



Mit angezogener Handbremse

Volkswagens ID-Vertrieb

Mit angezogener Handbremse Volkswagens ID-Vertrieb

Autor: Benjamin Gehrs

Hamburg, im Dezember 2020

➔ Kein Geld von Industrie und Staat

Greenpeace ist international, überparteilich und völlig unabhängig von Politik, Parteien und Industrie.

Mit gewaltfreien Aktionen kämpft Greenpeace für den Schutz der Lebensgrundlagen.

Mehr als 600.000 Fördermitglieder in Deutschland spenden an Greenpeace und gewährleisten damit unsere tägliche Arbeit zum Schutz der Umwelt.

Impressum

Greenpeace e.V., Hongkongstraße 10, 20457 Hamburg, Tel. 040/3 06 18-0 **Pressestelle** Tel. 040/3 06 18-340, F 040/3 06 18-340, presse@greenpeace.de, www.greenpeace.de
Politische Vertretung Berlin Marienstraße 19–20, 10117 Berlin, Tel. 030/30 88 99-0 **V.i.S.d.P.** Benjamin Gehrs **Foto** Volkswagen **Gestaltung** Johannes Groht Kommunikationsdesign

1. Einleitung

VW inszeniert sich als deutscher Vorreiter bei der Antriebswende – also dem Abschied von Dieseln und Benzinern zugunsten von Elektroautos: Mit der Markteinführung der ID-Modelle verspricht der weltgrößte Autobauer „E-Mobilität für alle“.¹ Konzernchef Herbert Diess lässt keine Gelegenheit aus, die Bedeutung der Batterieautos für den Kampf gegen den Klimawandel zu betonen.² In der Folge des Dieselskandals 2015 ist die offensive Kommunikation zur Antriebswende ein wichtiger Teil der Imagepflege: Der ID.3 solle die Marke „empathischer, freundlicher, menschlicher“ machen, hieß es bei seiner Vorstellung im letzten Jahr.³ Offenbar mit Erfolg: Erstmals seit vier Jahren verbesserte sich 2020 das Image von VW im YouGov-Markenmonitor BrandIndex.⁴

Doch während VW in der Kommunikation Vollgas gibt, kommt der Vertrieb der neuen E-Autos kaum ins Rollen. Nach Angaben von VW lagen bis Ende November europaweit 54.000 Bestellungen für den ID.3 vor, 28.000 Fahrzeuge wurden ausgeliefert. Bedenkt man, dass es für die Einführungsversion des ID.3 2019 bereits 33.000 (unverbindliche) Vorbestellungen gab, ist diese Zahl enttäuschend.⁵ Zumal in vielen Ländern zuletzt zusätzliche Förderungen für E-Autos beschlossen wurden. Mit der Innovationsprämie der Bundesregierung – die im November 2020 bis zum Jahr 2025 verlängert wurde – steht insbesondere auch in Deutschland eine starke Absatzhilfe zur Verfügung.

Laut Zulassungsstatistik wurden im November 2020 in Deutschland 2439 ID.3 zugelassen – weniger als Renault Zoe (4287) und Hyundai E-Kona (2471).⁶ Dabei wird der ID.3 erst seit September 2020 ausgeliefert, während die E-Modelle der Konkurrenz bereits seit Jahren am Markt sind. Insgesamt wurden in Deutschland seit Start der Auslieferungen erst 7349 ID.3 zugelassen. Davon waren über 3000 Eigenzulassungen, also Autos, die auf VW selbst oder die VW-Händler registriert wurden.

Wie kommt es zu diesem vergleichsweise schwachen Start des ID.3? Ihn einfach einem Mangel an Nachfrage zuzuschreiben, springt zu kurz. Denn VW selbst tut wenig, um den Absatz der E-Autos zu fördern. Man könnte auch sagen: Der Autobauer bremst ihn sogar.

¹ Volkswagen AG: Ankündigung „E-Mobilität für alle“, 8. 5. 2019, <https://www.volkswagen-newsroom.com/de/stories/e-mobilitaet-fuer-alle-4960>

² Handelsblatt: „VW-Chef Diess: 2023 und 2024 wollen wir die Software einsetzen wie Tesla“, 6. 11. 2020, <https://www.handelsblatt.com/unternehmen/industrie/handelsblatt-auto-gipfel-vw-chef-diess-2023-und-2024-wollen-wir-die-software-einsetzen-wie-tesla/26598956.html>

³ Spiegel Online: „Weltpremiere VW ID3 – Strom ist die Hoffnung“, 10. 9. 2019, <https://www.spiegel.de/auto/aktuell/iaa-2019-volkswagen-enthueellt-das-elektroauto-vw-id3-a-1285605.html>

⁴ Wirtschaftswoche: „VWs Image verbessert sich – nach vier Jahren“, 4. 5. 2020, <https://www.wiwo.de/unternehmen/auto/brandindex-vws-image-verbessert-sich-nach-vier-jahren/25798788.html>

⁵ Volkswagen AG: „33.000 Menschen sagen: Ja, ich will“, Artikel zur Reservierung ID.3, 12. 9. 2020, <https://www.volkswagenag.com/de/news/stories/2019/09/33-000-people-say--yes--i-do.html>

⁶ Auto-Motor-Sport: Neuzulassungen Elektro-Autos November 2020 – Hyundai Kona schlägt VW ID.3, 9. 12. 2020, <https://www.auto-motor-und-sport.de/verkehr/elektroauto-neuzulassungen-deutschland-november-gesamtjahr-2020/>

Der vorliegende Report zeigt, dass

- VW kein Interesse an einer weiteren Beschleunigung der Antriebswende hat und den Absatz seiner Elektroautos einzig entlang der europäischen Vorgaben zum Flottenverbrauch plant
- es für VW-Händler*innen und -Verkäufer*innen keine Anreize gibt, unentschlossenen Kund*innen ein Elektroauto anstatt eines Verbrenners zu verkaufen
- andere Modelle mit von VW subventionierten, reizvollen Sonderkonditionen in den Markt gedrückt werden, während für den ID.3 keine gleichwertigen Maßnahmen existieren

Für diesen Report hat Greenpeace mit Brancheninsidern, Händler*innen und Verkäufer*innen von Volkswagen gesprochen. Darüber hinaus hat Greenpeace die gewonnenen Informationen mithilfe eines „Mystery Shoppings“ verifiziert: 56 Ehrenamtliche aus lokalen Greenpeace-Gruppen haben in insgesamt 50 VW-Autohäusern Beratungsgespräche zum Kauf eines Neuwagens geführt. Dabei nutzten sie im Gespräch mit den Verkäufer*innen ein einheitliches Fahrprofil, das nach Angaben von VW für die Nutzung des ID.3 passend ist.

Die Testkäufe haben gezeigt, dass

- der ID.3 nur in 1 von 25 Fällen von den Verkäufer*innen empfohlen wurde, wenn die Interessent*innen zu Beginn des Gesprächs keine Präferenz äußerten
- der ID.3 nur in 7 von 25 Fällen von den Verkäufer*innen empfohlen wurde, wenn die Interessent*innen zu Beginn des Gesprächs angaben, zwischen ID.3 und Golf 8 zu schwanken
- die Verkäufer*innen nur oberflächlich zum Thema Elektromobilität geschult sind und im Durchschnitt auf jede zweite Frage (48 Prozent) der Interessent*innen keine Antworten geben konnten oder falsche Informationen verbreiteten
- in einzelnen Fällen Verkäufer*innen eindeutig von einem Kauf des ID.3 abrieten und grundsätzliche Zweifel an der Elektromobilität äußerten

2. Geplante Punktlandung

In diesem Jahr liegt der durchschnittliche Flottengrenzwert in der EU erstmals bei 95 Gramm CO₂/km. Je nach Gewicht der verkauften Autos variiert der individuelle Grenzwert je Hersteller: Verkauft ein Hersteller viele schwere Autos wie SUV, liegt er höher, verkauft er vor allem Kleinwagen, liegt er niedriger. Legt man die Verkäufe bis einschließlich Oktober zugrunde, dürfte die Grenze für den VW-Konzern im Gesamtjahr 2020 bei 97 Gramm CO₂/km liegen.

Der Verkauf von Elektroautos gilt als wesentlicher Hebel für die Autobauer, um ihr individuelles Flottenziel zu erreichen. Grund dafür ist, dass E-Autos mit null Gramm in die Bilanz eingehen und zudem noch doppelt gezählt werden. Diese sogenannten Supercredits dürfen den Flottenausstoß laut EU-Regelung jedoch maximal um 7,5 Gramm senken, ein Wert der nach

Berechnungen des ICCT von VW bereits im Oktober erreicht wurde.⁷ Verfehlen die Hersteller ihren Zielwert, werden Strafzahlungen fällig: 95 Euro pro Gramm pro verkauftem Auto. In der Summe drohen den Herstellern Millionenbußen.

So bedrohlich die Aussicht auf Strafzahlungen scheint, so sehr hüten sich die Hersteller davor, die für sie geltenden CO₂-Flottenziele zu unterbieten. Ihr Ziel ist eine Punktlandung: möglichst genau so viele Elektroautos verkaufen, damit keine Strafen anfallen, aber auch nicht mehr. Das hat gleich mehrere Gründe:

1. Planung

Autohersteller sind unflexibel. Ihre Produkt- und Absatzplanung entsteht mit vielen Monaten bzw. Jahren Vorlauf. Für die Fertigung von Autos sind sie auf die pünktliche Lieferung von Teilen aus der Zuliefererindustrie angewiesen. Bei Elektroautos trifft das insbesondere auf die Batterien zu. Hersteller wie Volkswagen müssen sich daher frühzeitig auf Mengen festlegen und dabei die erwartete Nachfrage abschätzen. Dabei planen sie im Zweifel eher konservativ und orientieren sich an den geltenden gesetzlichen Vorgaben.

2. Gewinn

Die Margen bei Elektroautos sind bislang schlechter als bei Verbrennern. Der Grund dafür sind derzeit noch höhere Produktions- und Rohstoffkosten, wie unter anderem eine aktuelle Studie der Beratungsfirma PricewaterhouseCoopers darlegt.⁸ Zwar beteuert VW, mit dem ID.3 von Beginn an Gewinn zu machen. Doch ist unwahrscheinlich, dass dieser ähnlich hoch ausfällt wie bei einem vergleichbaren Verbrenner. Zum kleineren Elektroauto e-Up muss VW pro verkauftem Auto sogar bis zu 5000 Euro zuschießen. Auch der E-Golf ist bislang ein Verlustbringer, wie Konzernchef Herbert Diess kürzlich erklärte.⁹

Dass beim ID.3 knapp kalkuliert wird, lässt sich unter anderem daran erkennen, dass in vielen Tests des neuen E-Autos Verarbeitung und Materialqualität bemängelt wurden – bei einer Marke, die sonst viel Wert auf eben diese Eigenschaften legt, ein deutliches Zeichen für hohen Kostendruck.¹⁰

⁷ International Council on Clean Transportation (ICCT): Market Monitor – European passenger car registrations January – October 2020, November 2020, <https://theicct.org/sites/default/files/publications/MarketMonitor-EU-nov2020.pdf>

⁸ Handelsblatt: „E-Autos für Hersteller und Käufer weiter teuer“, 27. 8. 2020, <https://www.handelsblatt.com/unternehmen/industrie/studie-e-autos-fuer-hersteller-und-kaeufer-weiter-teuer/26131704.html?ticket=ST-51134-MmBE5PedhRAeznvH1Ww-ap1>

⁹ ecomento: „Corona-Sparkurs bei Volkswagen, ID.3 soll von Beginn an Geld verdienen“, 9. 6. 2020, <https://ecomento.de/2020/06/09/volkswagen-corona-sparkurs-id-3-soll-von-beginn-an-geld-verdienen>

¹⁰ Auto-Motor-Sport: „VW ID.3 mit Problemen im ersten Test“, 9. 9. 2020, <https://www.auto-motor-und-sport.de/elektroauto/vw-id-3-qualitaetsprobleme-test-verarbeitung-elektronik>

VW-Chef Herbert Diess hat in der Vergangenheit immer wieder betont, dass insbesondere die Kernmarke VW rentabler werden müsse.¹¹ Bislang kann die Marke diesen Anspruch aber nicht erfüllen und bleibt eine der renditeschwächsten im Konzern.¹² Der erklärte Anspruch, E-Auto-Vorreiter zu sein, lässt sich mit dem kurzfristigen Renditeziel offensichtlich nicht vereinbaren.

3. Phase-in-Jahr 2020

Für das aktuelle, erste Jahr, in dem das 95-Gramm-Ziel für CO₂-Emissionen gilt, haben die Autohersteller eine Sonderregelung ausgehandelt: In der Berechnung des Flottenverbrauchs dürfen pauschal die verbrauchsintensivsten fünf Prozent der Neuwagen gestrichen werden („Phase-in“).¹³

Diese Sonderregelung gilt ab 2021 nicht mehr, weshalb die Zielerreichung im nächsten Jahr nochmals schwerer werden wird. Jeder Kauf eines Elektroautos, der in diesem Jahr nicht stattfindet und ins nächste verschoben wird, kann 2021 einen wertvollen Beitrag zur Erreichung des dann schwerer zu erreichenden 95-Gramm-Ziels leisten.

4. Umrechnungsfaktor WLTP

2020 ist noch aus einem anderen Grund besonders: Die Fahrzeugzulassungen dieses Jahres bilden die Grundlage für herstellereinspezifische Umrechnungsfaktoren zwischen den beiden Prüfzyklen NEFZ und WLTP. Diese Faktoren sind mitentscheidend dafür, wie schwierig es für die Hersteller ist, zukünftige Flottenziele zu erreichen.

2020 wird die Erreichung der Flottenziele zum letzten Mal anhand der Verbrauchswerte aus dem alten Prüfzyklus NEFZ errechnet. Ab 2021 basieren die Flottenziele der Hersteller auf den im neuen WLTP-Zyklus gemessenen Verbrauchswerten. Da der WLTP-Zyklus anspruchsvoller ist als der Vorgänger-Zyklus NEFZ, wird das WLTP-Ziel mithilfe eines Umrechnungsfaktors ermittelt. Dabei gilt: Je größer die Differenz von NEFZ- und WLTP-Werten in 2020 ist, umso einfacher ist die Zielerreichung in der Zukunft.¹⁴

Weil Elektroautos sowohl im NEFZ als auch im WLTP mit null in die Bilanz eingehen, verringern sie den Umrechnungsfaktor.

¹¹ Handelsblatt: „VW-Chef Diess will höhere Rendite bei Kernmarke früher erreichen“, 19. 7. 2018, <https://www.handelsblatt.com/unternehmen/industrie/volkswagen-vw-chef-diess-will-hoehere-rendite-bei-kernmarke-frueher-erreichen/22819392.html?ticket=ST-5238178-YdwsCMivPEWDIbqWjQKd-ap6>

¹² Volkswagen AG: „Volkswagen Konzern und seine Marken schließen 2019 erfolgreich ab“, 17. 3. 2020, <https://www.volkswagen-newsroom.com/de/pressemitteilungen/volkswagen-konzern-und-seine-marken-schliessen-2019-erfolgreich-ab-5895>

¹³ Heise online: „CO₂-Flottenemissionen 2020: Wie nah sind die Autohersteller dem Grenzwert?“, 24. 7. 2020, <https://www.heise.de/hintergrund/CO2-Flottenemissionen-2020-Wie-nah-sind-die-Autohersteller-dem-Grenzwert-4843808.html>

¹⁴ Dornoff, Jan; Tietge, Uwe; Mock, Peter: On the way to ‚real-world‘, CO₂ values: The European passenger car market in its first year after introducing the WLTP, Mai 2020, https://theicct.org/sites/default/files/publications/On-the-way-to-real-world-WLTP_May2020.pdf

3. Neues System, neue Probleme

Mit der Einführung des ID.3 hat VW ein neues Vertriebssystem etabliert: Die ID-Modelle werden im sogenannten Agenturmodell verkauft. Das heißt: Volkswagen ist direkter Vertragspartner der Kunden, die Händler*innen fungieren nur noch als Agent*innen, die beraten, Probefahrten durchführen und die Auslieferung abwickeln. Die Händler*innen müssen die Fahrzeuge nicht vorfinanzieren, sie tragen weniger Risiken.¹⁵

Damit verbunden ist allerdings eine deutliche Reduzierung der Händlermarge: Während die Grundmarge bei Verbrenner-Modellen nach Informationen aus Händlerkreisen 14 Prozent beträgt, sind es bei den ID-Modellen lediglich 6 Prozent Provision.

Das bedeutet unter anderem, dass die Händler*innen auf ID-Modelle keinen Rabatt mehr geben können, wollen sie mit dem Verkauf der Autos Geld verdienen. Zugleich besteht beim Verkauf von Verbrennern weiter Verhandlungsspielraum. Ein Ungleichgewicht, das unentschlossene Interessent*innen zum „Schnäppchen“ Verbrenner treibt, wie Händler*innen und Verkäufer*innen bestätigen. VW selbst deutet das in seiner Kommunikation hingegen positiv um: „Der Verkaufsprozess“ werde bei den ID-Modellen „durch den Entfall der Preisverhandlung vereinfacht“.¹⁶

Den ID.3 gibt es aufgrund des neuen Vertriebssystems außerdem nur mit Lieferzeit, da die Händler*innen nicht auf Vorrat bestellen können. Kurzentschlossene Käufer*innen gucken beim ID.3 also in die Röhre, während sie bei den Verbrennern weiter aus vorkonfigurierten Fahrzeugen auswählen können, die beim Händler im Lager stehen.

Fehlende Boni für E-Auto-Verkäufe

Neben der Grundmarge sind die Händler*innen für ihren Betriebserfolg vor allem auf das Servicegeschäft sowie auf Bonuszahlungen aus Wolfsburg angewiesen. Boni gibt es etwa für die Erreichung bestimmter Mengenziele, für den Verkauf bestimmter Ausstattungen oder die Abnahme von Vorführwagen.

Nach Informationen aus Händlerkreisen gibt es jedoch weder eine zu erfüllende E-Auto-Quote noch einen Bonus, der speziell auf den Verkauf von E-Autos oder auch nur den Verkauf von Autos mit niedrigem CO₂-Ausstoß abzielt.

Volkswagen verweist in einer Antwort auf eine Greenpeace-Anfrage vom 16.12. auf eine „gesicherte und angemessene Provision für unsere Handelspartner“. Provision und Boni würden zudem auch dann gezahlt, wenn das Fahrzeug online gekauft wurde.

¹⁵ Kfz-Betrieb: „Agenturmodell für Elektro-VWs nimmt letzte Hürde“, 19. 2. 2020, <https://www.kfz-betrieb.vogel.de/agenturmodell-fuer-elektro-vws-nimmt-letzte-huerde-a-906692>

¹⁶ Volkswagen AG: „Volkswagen und Partnerverband vereinbaren neues Vertriebsmodell für ID. Familie in Deutschland“, 19. 2. 2020, <https://www.volkswagen-newsroom.com/de/pressemitteilungen/volkswagen-und-partnerverband-vereinbaren-neues-vertriebsmodell-fuer-id-familie-in-deutschland-5793>

Geringere Provision für Verkäufer*innen

Für die meisten Verkäufer*innen ist die Bruttoertragsprovision der wichtigste Bestandteil ihrer Vergütung.¹⁷ Dabei erhält der/die Verkäufer*in einen Anteil der Differenz zwischen Verkaufserlös und Anschaffungskosten. Er hat somit einen Anreiz, dem/der Käufer*in möglichst wenige Zugeständnisse zu machen. Schätzungen von Händler*innen gehen davon aus, dass rund drei Viertel der VW-Betriebe mit Bruttoertragsprovisionen arbeiten.

Verkäufer*innen, deren Vergütung vor allem auf der Bruttoertragsprovision basiert, werden durch das neue VW-Vertriebsmodell benachteiligt: Während sie bei Verbrennern mit Verhandlungsgeschick eine hohe Vergütung erreichen können, entfällt diese Möglichkeit bei den ID-Modellen – es fehlt die Aussicht auf einen besonders guten Abschluss.

Volkswagen erklärt dazu auf Greenpeace-Anfrage: „Grundsätzlich überlassen wir die Gestaltung der Verkäuferprovisionssysteme unseren Handelspartnern und da sie eigenständige Unternehmer sind, können wir hierauf auch keinen Einfluss nehmen.“ Es gebe allerdings auch Verkäufer-Prämien von VW. Bei diesem Programm werde der ID.3 „überproportional gefördert“.

4. Höhere Verkäufe möglich

VW besitzt eine Reihe von Instrumenten, um den Verkauf einzelner Modelle zu befördern: Werbekostenzuschüsse, Boni für den Verkauf einer bestimmten Anzahl von Fahrzeugen eines Modells, Anpassung der Leasingfaktoren. Doch trotz verhaltener Vertriebsserfolge in Deutschland hat der Hersteller beim ID.3 davon bislang kaum Gebrauch gemacht.

Stattdessen förderte VW vom 22. Juni bis zum 30. September 2020 den Abverkauf seiner konventionellen Modelle mit der Initiative „Deutschland startet durch“, bei der private Kund*innen beim Neuwagenkauf von VW und Händler 16 Prozent Mehrwertsteuer geschenkt bekamen. Ausgenommen von der Aktion waren nur der e-up und der ID.3.¹⁸

Außerdem legte VW zum Bestellstart der Plug-in-Hybrid-Varianten des Golf (GTE und eHybrid) im Sommer 2020 eine Sonderleasing-Aktion auf, die die Lieferzeiten für die Hybrid-Varianten nach oben schnellen ließ. Leasing-Angebote starteten bereits bei unter 100 Euro im Monat.¹⁹ Tausende Leasingnehmer*innen, die eines der zahlreichen Schnäppchen-Angebote annahmen, sind für den Leasingzeitraum als ID.3-Kunden verloren.

¹⁷ Autohaus.de: „Befragung: Neue Provisionssysteme im Autohandel gefordert“, 5. 7. 2018, <https://www.autohaus.de/nachrichten/befragung-neue-provisionssysteme-im-autohandel-gefordert-2187782.html>

¹⁸ Volkswagen AG: „Volkswagen setzt Konjunkturimpuls: 0% Mehrwertsteuer für VW-Kunden“, 22. 6. 2020, <https://www.volkswagen-newsroom.com/de/pressemitteilungen/volkswagen-setzt-konjunkturimpuls-0-mehrwertsteuer-fuer-vw-kunden-6145>

¹⁹ CHIP.de: „Nur noch wenige Stunden: VW verschleudert Hybrid-Golf für 99 Euro“, 20. 8. 2020, https://efahrer.chip.de/news/nur-noch-wenige-stunden-hybrid-golf-fuer-nur-99-euro-verschleuderte-1-liter-vw-im-leasing-deal_102851

Zwar gibt es seit Mitte November 2020 auch eine Sonderleasing-Aktion für den ID.3, die von VW gestützten Konditionen ermöglichen aber keine vergleichbaren Angebote: Sie starten weiterhin jenseits von 200 Euro im Monat.²⁰ Doppelt so hohe Leasingraten – trotz ähnlicher Preise der beiden Modelle.

Schlechte Schulungen

Das wichtigste Instrument für eine Beschleunigung der ID-Verkäufe käme VW nicht teuer: Eine umfangreiche und motivierende Schulung der Vertriebspartner*innen, damit diese in Kundengesprächen überzeugend und glaubwürdig zur Elektromobilität beraten können. Händler*innen und Verkäufer*innen bestätigen im Gespräch, dass bisherige Schulungen oberflächlich waren und zu wenig auf die Vorteile von Elektromobilität gegenüber Verbrennern und Plug-in-Hybriden sowie auf kritische Kundenfragen eingingen.

Wie sehr überzeugte Händler*innen und Verkäufer*innen Einfluss auf den Verkaufserfolg von Elektroautos haben, lässt sich auch daran erkennen, dass einzelne Autohäuser einen viel größeren Elektro-Anteil an ihren Verkäufen haben als der Durchschnitt. So waren knapp die Hälfte (47 Prozent) der ausgelieferten Autos eines Tarmstedter VW-Händlers in den ersten drei Quartalen des Jahres nach eigenen Angaben Elektroautos.²¹

Volkswagen erklärt zu den Schulungen: „Wir haben seit 2018 mit einem sehr umfangreichen Maßnahmenpaket und einem siebenstelligen Betrag in die Schulung investiert.“ Die Vorbereitung auf die E-Mobilität sei die „intensivste Marktvorbereitung“ gewesen, die man bisher vorgenommen habe. Es sei aber klar, dass der Handel „einen Spagat zu meistern“ habe, da er gleichzeitig Verbrenner, Plug-in-Hybride und Elektroautos vertreibe.

5. Mystery Shopping

Fehlende finanzielle Stimuli, oberflächliche Schulungen, dazu die Aussicht auf ein schlechteres Servicegeschäft mit wartungsarmen E-Autos: VW-Händler*innen und -Verkäufer*innen in Deutschland fehlen Anreize, möglichst viele ID.3 zu verkaufen.

Das zeigen auch 50 Testgespräche im Rahmen von Neuwagen-Kaufberatungen, die Greenpeace-Ehrenamtliche im November 2020 bei 50 verschiedenen VW-Händler*innen bundesweit in 38 Städten durchgeführt haben.

Die Hälfte der Testkäufer*innen kam mit einer offenen Frage nach einer Modell-Empfehlung in eines der 865 VW-Autohäuser, die den ID.3 im Auftrag von VW anbieten. Die andere

²⁰ Autobild: „VW ID.3 Performance für günstige 215 Euro im Privatleasing“, 25. 11. 2020, <https://www.autobild.de/artikel/vw-id.3-2020-black-friday-leasing-preis-elektroauto-18592241.html>

²¹ Autohaus Warncke GmbH: twitter-Meldung „E-Anteil: Genau 47 Prozent (!) der ausgelieferten Pkw-Neuwagen in den ersten drei Quartalen 2020 waren vollelektrische Stromer ...“, 22. 10. 2020, <https://twitter.com/GmbhWarncke/status/1319169284661301248>

Hälfte der Testkäufer*innen erklärte, zwischen Golf und ID.3 zu schwanken. In allen Beratungsgesprächen stellten die Testkäufer*innen außerdem fünf Fragen zur Elektromobilität und baten die Verkäufer*innen, Vorteile von E-Autos zu benennen (siehe Kasten „So haben wir getestet“).

So haben wir getestet

Die ehrenamtlichen Testkäufer*innen sind mit einem einheitlichen Profil in die Beratungsgespräche zu den VW-Autohäusern gegangen, das sie den Verkäufer*innen auf Nachfrage erläuterten. Zu Beginn wurde lediglich der Beratungsbedarf artikuliert und um eine Empfehlung gebeten. Im Anschluss wurden die fünf Fragen zur E-Mobilität gestellt sowie nach spezifischen Vorteilen von E-Autos gefragt.

Profil

- Jährliche Fahrleistung: ca. 30.000 Kilometer
- Fahrprofil: Tägliche Strecken bis 200 km; dazu regelmäßige Ausflugsfahrten/Besuche von Freund*innen/Großelternbesuche am Wochenende bis 200 km (ein Weg); ein- oder zweimal im Jahr Urlaub mit Auto innerhalb Deutschlands oder ins europäische Ausland bis 1000 km (ein Weg)
- Eigener Stellplatz mit Lademöglichkeit (Stromanschluss): ja
- Budget: bis maximal 35.000 Euro (nach Abzug aller Prämien etc.)
- Passagiere: bis zu 5
- Bisheriges Auto: Golf VII von 2013 (Benziner)
- Anhängerkupplung benötigt: nein
- Barkauf, Leasing oder Finanzierung: Barkauf (Sofortzahlung) oder Leasing

Dieses Profil mit einer vergleichsweise hohen Jahresfahrleistung und täglichen Strecken im mittleren Entfernungsbereich passt nach Aussage von VW zu einem ID.3 mit mittlerer Batteriegröße (58 kWh) oder großer Batterie (77 kWh). Beide liegen innerhalb des Budgets.

Auf der Website von VW heißt es zur Eignung: „Wenn Sie im Außendienst täglich rund 200 km zurücklegen oder auch privat längere Fahrten vorhaben – sei es, um die Familie oder Freunde zu besuchen, einen Städtetrip zu planen oder in den Ferien kurz an die See oder in die Berge zu fahren – ist der ID.3 mit 58 kWh-Batterie und einer praxisnahen Kundenreichweite von 300 bis 420 km die richtige Option.“ Und: „Wenn Sie – beruflich oder privat – auch längere Strecken zurücklegen wollen, dann ist der ID.3 mit 77 kWh-Batterie und einer praxisnahen Kundenreichweite von 390 bis 550 km die ideale Lösung für Sie.“¹

Die Empfehlung sowie die Antworten zu den Fragen wurden im Anschluss aus dem Gedächtnis oder während des Gesprächs durch eine zweite Person protokolliert.

¹ Volkswagen AG: Aufladen & Reichweite – Wie weit kann ich fahren?, 2020, https://www.volkswagen.de/de/e-mobilitaet-und-id/id_wissen/elektroauto-laden-reichweite/wie-weit-kann-ich-fahren.html

5.1 Empfehlungen

In den insgesamt 50 Beratungsgesprächen haben VW-Verkäufer*innen den Testkäufer*innen nur 8 Mal den ID.3 empfohlen, dagegen 27 Mal ein Modell mit Verbrennungsmotor (Benzin, Diesel, Plug-in-Hybrid). In einem Gespräch wurde ein anderes Elektroauto empfohlen, 14 Mal gab es keine explizite Empfehlung der Verkäufer*innen.

Besonders deutlich zeigte sich die Fixierung auf Verbrenner, wenn die Testkäufer*innen zu Beginn des Gesprächs das Thema Elektromobilität nicht erwähnten. In 17 von 25 Fällen empfahlen die VW-Verkäufer*innen daraufhin einen Verbrenner. Nur einmal wurde dagegen ein ID.3 empfohlen (siehe Tabelle 1).

Budget 35.000 Euro: Empfehlung?

„Ich interessiere mich für einen Neuwagen. Bei Modell und Antrieb bin ich noch offen. Mein Budget liegt bei bis zu 35.000 Euro nach Abzug aller Rabatte. Welches Auto würden Sie mir empfehlen?“

	Anzahl	Prozent
Verbrenner (Benzin, Diesel, PHEV)	17	68
ID.3	1	4
anderes E-Auto	1	4
keine Empfehlung	6	24
N	25	100

Tabelle 1: Empfehlung bei offener Fragestellung

Gaben die Testkäufer*innen an, sich entweder den Kauf eines Golf oder eines ID.3 vorstellen zu können, empfahlen immerhin 7 Verkäufer*innen den ID.3, 10 votierten für den Golf (siehe Tabelle 2).

Golf oder ID.3?

„Ich interessiere mich für einen Neuwagen. Ich könnte mir entweder einen Golf mit Benzinmotor oder als Plug-in-Hybrid vorstellen oder den elektrischen ID.3. Ich bin noch unentschlossen, welcher Antrieb am besten ist: Was würden Sie empfehlen?“

	Anzahl	Prozent
Golf (Benzin, Diesel, PHEV)	10	40
ID.3	7	28
keine Empfehlung	8	32
N	25	100

Tabelle 2: Empfehlung bei Entweder-Oder-Fragestellung

Einzelne Verkäufer*innen rieten in den Beratungsgesprächen eindeutig vom Kauf eines ID.3 ab. Ein Verkäufer erklärte, dass er den ID.3 nur bis zu einer Jahresfahrleistung von 15.000 Kilometern „mit gutem Gewissen“ empfehlen könne.

Ein anderer Verkäufer erklärte gegenüber der Testkäuferin, er halte den Verkauf von E-Autos für verfrüht. Erst in fünf Jahren sei die Infrastruktur gut genug ausgebaut. Außerdem brauche man beim ID.3 sehr viel Vertrauen in die Elektronik.

Ein weiterer Verkäufer zählte gleich eine ganze Reihe von Nachteilen des ID.3 auf: Gewicht, Preis, Details, Ressourcenaufwand. Zudem erklärte er, dass bei der Rohstoffgewinnung möglicherweise „Kinderarbeit im Spiel“ sei.

5.2 Fragen

In allen Beratungsgesprächen stellten die Testkäufer*innen fünf Fragen zur Elektromobilität. Mit ihnen wurde Basiswissen abgefragt, auf gängige Vorurteile gegenüber E-Mobilität eingegangen sowie die Glaubwürdigkeit von Werbeversprechen hinterfragt. Dabei konnten die VW-Verkäufer*innen fast die Hälfte der gestellten Fragen (48 Prozent) nicht oder nicht richtig beantworten.

Trotz der aktuellen Diskussion um die Ladeinfrastruktur konnte etwa nur jede*r zehnte Verkäufer*in in etwa sagen, wie viele öffentlich zugängliche Ladestationen es in Deutschland gibt. Nur die Hälfte der VW-Verkäufer*innen konnte mit Sicherheit sagen, ob man mit dem ID.3 100 Kilometer weit fahren kann, wenn man ihn 12 Stunden lang an der Haushaltssteckdose auflädt (Tabellen 3 und 4).

Anzahl Ladestationen?

„Wie weit ist denn die Ladeinfrastruktur? Wie viele öffentliche Ladestationen gibt es etwa in Deutschland?“

	Anzahl	Prozent
richtige Antwort (ca. 20.000, Bereich 10.000 bis 30.000)	5	10
falsche oder keine Antwort	45	90
N	50	100

Tabelle 3

Laden an Haushaltssteckdose?

„Wenn ich den ID.3 für 12 Stunden an der normalen Haushaltssteckdose lade, wie weit komme ich damit? Kann ich dann ganz sicher 100 Kilometer fahren?“

	Anzahl	Prozent
richtige Antwort (ja, 100 bis 200 Kilometer)	25	51
falsche oder keine Antwort	24	49
N	49	100

Tabelle 4

Überlastung Stromnetz?

„Ich habe gelesen, wenn jetzt Millionen E-Autos fahren, dass das Laden dann das Stromnetz überlastet. Stimmt das?“

	Anzahl	Prozent
richtige Antwort (nein)	36	73
falsche oder keine Antwort	13	27
N	49	100

Tabelle 5

Größere Brandgefahr?

„Was ist mit Brandgefahr? Brennen Elektroautos statistisch gesehen häufiger als Verbrenner?“

	Anzahl	Prozent
richtige Antwort (nein)	40	83
falsche oder keine Antwort	8	17
N	48	100

Tabelle 6

Was bedeutet klimaneutral?

„Der ID.3 soll ja bei Auslieferung ‚bilanziell klimaneutral‘ sein. Was bedeutet das genau?“

	Anzahl	Prozent
richtige Antwort (Einsatz Grünstrom bei Produktion, Kompensation über Waldschutzprojekt)	21	46
falsche oder keine Antwort	25	54
N	46	100

Tabelle 7

Große Wissenslücken gab es auch beim Thema Klimaneutralität (Tabelle 7). Obwohl VW den ID.3 sehr offensiv als „bilanziell klimaneutral“ bei der Auslieferung bewirbt, konnte mehr als die Hälfte der VW-Verkäufer*innen nicht erklären, was das eigentlich bedeutet. Die Hürde war hier bewusst niedrig gelegt – die Erwähnung von regenerativ erzeugtem Strom in der Produktion und Kompensation verbleibender CO₂-Emissionen genügte für eine richtige Antwort.

Dabei ist das Thema deutlich komplexer und sehr umstritten: Ein Greenpeace-Report hat erst kürzlich aufgedeckt, dass beim ID.3 rund 90 Prozent der Produktions-Emissionen kompensiert werden, dazu mithilfe eines Waldschutzprojektes, dessen zusätzlicher Nutzen für das Klima sehr zweifelhaft ist.²²

5.3 Vorteile

In einem letzten Schritt fragten die Testkäufer*innen, welche Vorteile ein E-Auto gegenüber Benziner und Plug-in-Hybrid habe. Insgesamt nannten die 50 Verkäufer*innen hier 104 Vorteile – rund zwei pro Verkaufsgespräch. Am häufigsten genannt wurde „Fahrspaß“ (15 Nennungen), gefolgt von „umweltfreundlich“ (11 Nennungen) und die „Förderung durch Prämie“ (9). Es folgten weitere ökonomische Argumente mit „Laden günstiger als Tanken“ und „wartungsarm“ (je 7 Nennungen). „Geräuschloses Fahren“ (6 Nennungen) und „Lokal emissionsfrei“ (5 Nennungen) wurden vergleichsweise selten genannt.

²² Greenpeace e. V.: VWs Bluff mit der Klimaneutralität, September 2020, https://www.greenpeace.de/sites/www.greenpeace.de/files/publications/s03221_gp_suv_id4_studie_09_2020_dt_fly_04.pdf

6. Greenpeace-Forderungen

VW muss die stark abweichenden Konditionen für den Verkauf von Elektroautos und den Verkauf von Autos mit Verbrennungsmotor angleichen. Händler*innen und Verkäufer*innen dürfen nicht länger dafür bestraft werden, E-Autos zu verkaufen.

Es reicht nicht, sich zum Vorreiter der Elektromobilität auszurufen. Diesem Anspruch muss man auch im direkten Kontakt mit den Kund*innen gerecht werden. VW muss seine Vertriebspartner*innen daher auf Kundenfragen zum Thema Elektromobilität besser vorbereiten und umfassend schulen.

Um eine weitere Verzögerungstaktik beim Vertrieb zu vermeiden, braucht es klare politische Regeln für eine rasche Antriebswende: Ab 2025 dürfen in Deutschland keine neuen Verbrenner auf die Straße kommen, ab 2028 europaweit. Das bedeutet: VW muss seinen Ausstiegsplan aus dem Verbrennungsmotor massiv beschleunigen, weitere Investitionen in neue Diesel und Benzinere müssen sofort gestoppt werden.