

# Firmen entdecken sparsame Autos

Jahrelang achteten die Firmen mit teils grossen Fahrzeugparks kaum auf den Treibstoffverbrauch. Das ändert sich nun. Viele schaffen sparsame Fahrzeuge mit entsprechend kleinerem CO<sub>2</sub>-Ausstoss an.

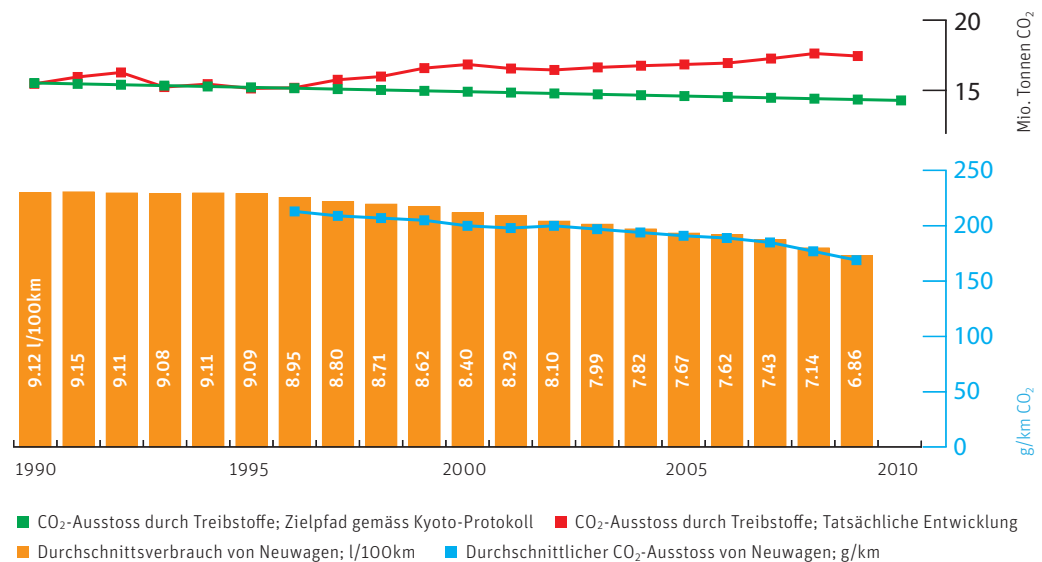
Ende 2008 hat die EU beschlossen, die durchschnittlichen CO<sub>2</sub>-Emissionen von neu immatrikulierten Personenwagen bis 2015 auf 130g/km zu senken. Seither ist auch in der Schweiz etwas Bewegung in den Markt gekommen. In der Periode 2008/2009 sank der durchschnittliche CO<sub>2</sub>-Ausstoss der Neuwagen um immerhin 8 Gramm: um deutlich mehr als in den vorangehenden Jahren, als es jeweils lediglich 2 bis 3 Gramm waren. Der Trend deutet darauf hin, dass auch 2010 sowohl die Grösse des Hubraums wie auch der durchschnittliche Treibstoffverbrauch im Vergleich zu 2009 abnehmen.

## Grosse Flotten

Mehrere grosse Flottenbetreiber wie Mobility, Nestlé und Swisscom unterstützen diese Entwicklung. Sie streben zum Teil recht ehrgeizige CO<sub>2</sub>-Ziele an. Ende 2008 entschied der Nestlékonzern, den Durchschnittsausstoss seiner rund 13000 Personenwagen umfassenden Europaflotte von 168g/km bis 2012 auf 130g/km zu senken. Das gleiche Ziel hat sich auch das Carsharing-Unternehmen Mobility vorgenommen, das mit 2300 Fahrzeugen zu den fünf grössten Flottenbetreibern der Schweiz gehört. «Aktuell liegt der Wert bei 144g/km» informiert Patrick Bünzli, Leiter Betrieb. Die im Jahr 2010 ersetzten Autos stossen im Mittel nur noch 121 Gramm aus. Mit dieser Politik spart Mobility gegenüber dem durchschnittlichen CO<sub>2</sub>-Ausstoss von Schweizer Neuwagen jährlich etwa 1500 Tonnen CO<sub>2</sub> ein.

In der Tat scheinen viele Unternehmen stärker auf den Treibstoffverbrauch ihrer Fahrzeuge

## Treibhausgasemissionen aus Treibstoffen viel zu hoch



Gemäss Kyoto-Protokoll hat sich die Schweiz verpflichtet, den CO<sub>2</sub>-Ausstoss aus Treibstoffen bis 2010 gegenüber dem Stand von 1990 um 8 Prozent zu reduzieren (grüne Linie). Doch anstatt von 15.5 Mio. Tonnen im Jahr 1990 kontinuierlich bis auf 14.3 Mio. Tonnen zu sinken, stiegen die CO<sub>2</sub>-Emissionen bis 2009 auf 17.5 Mio. Tonnen (rote Linie). Zwar nimmt der durchschnittliche Verbrauch (gelbe Säulen) der neu in Verkehr gesetzten Personenwagen und damit auch der CO<sub>2</sub>-Ausstoss (blaue Linie) seit 1990 kontinuierlich ab. Doch die Absenkung ist viel zu schwach um die Kyoto-Verpflichtung einhalten zu können. Grossfirmen machen nun Druck und verordnen ihren Fahrzeugflotten eine Sparkur.

zu achten als private Autokäufer. Sie haben realisiert, dass sie damit erhebliche Kosten einsparen können. Viele Firmen haben auch zur Kenntnis genommen, wie wichtig der klimapolitische Fortschritt werden könnte. Die Beratungsfirma McKinsey hat berechnet, dass sich mit den Anstrengungen für mehr Energieeffizienz und erneuerbare Energien in zehn Jahren über 25000 Arbeitsplätze schaffen lassen. 70 Unternehmen, darunter Coop und Allianz Suisse, haben sich letztes Frühjahr ans Parlament gewandt und gefordert, dass sowohl der Klimaschutz als auch die klimapolitischen Rahmenbedingungen verbessert werden. Auch in der Autowerbung hat

der Wind gedreht. In den Inseratespalten und TV-Spots stehen oft nicht mehr Leistungswerte im Mittelpunkt, sondern Umweltaspekte. Dies ergab eine Studie des unabhängigen Werbeinstituts Media Focus.

## Aushängeschilder

Da macht es sich schlecht, wenn die Firmen lediglich in der Haustechnik und der Produktion die Effizienz verbessern, gleichzeitig aber überdimensionierte Fahrzeugflotten unterhalten. Unternehmen stehen unter Beobachtung durch Medien und Öffentlichkeit. Geschäftsfahrzeuge sind sichtbare Aushängeschilder einer Firma. Eine Beschaffungspolitik ohne klare Nachhaltigkeitskrite-

rien wird zusehends zum Imageproblem.

Die Fahrzeugparks der Unternehmen haben eine hohe Bedeutung für eine sparsamere Schweizer Autoflotte insgesamt. 2008 wurde jeder vierte Neuwagen in der Schweiz für gewerbliche Zwecke erworben. Innert nur zweier Jahre stieg dieser Anteil markant auf über einen Drittel. Auch die öffentliche Hand hat bei der Autobeschaffung eine grosse Verantwortung. Sensibilisiert sollten besonders die 21 Schweizer Klimabündnis-Städte sein, die gemeinsam einen aktiven Klimaschutz betreiben wollen. Da gibt es aber noch viel Verbesserungspotenzial (siehe vorangehende Seiten).

Kurt Egli