



Herrn [REDACTED]
[REDACTED]
[REDACTED]
Willy-Brandt-Straße 1
10557 Berlin

Im Dezember 2025

Strategiedialog Automobilwirtschaft in Stuttgart – fehlende Perspektive auf den automobilen Mittelstand und den Privatkundenmarkt

Sehr geehrter Herr [REDACTED]

der Strategiedialog Automobilwirtschaft am 26. November in Stuttgart war ein wichtiges Signal: Die Zukunft des Automobilstandorts Deutschland erfordert den Schulterschluss aller Beteiligten.

Ich möchte allerdings eine Perspektive ergänzen, die beim Strategiedialog deutlich zu kurz kam: die der Autohäuser und Werkstätten als zentrale Schnittstellen zu den Kundinnen und Kunden. In Baden-Württemberg beschäftigen unsere 4.000 Betriebe knapp 82.000 Menschen – deutschlandweit sind es 470.000 Arbeitsplätze, mehr als die Automobilindustrie selbst beschäftigt. Ohne unsere Werkstätten und Autohäuser kommt kein Fahrzeug auf die Straße und keines wird gewartet. Wir setzen die Transformation täglich um – und genau deshalb kennen wir sowohl deren Hürden als auch die Lösungswege.

Eine nüchterne Bestandsaufnahme

Der Markt verkauft heute rund 20 Prozent weniger Neuwagen als in den 1990er Jahren. Mit durchschnittlich 44.000 Euro kostet ein Neuwagen etwa 80 Prozent eines durchschnittlichen Jahreseinkommens. Und trotz zehn Milliarden Euro Kaufprämien zwischen 2016 und 2023 liegt der E-Auto-Anteil im Bestand bei gerade einmal rund drei Prozent.

Die Ursache liegt aus unserer Sicht in einem Grundproblem: Wir haben eine Technologie vorgegeben und die Zeitspanne festgelegt, in der sie sich durchsetzen soll – aber dabei den Verbraucher und seine Möglichkeiten aus dem Blick verloren. Denn die privaten Kundinnen und Kunden kaufen nur das, was sie haben wollen und sich leisten können. Die bisherige Förderpolitik bediente vor allem den Neuwagenmarkt, der überwiegend aus Flotten- und gewerblichen Kunden besteht. Die breite Bevölkerung, also die große Masse der privaten Käuferinnen und Käufer, haben wir damit aber erkennbar nicht erreicht.

Der Schlüssel liegt im Gebrauchtwagenmarkt

Wenn E-Mobilität in der Mitte der Gesellschaft ankommen soll – bei Familien, bei Menschen mit kleinen und mittleren Einkommen –, dann entscheidet sich das auf dem Gebrauchtwagenmarkt. Hier kaufen Menschen mit eigenem Geld, ohne Subventionen, ohne Flottenrabatte. Ein neues Elektrofahrzeug kostet durchschnittlich über 50.000 Euro – Käufer wollen und können im Schnitt aber maximal 30.000 Euro ausgeben, viele Haushalte sogar nur Summen von 12.000 bis 25.000 Euro. Diese Lücke kann nur der Gebrauchtwagenmarkt schließen.

Positiv: Ein grundsätzliches Interesse ist oft vorhanden. Doch in den täglichen Kundengesprächen unserer Betriebe zeigen sich konkrete Hürden, die viele Menschen derzeit vom Kauf abhalten.

Ganz zentral sind insbesondere folgende Punkte:

- Viele Kunden fürchten den „Handyeffekt“ beim Akku – die Unsicherheit über Restkapazität und Lebensdauer ist einer der häufigsten Gründe, vom Kauf abzusehen.
- Damit direkt einher geht der Restwertverfall: Elektrofahrzeuge verlieren binnen drei Jahren rund die Hälfte ihres Wertes, während Benziner noch 64 Prozent behalten. Kundinnen und Kunden haben deshalb Angst um die Werthaltigkeit ihrer Investition.
- Und wer nicht zu Hause laden kann, zahlt an öffentlichen Schnellladesäulen bis zu 14 Euro pro 100 Kilometer – ein Drittel mehr als ein vergleichbarer Benziner. Solange Laden teurer und komplizierter ist als Tanken, bleibt die Kaufentscheidung für viele unattraktiv.
- Dazu kommt eine als unzureichend empfundene (Schnell-)Ladeinfrastruktur insbesondere in urbanen Räumen, in denen die Menschen oft keine eigenen Stellplätze haben.

Was jetzt helfen würde

Aus unserer Praxiserfahrung ergeben sich konkrete Ansatzpunkte: Wenn Fördergelder eingesetzt werden, dann müssen sie dort eingesetzt werden, wo sie die Breite erreichen – für bezahlbare Gebrauchtwagen unter 25.000 Euro statt für hochpreisige Neuwagen. Der Ausbau der Schnellladeinfrastruktur muss vorangetrieben werden. Niedrigere und transparente Ladestromkosten durch Reduzierung von Netzentgelten und Stromsteuer würden den Betriebskostenvorteil der E-Mobilität erst erlebbar machen.

Darüber hinaus könnten unabhängige Batteriezertifikate das Verbrauchervertrauen stärken. Die Kfz-Betriebe können diese Aufgabe übernehmen – die technische Kompetenz und die flächendeckende Infrastruktur sind vorhanden. In Kombination mit Garantie- und Versicherungslösungen ließe sich so ein Qualitätsstandard für gebrauchte E-Fahrzeuge etablieren, ohne neue staatliche Strukturen oder Monopole der Automobilhersteller zu schaffen.

Ein Angebot

Sehr geehrter Herr ██████████, die Klimaziele im Verkehr werden wir nur erreichen, wenn E-Mobilität auch für Normalverdiener funktioniert. Individuelle Mobilität darf nicht zum Luxusgut werden. Ich würde Ihnen daher gerne in einem persönlichen Gespräch erläutern, welche Erkenntnisse wir aus dem täglichen Kundenkontakt gewinnen – und wie diese in eine wirksame Förderpolitik einfließen könnten.

Mit freundlichen Grüßen

Michael Ziegler
Präsident