
Spalte **2012**: ab 175 g EU-weit 2006 minus 30%, 150-174 g minus 25%, < 150 minus 20%

Die Erde braucht Freundinnen und Freunde

Der BUND ist ein Angebot: an alle, die unsere Natur schützen und den kommenden Generationen die natürlichen Lebensgrundlagen erhalten wollen. Zukunft mitgestalten – beim Schutz von Tieren und Pflanzen, Flüssen und Bächen vor Ort oder national und international für mehr Verbraucherschutz, gesunde Lebensmittel und natürlich den Schutz unseres Klimas.

Der BUND ist dafür eine gute Adresse. Wir laden Sie ein, dabei zu sein.

Ich will mehr Natur- und Umweltschutz

Bitte (kopieren und) senden an:

Bund für Umwelt und Naturschutz Deutschland e.V.,
Friends of the Earth Germany, Am Köllnischen Park 1, 10179 Berlin

Ich möchte

- ... mehr Informationen über den BUND
 ... Ihren E-Mail-Newsletter _____

Ich will den BUND unterstützen

Ich werde BUNDmitglied

Jahresbeitrag:

- Einzelmitglied (ab 50 €)
 Familie (ab 65 €)
 SchülerIn, Azubi,
StudentIn (ab 16 €)
 Erwerbslose, Alleinerziehende,
KleinrentnerIn (ab 16 €)
 Lebenszeitmitglied (ab 1.500 €)
.....

Wenn Sie sich für eine Familienmitgliedschaft entschieden haben, tragen Sie bitte die Namen Ihrer Familienmitglieder hier ein. Familienmitglieder unter 25 Jahren sind automatisch auch Mitglieder der BUNDjugend.

Name, Geburtsdatum

Name, Geburtsdatum

Ich unterstütze den BUND
mit einer Spende

- Spendenbetrag _____ €
 einmalig
 jährlich

Um Papier- und Verwaltungskosten zu sparen, ermächtige ich den BUND, den Mitgliedsbeitrag/die Spende von meinem Konto abzubuchen. Diese Ermächtigung erlischt durch Widerruf bzw. Austritt.

Name

Vorname

Straße, Hausnummer

PLZ, Ort

Kreditinstitut

Bankleitzahl

Kontonummer

E-Mail, Telefon

Datum, Unterschrift

Ihre persönlichen Daten werden ausschl. für Vereinszwecke elektronisch erfasst und – ggf. durch Beauftragte des BUND e.V. – auch zu



Impressum

Bund für Umwelt und Naturschutz Deutschland e.V. (BUND) · Friends of the Earth Germany ·
Am Köllnischen Park 1 · 10179 Berlin · Tel.: 0 30/2 75 86-4 0 · Fax: 0 30/2 75 86-4 40
Text: Dr. Werner Reh · V.i.S.d.P.: Dr. Norbert Franck · Gestaltung: N & U GmbH