

Von heute nach morgen: Künftige Rollenbilder der Garagisten

im Auftrag des AGVS, Autogewerbeverband der Schweiz

unterstützt vom Bundesamt für Energie, BFE

Kurzbericht und Zusatzmodul mit Fragen zur aktuellen Politik

19. März 2010



 **AGVS | UPSA**
Auto Gewerbe Verband Schweiz
Union professionnelle suisse de l'automobile
Unione professionale svizzera dell'automobile

 **energie schweiz**

Ernst **Basler + Partner** AG

Inhaltsverzeichnis

Kurzbericht

1	Ausgangslage, Fragestellung und Vorgehen.....	1
2	Trends und Rahmenbedingungen	1
3	Risiken und Chancen	2
4	Fahrzeuge mit weniger CO ₂ ? Handlungsmöglichkeiten für Garagisten	6
5	Neue Rollenbilder für Garagisten	8
1	Ausgangslage, Fragestellung und Vorgehen.....	10
2	Risiken und Chancen energiepolitischer Massnahmen.....	11
2.1	Bundesweites Bonussystem beim Neuwagenkauf	11
2.2	Erweiterung der Energieetikette zu einer Umweltetikette.....	12
2.3	CO ₂ -Reduktion, insbesondere 130 g CO ₂ /km Zielwert.....	12
3	Informationsmittel zu energieeffizienten Fahrzeugen für Neuwagenkäufer	13

Zusatzmodul mit Fragen zur aktuellen Politik

1	Ausgangslage, Fragestellung und Vorgehen.....	10
2	Risiken und Chancen energiepolitischer Massnahmen.....	11
2.1	Bundesweites Bonussystem beim Neuwagenkauf	11
2.2	Erweiterung der Energieetikette zu einer Umweltetikette.....	12
2.3	CO ₂ -Reduktion, insbesondere 130 g CO ₂ /km Zielwert.....	12
3	Informationsmittel zu energieeffizienten Fahrzeugen für Neuwagenkäufer	13

Kurzbericht

1 Ausgangslage, Fragestellung und Vorgehen

Die individuelle motorisierte Mobilität ist ein unverzichtbarer Teil unserer Wirtschaft und unseres Alltags. Die Ansprüche der Konsumenten und der Gesellschaft an die Mobilität haben sich dabei laufend verändert. Die Autobranche hat sich diesen Ansprüchen bisher stets angepasst. Lange haben vor allem Themen wie lokale Luftschadstoffe und Sicherheit die Entwicklung bestimmt. Nun zeichnen sich neue Trends ab. Insbesondere der CO₂-Ausstoss und der Energieverbrauch des Personenverkehrs werden zunehmend wichtiger. Das Autogewerbe, personifiziert durch die Garagisten, steht bei dieser Entwicklung im Zentrum.

Der AGVS hat deshalb eine Studie durchgeführt zu künftigen Entwicklungen und Rollenbildern der Garagisten. Dabei wurden Rahmenbedingungen, Entwicklungen, Chancen und Risiken in den Bereichen «Angebot, Nachfrage, Staat» sowie «Neuwagenverkauf, Occasion, Werkstatt» untersucht. Mit rund 20 Experten, vor allem Garagisten, wurden ausführliche Interviews geführt. Zentrale Fragestellung war, welche Trends zu welchen Risiken und Herausforderungen führen, und wie diese Herausforderungen zu neuen Chancen werden können.

2 Trends und Rahmenbedingungen

Das aktuelle Umfeld des Autogewerbes ist geprägt durch zwei Megatrends: Erstens der Wandel unserer täglichen Mobilität. Zweitens die zunehmende Bedeutung der Energie (und der damit zusammenhängenden Treibhausgasemissionen).

Der Megatrend des Wandels unserer Mobilität ist dadurch gekennzeichnet, dass immer mehr Menschen immer mehr und immer schneller unterwegs sind. Nicht nur die Bevölkerung wächst, sondern auch der Motorisierungsgrad und damit der Anteil der Haushalte mit zwei oder mehr Personenwagen. Vor allem der Verkehr auf den Autobahnen und der Freizeitverkehr nehmen stark zu. Die Rolle des Autos als tragende Säule unserer Alltagsmobilität wird sich damit weiter festigen. Weil die Infrastrukturen und namentlich die Stadtzentren an Kapazitätsgrenzen kommen, wird zunehmend der Öffentliche Verkehr mit dem Auto kombiniert werden.

Der Megatrend der zunehmenden Bedeutung der Energie lässt sich dadurch charakterisieren, dass der Energiehunger der Welt zu einem grossen Teil durch den weltweiten Anstieg der Mobilität mitverursacht wird und beim Personenwagen sehr grosse Einsparungspotenziale vorliegen.

Deshalb wird der Energieverbrauch der Personenwagen zunehmend in den Fokus der Debatte rücken.

Die Automobilindustrie antwortet auf diese Megatrends mit neuen Fahrzeugkonzepten, namentlich auch Kleinwagen, und neuen hocheffizienten Technologien. In den Interviews sind auch die Experten gefragt worden nach den wichtigsten Trends und Rahmenbedingungen (Abbildung 1).



Abbildung 1: Trends und Rahmenbedingungen

Der technologische Wandel im Automobilbereich war in den letzten zehn Jahren sehr hoch; er wird sich in den nächsten zehn Jahren nochmals beschleunigen. Um unsere wachsende Mobilität mit immer weniger Energieaufwand zu gewährleisten, liegt die Hauptrolle beim Personenwagen. Es kommen neue Klein- und Kleinstwagenkonzepte auf den Markt sowie hocheffiziente Antriebstechnologien. Je effizienter die Fahrzeuge im Verbrauch werden, desto bedeutender wird auch die Berücksichtigung von Emissionen bei Produktion und Entsorgung.

Die Autos diversifizieren sich, sie wandeln sich schnell, es kommt zur Renaissance der Technik: "Ingenieurthemen" wie Energieträger und energieeffiziente Antriebsstränge sind wieder zum Gesprächsthema geworden. Die "inneren Werte" des Autos sind zunehmend wichtig, wenn es darum geht, ob das Auto zu mir und meinem Lebensstil passt.

3 Risiken und Chancen

Aufgrund der Trendanalyse lassen sich für das Neuwagengeschäft vor allem Chancen erkennen (Abbildung 2). Es profitiert im Wesentlichen von einer Zunahme bei der Zahl der Fahrzeuge.

Beim Occasionshandel fallen häufigere Halterwechsel wegen Lifestyle positiv ins Gewicht, es kann jedoch auch zu längerer Haltedauer kommen bei reduziertem Wohlstandswachstum. Im Bereich Werkstatt/Aftersales gibt es Risiken wegen kürzerer Lebensdauer der Fahrzeuge, jedoch Chancen wegen zunehmender Delegation von Arbeiten an die Garage und einer höheren Spezialisierung der nachgefragten Werkstatteleistungen.

Aus den Interviews geht hervor, dass vor allem zwei **Risiken** für Garagisten bestehen (Abbildung 3):

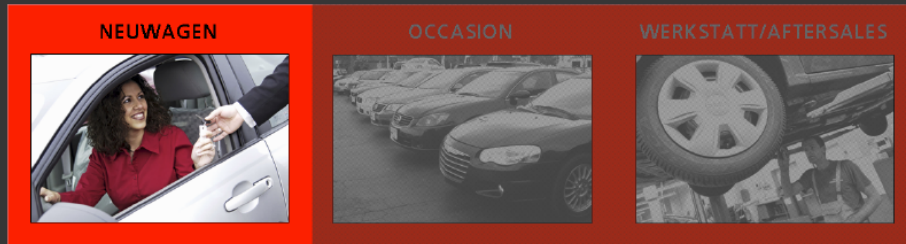
- Falls der CO₂-Ausstoss weiter an Bedeutung gewinnt, kann sich dies negativ auf den Umsatz von Garagisten auswirken, da Fahrzeuge mit klein dimensioniertem Motor oder kleinerer Ausführung häufig geringe CO₂-Emissionen und gleichzeitig einen tiefen Preis haben.
- Da es eine Vielzahl von verschiedenen neuen Technologien gibt, besteht ein Risiko, dass Garagisten Ausgaben tätigen, um mit gewissen Technologien Schritt zu halten, sich im nachhinein aber hinausstellt, dass diese halten, was sie versprechen. Insbesondere bei kleineren Garagen besteht somit entsprechend die Gefahr von Fehlinvestitionen.

Auf der anderen Seite geht aus den Interviews auch hervor, dass für Garagisten **Chancen** bestehen (Abbildung 4). Am meisten wurden als wesentlichen bezeichnet:

- Wenn Fahrzeuge umweltfreundlicher werden, verbessert dies das Image des Autofahrens. Dies kann sich den Autokauf und die Fahrleistungen begünstigen. Dies gilt insbesondere für Fahrzeuge mit nahezu Null Emissionen (z.B. mit Solarstrom betriebene Elektrofahrzeuge).
- Elektrofahrzeuge und andere besonders verbrauchsarme Fahrzeuge sind teurer als andere Fahrzeuge. Dies kann für den Garagisten mehr Umsatz bedeuten.
- Vom Staat bezahlte Bonus-Prämien für A-Fahrzeuge fördern den Autoverkauf.

Einige der Befragten sehen bedeutende neue Kundensegmente und Angebote, vor allem mit Zweitfahrzeugen, Dienstleistungen für Elektrofahrzeuge, Oekocheck und Oekotuning (Abbildung 5).

Neuwagengeschäft



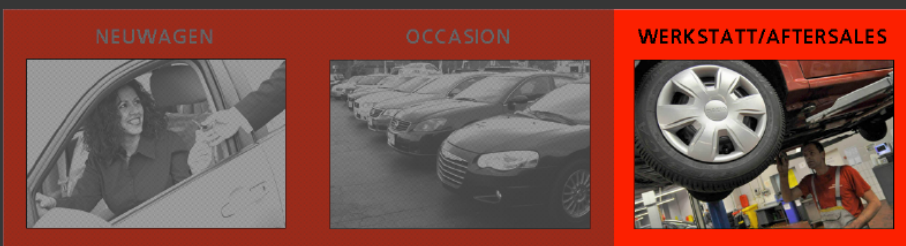
- + Mehr PW
- + Lebensdauer der PW: Stagniert, gar wieder abnehmend (Komplexität, Elektronik, „Wegwerfgesellschaft“, Energiesteuern)
- + Technischer Fortschritt: Auto veralten schneller (Sicherheit, Energie)
- Neuwagenmarkt: positiv

Occasionhandel



- + Mehr Wechsel wg. Lifestyle-/Wegwerf-Mentalität
- = Umwälzungen, Komplexität (auch Occ.-Kunden denken an Energiesteuern)
- Reduzierte Lebensdauer, längere Haltedauer bei reduziertem Wohlstandswachstum
- Occasion: neutrale Aussichten

Aftersales/Werkstatt



- + Trend zu vollständiger Delegation an Garage
- + Zunehmende Spezialisierung > höhere Ansätze
- = bessere Qualität, aber höhere Komplexität, Abgasnachbehandlung, zeit- statt km-abhängige Wartung
- Kürzere Lebensdauer (Reparaturkosten vs. Neukauf)
- Werkstatt: neutrale Aussichten

Abbildung 2: Chancen für Neuwagengeschäft, Occasionshandel und Aftersales / Werkstatt.

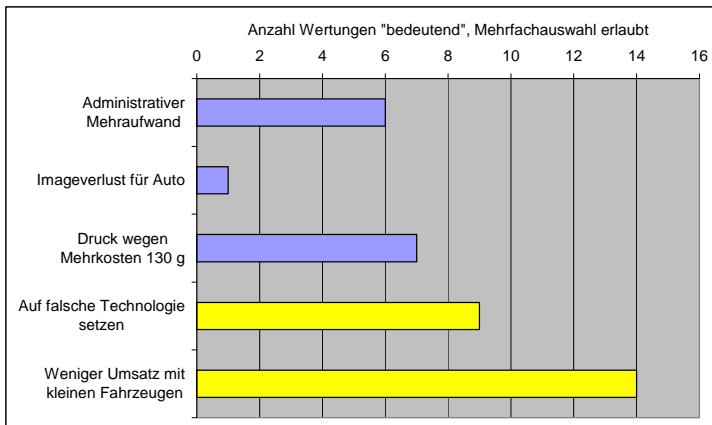


Abbildung 3: Risiken.

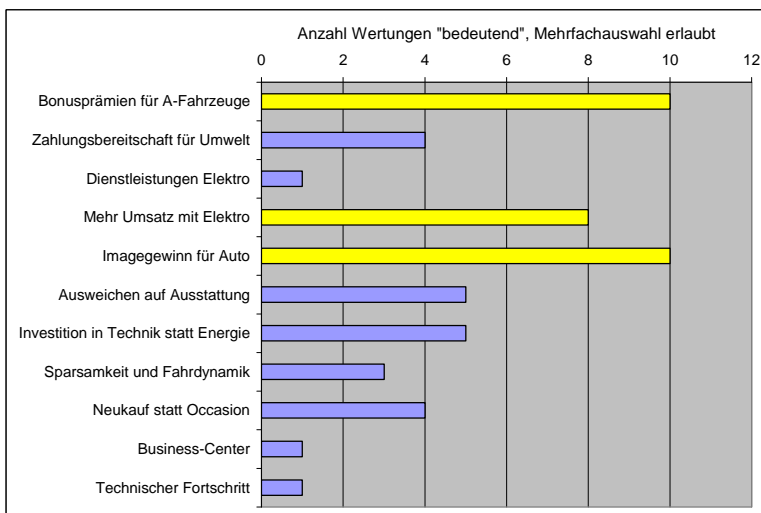


Abbildung 4: Chancen.

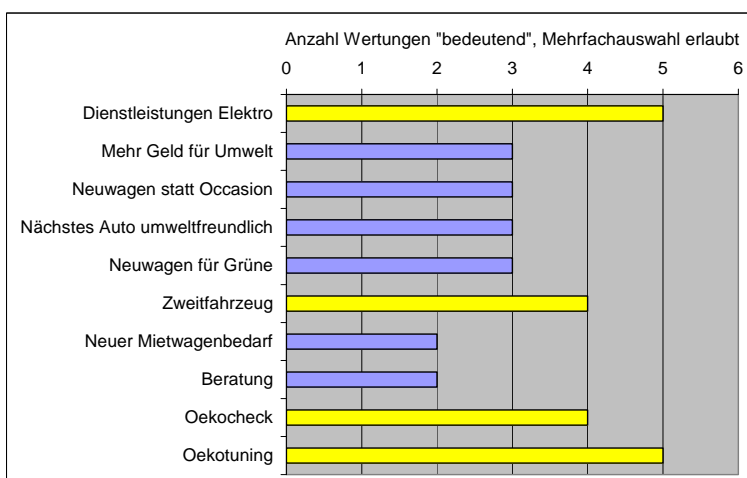


Abbildung 5. Neue Angebote und Kundensegmente.

4 Fahrzeuge mit weniger CO₂? Handlungsmöglichkeiten für Garagisten

In den Interviews hat sich gezeigt, dass viele Befragten die Gefahr des geringeren Umsatzes aufgrund von kleineren Fahrzeugen oder Fahrzeugen mit kleinerem Motor als bedeutendes Risiko einstufen. Viele Interviewpartner haben jedoch auch Ideen geäußert und Beispiele gebracht, wie der Garagist dieses Risiko umgehen bzw. daraus neue Chancen machen kann (Abbildung 6).

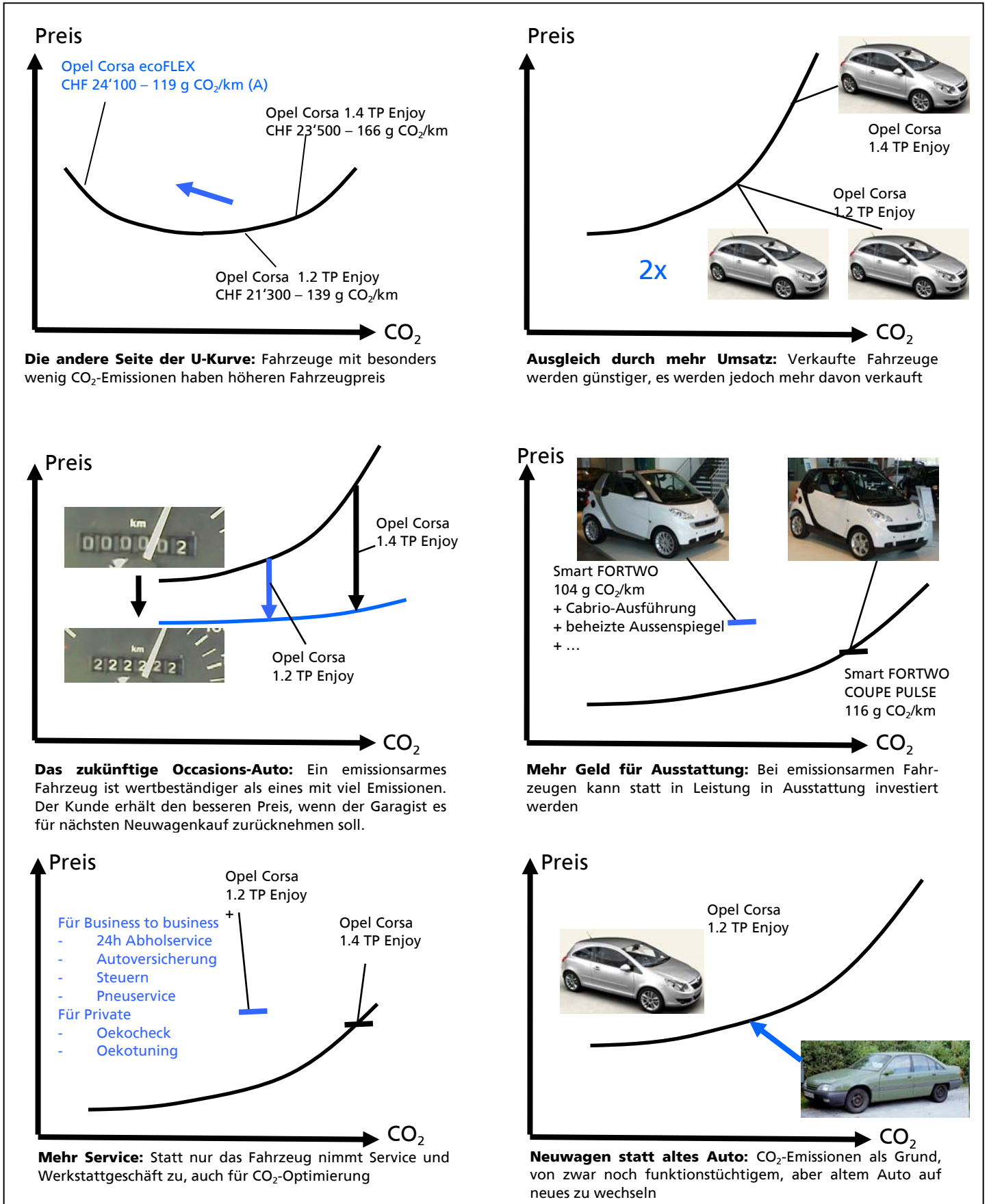
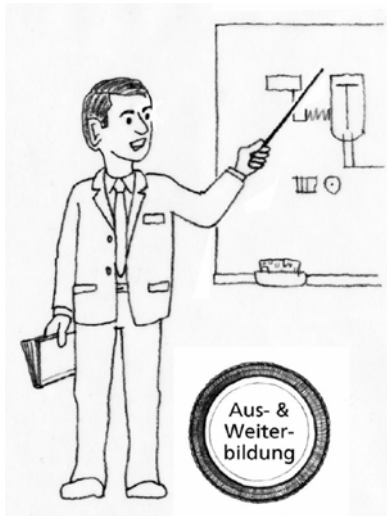


Abbildung 6: Fahrzeuge mit weniger CO₂? Handlungsmöglichkeiten für Garagisten.

5 Neue Rollenbilder für Garagisten

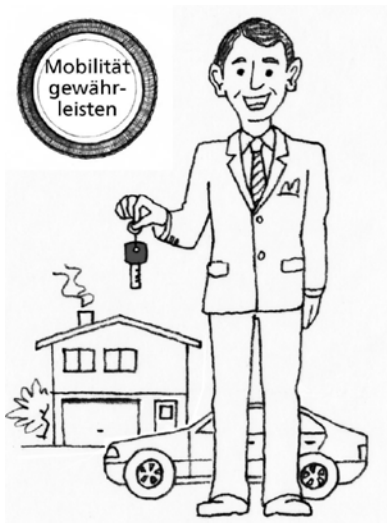
Die AVGS-Studie hat drei wesentliche Bausteine identifiziert, um die identifizierten Trends aufzunehmen (Abbildung 7):

1. *Erstens* kommt der **Ausbildung** sowie der kontinuierlichen **Weiterbildung** eine grosse Rolle zu. Tausende von Fachkräften müssen über den rasanten Wandel und die neuen technischen Lösungen und Mobilitätskonzepten sowie staatliche Anreize und Steuerrabatte Bescheid wissen und als Experte den Kunden beraten können.
2. *Zweitens* gewinnt die Dienstleistung "**automobil bleiben**" gegenüber dem blossen Besitz eines Autos an Bedeutung. Die Autos haben zwar an Zuverlässigkeit stark zugelegt, der schnelle Wandel und die hohen Anforderungen im Bereich Sicherheit, Umwelt und Energie haben Autos aber auch zu hochkomplexen Systemen gemacht. Immer mehr Autobesitzer delegieren deshalb die Verantwortung für ihr Auto vollständig an die Garage und schätzen es, aktiv für Wartungstermine und Reifenwechsel eingeladen zu werden und von Abhol-/Bring- und weiteren Dienstleistungen zu profitieren.
3. *Drittens* wird der Garagist mit und für den Kunden zum **CO₂-Optimierer**. Bei Firmenfahrzeugen ist der Energieverbrauch sehr wichtig geworden, und auch bei Privatpersonen wird der energieeffiziente und damit CO₂-arme Antrieb ein wichtiger Wert. Man möchte die Ressourcen schonen, dabei auch Treibstoffkosten sparen und ggf. von Steuerrabatten profitieren. Weil dies alles ohne Einbussen bei Sicherheit, Fahrleistung und Komfort geschehen soll, kommt dem Garagisten bei der Beratung zu den Vor- und Nachteilen der wachsenden Schar an Energien und Antrieben eine Schlüsselrolle zu.



Aus- & Weiterbildung

- Von allen Befragten als sehr wichtig beurteilt
- Aufgabe für AGVS
- Grosse Fortschritte: Technik erklären, erklären...
- Was steht hinter Energieetikette
- Wie ist das nun mit den CO₂?
- Hätte dieses Modell Rabatt bei geplanter Steuerrevision im Nachbarkanton?
- Wie lange dauert es noch bis zur Elektromobilität?



Garantiert automobil

- „Automobil sein“ statt „ein Auto besitzen“
- Heizung, Computer, Kopierer: Wartungsverträge! Warum nicht beim Auto?
- Fahrleistung des Kunden, Familiensituation, Einsatzzwecke wissen
- Auch mal anrufen, ob alles o.k.?
- Längere Öffnungszeiten? Oder beim Kunden den Wagen abholen, Ersatzauto hinstellen?



Der CO₂-Optimierer

- Geld bleibt wichtig. CO₂ wird wichtig.
- Firmen: Oft Umweltmanagementsystem, CO₂-Buchhaltung
- Potenziale bei Neuwagen und in der Wartung wissen
- Vergleich zu Vorgängerauto. Neuwagenkauf auslösen!
- *Weniger* CO₂ für manche Kunden als *positiven Wert*
- Über aktuelle und *geplante* kantonale Steuerrabatte Bescheid wissen
- Versicherungsrabatt für Ökofahrzeuge

Abbildung 7: Neue Rollen für Garagisten.

Zusatzmodul mit Fragen zur aktuellen Politik

1 Ausgangslage, Fragestellung und Vorgehen

Die Relevanz des Untersuchungsgegenstands der AGVS-Studie zu künftigen Rollenbildern der Garagisten geht weit über die Branche des Autogewerbes im engeren Sinne hinaus. Das Bundesamt für Energie hat deshalb die Studie mit einer Zusatzfinanzierung unterstützt, um bestimmte Fragestellungen vermehrt betrachten und vertieft untersuchen zu lassen.

Durch das BFE-Zusatzmodul wurden zusätzliche Fragen zur aktuellen Politik in die Experteninterviews aufgenommen und der Kreis der Interviewpartner erweitert.

Für das BFE-Zusatzmodul wurden die folgenden Items in den Gesprächsablauf der Experteninterviews aufgenommen:

Themenbereich Risiken und Chancen energiepolitischer Massnahmen:

- Welche Risiken, Chancen und Herausforderungen werden gesehen, wenn in Zukunft Käufer/Käuferinnen von sparsamen und sauberen Personenwagen mit einem Bonus belohnt werden? (Stichwort bundesweites Bonussystem beim Neuwagenkauf).
- Wie beurteilen Sie die Absicht, neben Aspekten des Energieverbrauchs auch die Umweltbelastung auf der Energieetikette darzustellen? (Stichwort geplante Erweiterung der Energieetikette zu einer Umweltetikette).
- Welche Risiken, Chancen und Herausforderungen werden gesehen im Zusammenhang mit der zunehmenden Bedeutung der CO₂-Reduktion bei Personenwagen gesehen? (Stichwort 130 g CO₂/km Zielwert 2015 in der EU).

Themenbereich Informationsmittel für Neuwagenkäufer zu energieeffizienten Fahrzeugen:

- Was sind nützliche Hilfsmittel bei der Einführung von regulatorischen Neuigkeiten für Verkäufer? Wie müssten sie ausgestaltet sein? (Broschüre, Poster, ...)
- Welche Möglichkeiten der Information sehen Sie, wenn die Kundschaft nach sparsamen und sauberen Fahrzeugen nachfragt? (Stichwort Hilfsmittel wie Energieetikette, Verbrauchskatalog, evtl. hersteller-/importeureigene Informationen).

2 Risiken und Chancen energiepolitischer Massnahmen

2.1 Bundesweites Bonussystem beim Neuwagenkauf

Für Garagisten ist es von Bedeutung, ob dieses Bonussystem durch die Importeure vorgegeben wird, oder ob es einen Bonus gibt durch den Staat. Im ersten Fall werden vor allem Risiken für Garagisten gesehen, dass solche Boni schlussendlich auf Kosten der Einnahmen von Garagisten gehen. Für einen vom Staat bezahlten Bonus werden vor allem Chancen gesehen. Dies könne sich für Garagisten in mehr verkauften Fahrzeugen äussern.

Ein Bonus ergibt für alle Anbieter grosse Chancen, die mehrere sparsame und saubere Personewagen im Angebot haben. Ein Bonus wird als besser angesehen als eine Abwrackprämie; die mit einer solchen Abwrackprämie aus dem Verkehr genommenen Autos würden ohnehin einfach in anderem Land weiterfahren.

Im Zusammenhang mit Boni werden allerdings auch generell gewisse Risiken gesehen: Unterstützen die Boni emissionsarme kleine Fahrzeuge, könnte dies dazu führen, dass Garagisten weniger Umsatz machen. Hier gibt es somit einen Bezug zum Thema "Fahrzeuge mit weniger CO₂? Handlungsmöglichkeiten für Garagisten", das in Kapitel 4 besprochen wird. Neben den Handlungsmöglichkeiten für Garagisten wurden weitere Ansätze genannt, wie möglicherweise negative Effekte für Garagisten durch ein Bonussystem für emissionsarme Fahrzeuge aufgefangen werden können:

- Anpassung der Margenstruktur: Bisher berechnet sich die Marge für Garagisten beim Autoverkauf meistens direkt aus dem Verkaufspreis des Fahrzeugs. Würde die Marge so angepasst, dass auch die CO₂-Emissionen ein Kriterium sind, könnte sich dies für Garagisten positiv auswirken. Grund für eine Mitberücksichtigung des CO₂ bei den Margen beim Autoverkauf könnte die neue zur Diskussion stehende 130 g/km-Regelung sein, die für Importeure hohe Bussen vorsieht, wenn sie im Schnitt den CO₂-Zielwert nicht erreichen.
- Anpassung der Bonusregelung: Ein Teil des Bonus könnte beim Garagisten bleiben, ein Teil des Bonus an den Konsumenten weitergeben werden.

Ein weiteres Risiko wird darin gesehen, dass es sich bei mit Boni geförderten Autoverkäufen bloss um vorgezogene Käufe handelt. Um dem zu begegnen, müsste das Bonussystem über eine längere Zeitdauer aufrechterhalten werden.

Zudem wird ein Risiko darin gesehen, dass ein Bonussystem ungerecht ist, da sich nicht alle Leute ein neues Auto kaufen können.

Schliesslich wird es als wichtig betrachtet, dass es zu einer schweizweit harmonisierten Lösung kommt. Es sei sonst zu schwierig für Garagisten und Kunden, die Übersicht zu bewahren zu verschiedenen Boni-Systemen.

Neben dem Bonus wird vor allem auch das Thema Motorfahrzeugsteuern als wichtig betrachtet; der Bonus wirke nur einmal, die Steuern hingegen jährlich.

2.2 Erweiterung der Energieetikette zu einer Umweltetikette

Die Erweiterung der Energieetikette zur Umweltetikette wird von den meisten Befragten negativ bewertet. Bereits heute sei es nicht einfach, den Autokäufern die Bedeutung der Energieetikette zu vermitteln. Die Aufnahme weiterer Kriterien mache die Etikette zu kompliziert. Werde diese zur Umweltetikette erweitert, verstehen noch viel weniger Leute, was auf der Etikette steht. Auch für den Garagisten ist es schwierig, die Umweltetikette zu verstehen und somit dem Kunden zu erklären. Ein wichtiges Risiko besteht somit darin, dass bisherige Bemühungen zur Förderung energieeffizienter Fahrzeuge untergraben werden, da der Inhalt der Etikette nicht mehr einfach kommunizierbar ist. Es sei wichtig, zum Thema Verbrauch und CO₂ ein einfaches Instrument zur Verfügung zu haben. Die Herausforderung beim Autoverkauf sei zurzeit vor allem CO₂ und Verbrauch, lokale Schadstoffemissionen seien bereits gut kontrolliert, der zusätzliche Aufwand zum Verstehen der Umweltetikette sei nicht verhältnismässig.

Als Chance wird von einigen Befragten gesehen, dass mit einer Umweltetikette mehr über die gesamte Ökobilanz eines Modells ausgesagt werden kann. Somit könne unter anderem auch Produktion und Entsorgung mit einbezogen werden.

Als weiteres mögliches Risiko wurde das Thema Sicherheit genannt. Die Umweltetikette könnte zu einer schlechteren Beurteilung für Fahrzeuge mit viel Plastik führen, die aber bei Crashtests besser abschneiden würden.

2.3 CO₂-Reduktion, insbesondere 130 g CO₂/km Zielwert

Es wurde darauf aufmerksam gemacht in den Interviews, dass zwischen der Schweiz und der EU mehrere Unterschiede bestehen, welche die Umsetzung der 130 g Regelung in der Schweiz im Vergleich zur EU schwieriger machen:

- Schweiz startet von höherem Level bei den Emissionen.
- EU-Importeure und –hersteller können Ziel über grösseres Gebiet erreichen.
- In der Schweiz sind höhere Bussen vorgesehen.
- In der Schweiz gibt es einen höheren Bedarf für Allradantrieb wegen Topographie.
- In der Schweiz wird weniger Diesel verkauft.
- Der höhere Wohlstand in der Schweiz führt zum Kauf von grösseren und schwereren Fahrzeugen, die häufig mehr Emissionen haben.

Die Auswirkungen des 130 g CO₂/km-Zielwerts für Garagisten werden unterschiedlich beurteilt:

- Ein Teil der Befragten ist der Ansicht, dies betreffe zwar den Importeur, der Garagist sei davon jedoch nicht betroffen. Er verkaufe einfach die Fahrzeuge, die vom Importeur zur Verfügung gestellt werden. Ausserdem gebe es schon viele Fahrzeuge, die Emissionen in dieser Grössenordnung haben. Die Hersteller hätten bisher mit allen Regelungen umgehen können; so wie bisher der Ausstoss von lokalen Luftschadstoffen minimiert wurde, können die Hersteller auch die CO₂-Emissionen in den Griff bekommen.
- Ein anderer Teil der Befragten ist der Ansicht, dass diese Regelung für Garagisten negative Folgen hat. Die Preispolitik der Importeure werde sich verändern, dies bringe Umstellungskosten für Garagisten mit sich, im Showroom, bei der Ausbildung des Personals für das Verkaufsgespräch oder beim Marketing.
- Ein weiterer Teil sieht in dieser Regelung Chancen. Dies öffne einen neuen Bedarf für Fahrzeuge. Wenn Hersteller, Behörden und Konsument mitmachen, seien die Chancen gross.

Die Thematik spricht ebenfalls die Frage "Fahrzeuge mit weniger CO₂? Handlungsmöglichkeiten für Garagisten" an, das in Kapitel 4 besprochen wird.

3 Informationsmittel zu energieeffizienten Fahrzeugen für Neuwagenkäufer

Als nützliche Hilfsmittel werden generell das Internet, der Verbrauchskatalog, die Energieetikette und Prospekte beurteilt. Darüber hinaus wird von vielen Befragten kein Bedarf für weitere Hilfsmittel gesehen, es werde schon sehr umfassend informiert. Es wurden allerdings auch einige möglicherweise sinnvolle zusätzliche Informationsmöglichkeiten und Hilfsmittel genannt:

- Aus- und Weiterbildung durch AGVS; für Garagisten sei dies insbesondere deshalb wichtig, da Kunden auch viele andere Informationsmöglichkeiten haben mit dem Internet. Ist der Garagist nicht ebenfalls gut informiert, verliert er an Glaubwürdigkeit.
- Werbe- und Informationskampagnen durch Hersteller, Importeure, Verbände und auch über Garagisten, um auf neue Technologien aufmerksam zu machen, über die ganze Palette von Medien (Zeitung, Fernsehen, Internet, Prospekte...).
- Informationsmöglichkeiten, welche dem Kunden verdeutlichen, wie hoch die Kosten für sein Fahrzeug inklusive Treibstoff sind. Die Total Cost of Ownership, welche Flottenkunden bereits gut bekannt ist, müsste dem Kunden einfacher vermittelt werden können.
- Der Kunde müsse besser über die verschiedenen Technologien und Treibstoffe informiert werden können.

- Es fehlen Hilfsmittel, um dem Kunden aufzuzeigen, was bereits alles in der Vergangenheit gemacht wurde, um die politischen Ziele zu erreichen.
- Es sollte dem Kunden klar gemacht werden, dass die Schweiz hier nicht alleine handelt, sondern dass die Schweiz hier in Abstimmung mit der EU handle.
- Der Fahrplan zur weiteren Reduktion der CO₂-Emissionen müsse klar vorgegeben sein; die Schweiz sei kein Herstellerland, somit sollte dies noch einfacher möglich sein als in anderen Ländern.
- Es müssen Anreize geschaffen werden; Information oder Hilfsmittel alleine nützen zuwenig.