

«Die grosse Ideologisierung um das Auto verunsichert die Kunden»

Der Chef des Autoimporteurs Amag, Helmut Ruhl, hat eine Erklärung dafür, warum die Elektromobilität nicht vorankommt. Im Gespräch mit Jürg Meier und Michael Rasch gibt er sich überzeugt, dass man die europäischen Autohersteller dennoch nicht abschreiben darf

Herr Ruhl, die europäische Autoindustrie steckt in der Krise. Wie ist sie da hineingeraten?

Der Grund sind tektonische Verschiebungen im Autogeschäft. In den vergangenen zehn Jahren ist China zum grössten Automarkt der Welt geworden, mit 24 Millionen Neuzulassungen. In den USA gibt es rund 16 und in Europa etwa 14 Millionen Neuwagen pro Jahr. Die Europäer und speziell Volkswagen waren in China enorm erfolgreich bei Autos mit Verbrennungsmotoren, sind es aber im Moment noch nicht bei Elektroautos, Plug-in-Hybriden und Range-Extendern. Zudem funktioniert das Konzept des Weltautos nicht mehr, bei dem die Automarken ein Fahrzeug irgendwo herstellen und dann in der ganzen Welt vertreiben.

Warum nicht?

Das ist ein Resultat des zunehmenden Protektionismus. Neuerdings gibt es Zölle in den USA, und schon früher bestand in China die Pflicht, mit lokalen Partnern Gemeinschaftsunternehmen zu gründen. Heute benötigt man zudem ein Software-Ökosystem für China und ein anderes für die westliche Hemisphäre. Das ist teuer.

Das deutsche und europäische Geschäftsmodell ist also am Ende?

Das Rennen ist noch längst nicht entschieden, aber die Konkurrenz ist viel härter geworden. Gerade die Deutschen waren die Globalisierungsweltmeister. Sie haben die Fahrzeuge in Deutschland entwickelt und teilweise auch hergestellt und dann in die Welt exportiert. Mittlerweile wird jedoch jedes dritte Auto der Welt in China produziert, Europa hat nur noch einen Anteil von 15 Prozent.

Was war die Folge?

Die europäischen Hersteller mussten ihre Geschäftsmodelle massiv anpassen, Fertigungskapazitäten abbauen und restrukturieren. Jetzt kommen aber auch die ersten positiven Überraschungen. Der VW-Konzern legt in Südamerika zweistellig zu, und wir bei der Amag haben in der Schweiz den zweithöchsten Marktanteil in der Unternehmensgeschichte erreicht.

Als einzige Region in der Welt wollte die EU den Verbrenner verbieten. Hat das auch zur Krise der europäischen Industrie geführt?

Es wäre wichtig, eine derart grosse Transformation wie jene der Automobilbranche mit konsistenten Rahmenbedingungen anzugehen. Beim Verbrennerverbot ist es der Politik nicht gelungen, diese Stabilität sicherzustellen. In Europa führte das zudem zu einer grossen Ideologisierung um das Auto, auch um das Elektroauto. Das hat die Kunden sicherlich verunsichert.

Wie genau?

Nehmen wir die Schweiz als Beispiel. Im vergangenen Jahr wurden 25 Prozent weniger Neuwagen zugelassen als vor Corona. Das Durchschnittsalter des Fahrzeugparks hat sich in dieser Zeit von neun Jahren auf inzwischen fast elf Jahre erhöht. Das führt aber nicht zu insgesamt weniger Autos. Der Schweizer Fuhrpark ist sogar von 4,7 auf 4,8 Millionen Fahrzeuge gestiegen. Für den Klimaschutz sind das keine guten Nachrichten, denn die älteren Autos haben eine schlechtere Umweltbilanz.

In China verlieren die deutschen Marken bei Elektroautos massiv Marktanteile. Für die Kunden auch in Europa gewinnen Infotainment und Software an Bedeutung; ihnen ist deshalb zunehmend unwichtig, ob sie in einem Audi, einem BMW oder einem Mercedes sitzen. Diese These ist immer wieder zu hören. Ich habe eine völlig andere Meinung.



Helmut Ruhl, Chef der Amag-Gruppe, sieht die Schweizer Städte in der Pflicht, das Ladenetz zügig auszubauen. Zürich liege hier im Vergleich weit zurück. A. ZÄHLER / CH MEDIA

«Der Technologietransfer läuft heute in die andere Richtung: Die Chinesen zeigen uns, wie man Batterien skaliert und industriell fertigt.»

Kenner der Autobranche

jmu. · Helmut Ruhl studierte Betriebswirtschaft in Würzburg. Er arbeitete in verschiedenen Funktionen für Daimler, unter anderem in Deutschland, China, der Schweiz und Tschechien. Im September 2017 wurde er CFO der Amag-Gruppe, im März 2021 CEO. Die Amag-Gruppe beschäftigt rund 7500 Mitarbeitende und importiert etwa die Marken Volkswagen, Audi, Seat, Cupra, Skoda und VW Nutzfahrzeuge. Mit Helion ist sie auch im Energiebereich tätig.

Lange Zeit behaupteten Experten etwa, Batterien seien austauschbare Massware. Heute ist allen klar, dass sie für jeden Hersteller ein entscheidender Wettbewerbsfaktor sind. Vor fünfzehn Jahren schlugen Berater den Autokonzernen noch vor, sie sollten möglichst viel Wertschöpfung zu den Zulieferern auslagern. Heute sehen wir: Genau das Gegenteil ist ein Erfolgsfaktor. Bei der Vielzahl an neuen Wettbewerbern aus China gewinnen Marken sogar an Bedeutung. Sie geben den Autokäufern Orientierung. Wir haben als Importeur der Volkswagen-Gruppe Marken mit Strahlkraft.

Laut Medienberichten hat der VW-Konzernchef Oliver Blume eine Task-Force eingerichtet, weil es Probleme bei der für die Software-Entwicklung entscheidenden Kooperation mit dem amerikanischen Unternehmen Rivian gibt.

Journalisten schreiben gerne über Dinge, die nicht funktionieren. Sie könnten auch darüber berichten, dass die Marke Volkswagen mittlerweile eine äusserst zuverlässige Software in den neuen Modellen hat. Der VW ID.7 ist laut Fachzeitschrift «Auto, Motor und Sport» besser als die vergleichbaren Modelle der etablierten Premiumwettbewerber – mit genau dieser Software. In den westlichen Märkten sind unsere Produkte jenen der neuen Wettbewerber aus China weiterhin überlegen.

Das Batteriegeschäft wird von China dominiert, auch die Beschaffung der nötigen Rohstoffe. Gerät Europas Autoindustrie in eine gefährliche Abhängigkeit?

Wenn wir nicht reagieren, besteht diese Gefahr. Der VW-Konzern hat Ende vergangenen Jahres jedoch die erste Batteriefabrik in Salzgitter in Betrieb genommen. Dies, nachdem andere Batterieprojekte in Europa wenig erfolgreich gewesen waren.

Mithilfe von chinesischen Ingenieuren.

Ja, nun läuft der Technologietransfer in die andere Richtung. Die Chinesen zeigen uns, wie man Batterien skaliert und industriell fertigt. Wir haben die Möglichkeit, dieses Know-how hier aufzubauen. Wir müssen es nur beherzt angehen.

In Norwegen haben chinesische Hersteller einen Marktanteil von rund 20 Prozent. Werden chinesische Marken auch in der Schweiz zur ernsthaften Konkurrenz für die Amag und andere Importeure?

Die chinesischen Hersteller werden ihren Platz finden, wie einst die Japaner und später die Koreaner. Im Automobilvertrieb ist die Schweiz allerdings die Champions League. Anbieter benötigen ein herausragendes Händler- und Servicenetz. Die Amag hat ein Partnernetz mit 220 Händlerbetrieben und 280 Servicestationen. Da müssen die chinesischen Konkurrenten erst einmal hinkommen.

Jahrelang war die Autobranche euphorisch, was die Elektromobilität betrifft. Die Technologie sei dem Verbrenner überlegen und werde sich rasch durchsetzen, sagten selbst viele Autohersteller. In der Schweiz und vielen anderen Ländern ist es nicht so gekommen. Warum?

Das liegt nicht an der Automobilbranche, sie hat ihre Hausaufgaben gemacht. Mittlerweile können Konsumenten zwischen rund 300 Elektroauto-Modellen auswählen. Und das Angebot wächst weiter.

Aber?

Das Problem sind die Rahmenbedingungen. Vor knapp fünf Jahren hat die Branche mit dem Bund und weiteren Akteuren die Roadmap-Elektromobilität beschlossen. Das Ziel war, dass im Jahr 2025 insgesamt 50 Prozent der neu verkauften Autos einen Stecker haben, also entweder Batterieautos oder Plug-in-Hybride sind. Doch dieses Ziel haben wir weit verfehlt. Wir liegen bei 34 Prozent.

Was sind die Gründe dafür?

Für die Kunden sind vor allem drei Dinge wichtig: der Preis samt den laufenden Kosten der Autos, die Reichweite und die Infrastruktur für das Aufladen. Und bei Infrastruktur und Kosten für das Laden harzt es in der Schweiz sehr stark.

Wo genau?

Die Schweiz ist ein Land der Mieter und Stockwerkeigentümer. Für 70 Prozent ist es schwierig, in der eigenen Tiefgarage oder am Parkplatz eine Ladestation zu installieren, weil Vermieter oder Stockwerkeigentümergeinschaften mitreden. Das Parlament hat zwar Abhilfe beschlossen, umgesetzt sind die Massnahmen aber noch nicht. Und die Städte liegen beim Aufbau der Ladenetze weit zurück. In Zürich gibt es pro 10 000 Einwohner nur 16 Ladestationen. In London sind es dagegen 28 und in Oslo gar 46.

Und trotzdem hat Zürich soeben ambitionierte Ziele für die Elektrifizierung verabschiedet.

Genau. Bis 2030 sollen 65 Prozent der neu verkauften Autos elektrisch sein, 25 Prozent des gesamten Bestandes. Heute liegen wir beim Verkauf bei 23 Prozent. Wenn man sich solch ambitionierte Ziele setzt, dann muss man jetzt handeln. Und da sehe ich in Zürich ein grosses Problem: Als zentrale Massnahme läuft dort ein einziges Pilotprojekt, mit dem die Machbarkeit des Elektroauto-Ladens im Quartier untersucht wird. Das ist viel zu wenig, um die gesetzten Ziele zu erreichen.

In Zürich und vielen anderen Städten wollen Teile von Bevölkerung und Politik nicht mehr Elektromobilität, sondern schlicht weniger Autos.

Damit verkennen sie die Realitäten. Selbst wenn die Verkehrsstrategie des Bundes voll umgesetzt und damit mas-

siv in den öV investiert wird: 2050 werden immer noch 68 Prozent der Personenkilometer mit Personenwagen zurückgelegt. Heute sind es 73 Prozent. Es wird also nicht so sein, dass es 2050 praktisch keine Autos mehr gibt. Wenn die Städte jetzt nicht ernsthaft mit der Transformation beginnen, werden dort in einigen Jahren vor allem alte Verbrenner herumfahren.

Auf Bundesebene wird eine neue Abgabe für Elektroautos diskutiert, unter anderem über den Ladestrom. Welche Folgen hätte das?

Wenn sie so wie im Gesetzesentwurf angedacht umgesetzt wird, bremst das den Übergang zur Elektromobilität noch stärker ab. Und die Fahrer von Plug-in-Hybriden werden tanken anstatt Strom laden.

Warum?

Legt man die zusätzliche Belastung auf den Strompreis um, wird das Laden zu Hause gleich teuer wie das Tanken. Und das Aufladen unterwegs wäre dann sogar deutlich kostspieliger als der Gang zur Tankstelle, in der Grössenordnung von 50 bis 70 Prozent. Das werden die Autokäufer nicht akzeptieren.

Nicht nur bei diesem Thema steht die Autobranche im Gegenwind. Letzte Woche hat die zuständige Nationalratskommission dagegen entschieden, den Fahrzeugimporteuren mehr Zeit zur Erfüllung der CO₂-Vorgaben einzuräumen, so wie es die EU bereits getan hat.

Ich kann einfach nicht verstehen, weshalb die Nationalratskommission diesen Entscheid gefällt hat und sie die Anstrengungen der Automobilbranche nicht würdigt, die Transformation des Verkehrssystems und damit die Erreichung der Schweizer CO₂-Ziele zu schaffen.

Die Kommission begründet den Entscheid damit, dass der Schaden für die Autoimporteure verkraftbar sei. Dieser betrage nicht wie befürchtet 500 Millionen Franken, sondern nur 125 Millionen.

Ich weiss nicht, wie man in Bern auf diese Zahl kommt. Die Kommission hat entscheidende Punkte ausgeblendet. Uns entsteht ja nicht nur der Schaden aus der höheren CO₂-Abgabe, sondern es gibt eine Reihe anderer Kostenblöcke.

Welche?

Der Restwert der Elektroautos, die zum Beispiel am Ende von Leasingverträgen zu den Händlern zurückkommen, ist tiefer, als die Branche das ursprünglich erwartet hatte. Importeure, welche die CO₂-Ziele mit ihrer Flotte nicht erfüllen, müssen nun zusätzliche Zertifikate kaufen. Dass die Schweiz bei den CO₂-Emissionen jetzt eine strengere Regelung hat als die EU, kostet uns also weit mehr als die genannten 125 Millionen Franken. Wir diskutieren in der Schweiz gerade über Rahmenbedingungen, die es der Autobranche schlicht unmöglich machen werden, ihre für 2030 gesetzlich festgelegten CO₂-Ziele zu erfüllen.

Trotz allen Schwierigkeiten sind Sie überzeugt, dass sich Elektroautos längerfristig durchsetzen werden. Solche Autos müssen weniger erwartet werden. Was bedeutet das für die Amag?

Unser Geschäft wird sich verändern, aber das wird noch viele Jahre dauern. In der Schweiz gibt es rund 4,8 Millionen Personenwagen, erst etwa 250 000 sind elektrisch. Wenn pro Jahr 50 000 bis 60 000 neue verkauft werden, dauert es lange, bis Elektroautos den Bestand dominieren. Und dann reden wir über rund 40 Prozent tiefere Umsätze in der Werkstatt. Das wird zu einer weiteren Konsolidierung führen: Es wird tendenziell grössere Garagenbetriebe geben, die den Umsatzausfall in der Werkstatt durch mehr Neuwagenverkäufe kompensieren.