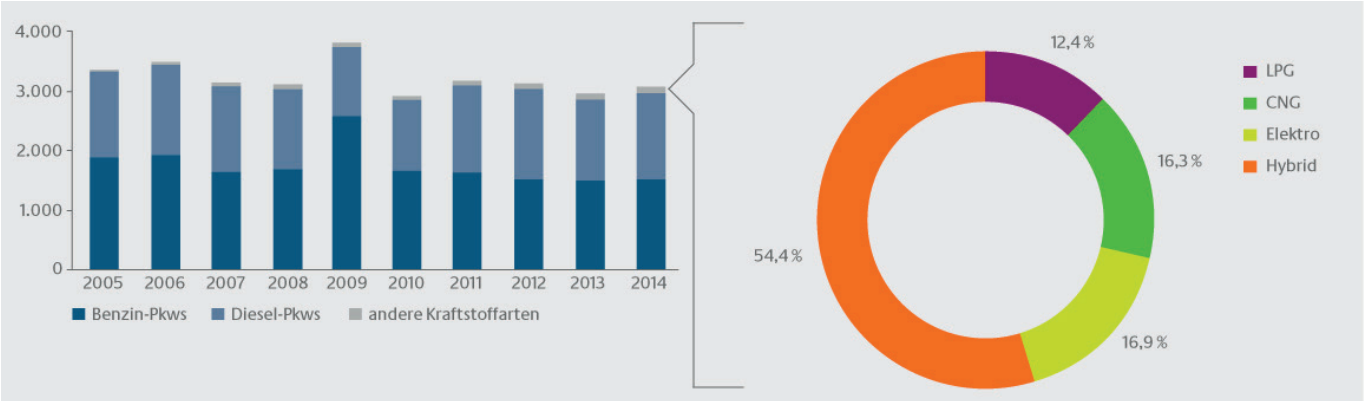
# Elektromobilität als Baustein der Energiewende im Verkehr

## Technische Hemmnisse überwinden, Vertrauen erhöhen und Anreize schaffen




Entwicklung der Pkw-Neuzulassungen in Deutschland 2005–2014 (Tsd. Fahrzeuge)

Die Bundesregierung hat ein klares Ziel: Im Jahr 2020 soll eine Million Elektroautos auf deutschen Straßen unterwegs sein. Anfang 2015 lag der Elektro-Pkw-Bestand in Deutschland bei knapp 19.000 Fahrzeugen. Auch wenn heute auf dem Markt bereits gut 30 batterieelektrisch angetriebene Modelle verfügbar sind, so sind die Absatzzahlen trotz hoher Zuwachsraten immer noch sehr gering. So wurden etwa im Jahr 2014 rund 8.500 Elektro-Pkw neu zugelassen, vor allem von gewerblichen Pkw-Haltern. Allerdings macht dies gemessen an insgesamt rund 3 Millionen Neuzulassungen einen verschwindend geringen Anteil aus. Das Ziel der Bundesregierung liegt damit in weiter Ferne. Wenn es erreicht werden soll, muss deutlich mehr passieren. Das gilt nicht nur für die Elektromobilität, sondern auch für alternative Kraftstoffe wie etwa Erdgas oder Wasserstoff.

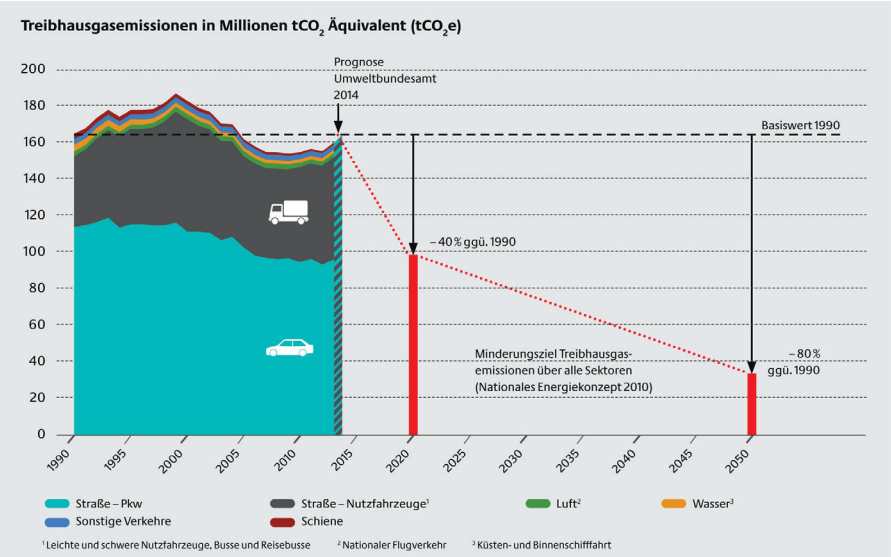
Nicht zuletzt verdeutlicht ein Blick auf die Entwicklung der CO2-Emissionen im Verkehrssektor die Diskrepanz zwischen den klimapolitischen Zielen der Bundesregierung und der Wirklichkeit. Das Energiekonzept sieht vor, bis zum Jahr 2020 sektorübergreifend 40 Prozent der CO2-Emissionen einzusparen. Der Verkehrsbereich, der hierzu einen wesentlichen Anteil beitragen kann, ist von diesem Ziel weit entfernt: Nach einer Phase sinkender Emissionen sind diese seit 2013 wieder gestiegen und liegen laut den Daten des Umweltbundesamtes im Jahr 2014 mit 164 Mio. t CO2eq wieder auf dem Niveau von 1990.

Diese „Rolle Rückwärts" im Verkehrssektor können wir uns nicht leisten. Wollen wir die Ziele der Energiewende – mehr Energieeffizienz und sinkende CO2-Emissionen – erreichen, dann müssen wir effizientere Fahrzeuge in den Verkehrssektor integrieren. Elektromobilität spielt hierbei eine wesentliche Rolle. Sie trägt darüber hinaus auch dazu bei, urbane Feinstaub-, Stickoxid- und Lärmbelastungen zu mindern. Mit dem wachsenden Anteil erneuerbarer Energien im Strommix gewinnt die Elektromobilität in Deutschland zunehmend als Baustein der Energiewende an Relevanz.

Fest steht: Die Verbreitung der Elektrofahrzeuge im Markt muss schneller voranschreiten. Dabei stellen sich mehrere Herausforderungen:

- Die Preise für Batteriespeicher sind trotz erheblicher Kostensenkungen noch immer sehr hoch, die Energiedichte trotz deutlicher Entwicklungsfortschritte noch relativ gering. Die aktuell niedrigen Mineralölpreise sowie die Ausgestaltung der Energiesteuer senden keine Preissignale zum Kauf energieeffizienter Fahrzeuge.
- Es besteht weiterhin ein hohes Informations- und Vertrauensdefizit gegenüber Elektrofahrzeugen, aber

weiter auf Seite 14




Treibhausgasemissionen inländischer Verkehre

# Elektromobilität als Baustein

weiter von Seite 13

auch Fahrzeugen mit alternativen Kraftstoffen und deren Infrastrukturversorgung – sowohl beim Endverbraucher als auch bei Händlern und der öffentlichen Verwaltung.

- Es gibt bundesweit immer noch nicht genügend Ladestationen, insbesondere Schnellladestationen – ein weiteres Hemmnis für Verbraucher, sich für ein Elektroauto zu entscheiden.
- Die wirtschaftlichen, aber auch steuerlichen und ordnungsrechtlichen Rahmenbedingungen bieten derzeit wenig Anreize, in alternative Antriebe und deren Infrastrukturaufbau zu investieren.

Auch zukünftig muss in Deutschland in die Forschung und Entwicklung von innovativen Batterien und Batteriemanagementsystemen investiert werden. Etwa um die Reichweite der Fahrzeuge zu erhöhen und den Ressourceneinsatz bei der Produktion zu verringern. Beides erhöht das Vertrauen der Nutzer. Darüber hinaus sind nachfragebasierte Anreizsysteme, wie die Sonderabschreibungen für gewerbliche Flotten, ein richtiger Ansatz, weitere Modelle in den Markt zu bringen. Zudem müssen spezifische Finanzierungs- und Förderinstrumente der KfW geschaffen werden, die Leasing- und Kaufangebote für öffentliche Institutionen, Flotten, aber auch für Privatverbraucher, attraktiver machen.

**Eine bessere Verbraucherkommunikation, mehr Austausch zwischen Politik und Wirtschaft und die Auslandmärkte stets im Blick**

Die Deutsche Energie-Agentur (dena) sieht verschiedene Ansätze, die Wettbewerbsfähigkeit der Elektromobilität und anderer alternativer Antriebe zu erhöhen. Entscheidend ist hierbei, mit möglichst langfristig wirkenden, marktbasierten Maßnahmen und im engen Austausch zwischen Wirtschaft und Politik, die Entwicklung der Elektromobilität zu forcieren. Die Maßnahmen und Erfolge sollten ein möglichst hohes Übertragungspotenzial für Auslandsmärkte besitzen, um die Wirkung der Effizienztechnologien global in Wert zu setzen und auch deutsche Unternehmen zu stärken.

- Angesichts des aktuellen Vertrauensdefizits von Endverbrauchern und Flottenkunden ist die Entwicklung von strukturierten, herstellerübergreifenden Informationsangeboten für Fahrzeuge mit alternativen Antrieben ein wichtiger Schritt, Kundenvertrauen in die Technologie zu gewinnen. Die dena verfügt über die langjährige Expertise, unterschiedliche Marktakteure an einen Tisch zu bringen, um Unternehmenskapazitäten so zu konzentrieren, dass Kampagnen mit hohem Öffentlichkeitscharakter und Wirkung zur Stärkung der Wahrnehmung der Elektromobilität entwickelt werden können.
- Im Rahmen der Deutsch-Französischen Energieplattform wird die dena gemeinsam mit ihrem französischen Pendant ADEME (Agence de l'Environnement et de la Maîtrise de l'Energie) Aktivitäten zur Weiterentwicklung einer einfach nutzbaren und verbesserten Ladeinfrastruktur sowie die Initiierung von Best-Practice-Elektromobilitätsprojekten unterstützen.
- Dringender Handlungsbedarf besteht auch bei der Entwicklung von Ansätzen zur Integration sauberer Kraftstoffe in den Straßengüterverkehr. Vor dem Hintergrund des starken Konkurrenzdrucks und geringer Gewinnmargen im Transportsektor bedarf es einer technologieneutralen Initiative für alternative Kraftstoffe im Schwerlastverkehr, in der sich die wichtigsten Akteure aus Handel und Transport, die Fahrzeughersteller und die Energiewirtschaft gemeinsam mit der Politik darauf einigen, schrittweise emissionsarme Nutzfahrzeuge in den Markt zu bringen.

Es ist jetzt wichtig, Vertrauen für Verbraucher und Planungssicherheit für Marktakteure zu schaffen. Wir wollen Skaleneffekte und Kostensenkungen generieren und den beteiligten Unternehmen eine Präsentations- und Entwicklungsplattform ihrer Elektromobilitätslösungen bieten. Mittelfristig wird dies zu einer energieeffizienteren Gestaltung des Verkehrs und einer Reduktion der Treibhausgasemissionen beitragen. Damit dies gelingt, bedarf es einer mutigen und auf Energieeffizienz ausgerichteten Energie- und Verkehrspolitik sowie innovativer und couragierter Unternehmen, die die Energiewende auch im Verkehr als Chance und Zukunftsmarkt verstehen. ■

Andreas Kuhlmann
Vorsitzender Geschäftsführung Deutsche Energie-Agentur GmbH (dena)

**Kontakt**
Andreas Kuhlmann
Vorsitzender der Geschäftsführung
Deutsche Energie-Agentur GmbH
Chausseestraße 128 a
10115 Berlin
Tel.: 030/ 72 61 65-601
Fax: 030/ 72 61 65-699
E-Mail: andreas.kuhlmann@dena.de