
CAMA-Kommentar

7/2009

Wider den Lobbyberechnungen – eine realistische Abschätzung der Kosten der Abwrackprämie

Der Staat verdient an der Abwrackprämie – mit derart reißerischen Aufmachern versuchen Lobbyisten den verunsicherten Steuerzahler für diese in einer sozialen Marktwirtschaft ordnungspolitisch fragwürdige direkte Marktintervention einzunehmen. Dabei ist diese Aussage – bei aller Problematik einer Abschätzung der volkswirtschaftlichen Kosten und Nutzen – schlicht falsch!

Absatzprämie - warum?

Schon 2007 war kein gutes Jahr für die deutsche Automobilindustrie; der Pkw-Absatz brach nach einem Anstieg auf 3,47 Mio. im Jahr 2006 auf 3,15 Mio. Fahrzeuge ein. 2008 ging er noch weiter auf 2,97 Mio. Pkws zurück. Der Absatzrückgang wird kurz- und mittelfristig anhalten, die Prognosen der Wirtschafts- und Prognoseinstitute versprechen hier keine dauerhafte Besserung. Nach einer Prognose des Centers für Automobil-Management (CAMA) an der Zeppelin University wird – ohne Berücksichtigung der Wirkungen der Konjunkturpakete - der Absatz 2009 auf 2,89 Mio. Fahrzeuge zurückgehen, 2010 wieder etwas ansteigen und dann bis 2012 weiter sinken.

Wenn für die Wirtschaft zentrale Institutionen und Branchen in Gefahr sind, muss der Staat eingreifen. Dies gilt zwar nicht für einzelne Unternehmen wie Opel oder Schaeffler, aber für die deutsche Automobilindustrie als Ganzes, die 750.000 Menschen direkt und 4,55 Mio. indirekt beschäftigt. Der Staat muss hier eingreifen, weil die Branche strukturell gut aufgestellt und gut für den internationalen Wettbewerb gerüstet ist.

Deshalb hat die Bundesregierung im Rahmen der Konjunkturpakete I und II wirtschaftspolitische Instrumente ergriffen, die die Automobilindustrie sowohl indirekt durch Förderung von Investitionen (z.B. durch Verlängerung der Bezugsdauer von Kurzarbeitergeld und Senkung der Einkommenssteuer) als auch direkt z.B. durch die Abwrackprämie stützen sollen.

Diese Staatsausgaben und speziell die direkte Förderung des Automobilabsatzes durch die Abwrackprämie haben das Ziel, gesamtwirtschaftliche Wachstumsprozesse ohne negative Rückwirkungen auf andere Variablen in einer gewünschten Richtung (d.h. einen Anstieg des BIP, des privaten Konsums und privaten Investitionen und damit auch einen Anstieg des Automobilabsatzes) auszulösen und die Erwartungsbildung der einzelnen Wirtschaftssubjekte positiv zu beeinflussen, um so Vertrauen und ein positives Konsumklima zu schaffen.

Erhöht die Abwrackprämie den Automobilabsatz?

Bei Einrechnung der Wirkungen der Abwrackprämie in das CAMA-Modell zur Prognose des Automobilabsatzes in Deutschland zeigen sich die erhofften positiven Auswirkungen: Sie wirkt sich deutlich stärker als alle anderen wirtschaftspolitischen Instrumente auf den Automobilabsatz aus. Von Mitte Januar 2009 bis zum 18. März 2009 sind bereits 284.363 Anträge auf Gewährung der Abwrackprämie eingegangen. Wenn die Abwrackbereitschaft so anhält, werden spätestens im Mai 2009 sämtliche Fördermittel in Höhe von 1,5 Mrd. EUR in Anspruch genommen sein. 600.000 Pkws werden dann verschrottet und neu gekauft worden sein.

Die Abwrackprämie führt zunächst zu einer Nachfrageverschiebung durch Nachholeffekte von im Vorjahr wegen der Abwrackprämie verschobenen Käufen. Es lässt sich feststellen, dass der Nachfragerückgang im 4. Quartal 2008 um ca. 100.000 Pkws nicht nur mit der wahrgenommenen konjunkturellen Abschwächung erklärt werden kann, sondern auch mit der Diskussion über die Einführung der Abwrackprämie. Hinweise hierfür geben die Zahlen vor allem von Automobilherstellern, die Pkws im unteren bzw. mittleren Preissegment anbieten. Während im 4. Quartal 2008 teils starke Absatzrückgänge von insgesamt etwa 67.000 Pkws in diesen Segmenten zu verzeichnen sind, konnten dort in den ersten zwei Monaten des Jahres 2009 deutliche Verkaufszuwächse verbucht werden.

Eine Nachfrageverschiebung ergibt sich aber auch aus Vorzieheffekten von für 2010 geplanten Käufen. Solche Vorzieheffekte sind jedoch als relativ gering einzuschätzen und werden maximal zu einer Absatzsteigerung um 10.000 Pkws im Jahr 2009 führen.

Die übrigen 523.000 Fahrzeugkäufe, die im ersten Halbjahr 2009 im Zuge der Abwrackprämie getätigt wurden, sind sicherlich zum Teil durch steuerfinanzierte Mitnahmeeffekte von Personen zu erklären, die bereits vor der Einführung der Abwrackprämie im Jahr 2009 einen neuen Pkw kaufen wollten. Hierdurch ergibt sich kein zusätzlicher Nachfrageanschub. Der ergibt sich nur, wenn Personen einen neuen Pkw kaufen, die vorher keinen kaufen wollten, z.B. weil ihr Budget ohne die Abwrackprämie nur für einen neueren Gebrauchtwagen gereicht hätte. Eine Substitution eines geplanten Gebrauchtwagenkaufs durch den Kauf eines günstigen Neuwagens infolge der Abwrackprämie ist allerdings nur im Mini- und Kleinwagensegment wahrscheinlich, wo sich bei Verkaufspreisen zwischen 7.000 EUR und 15.000 EUR - also durchschnittlich etwa 10.000 EUR. - die Abwrackprämie als Rabatt von durchschnittlich 25% niederschlägt und sich ein Neuwagenkauf damit bei den derzeit günstigen Finanzierungsbedingungen rechnet. In diesen beiden Segmenten sind auch die meisten zusätzlichen Neuwagenkäufe seit Einführung der Abwrackprämie zu beobachten.

In der Automobilindustrie wird eine Preiselastizität von 0,74 angenommen (d.h. eine 25% Preisreduktion führt zu einem 18,5-prozentigen Anstieg des Absatzes). Damit würde der 25-prozentige Rabatt auf die etwa 750.000 im Mini- und Kleinwagensegment verkauften Pkw durch die Abwrackprämie im Jahr 2009 zu einem **zusätzlichen Absatz von etwa 140.000 Neuwagen** führen. Die restlichen rund 383.000 der 600.000 zusätzlich durch die Abwrackprämie verkauften Fahrzeuge (d.h. nach Abzug der Nachhol- und Vorzieheffektes und des positiven Substitutionseffektes) sind auf den Mitnahmeeffekt zurückzuführen, die den Absatz nicht anschieben.

Was kostet die Abwrackprämie?

Die 140.000 zusätzlich verkauften Pkw, die gemäß dem CAMA-Modell zur Prognose des Automobilabsatzes als Folge der Abwrackprämie erwartet werden können, sind teuer gekauft, da die Prämie dem Staat Kosten in Höhe von 1,5 Mrd. EUR verursacht. Damit würde der Verkauf jedes zusätzlichen Pkw mit etwa 10.700 EUR staatlich subventioniert.

Wenn demgegenüber Lobbyisten mit Berufung auf Daten des Zentralverbands des deutschen Kraftfahrzeug-Gewerbes (ZDK) vorrechnen, dass der Staat an der Abwrackprämie infolge der steigenden Steuereinnahmen verdient, dann geht diese Rechnung von einem zusätzlichen Absatz von 600.000 Pkws ohne Berücksichtigung der Nachfrageverschiebungs- und Mitnahmeeffekte aus – sie ist deshalb nicht haltbar. Die rund 140.000 zusätzlichen Fahrzeuge bringen nicht genug Steuern, um die Kosten zu kompensieren. Wird die optimistische Steuerschätzung der Lobbyisten zugrunde gelegt, kommt es zu Mehreinnahmen durch die Mehrwert- und die Gewerbesteuer in Höhe von etwa 3.300 EUR pro zusätzlich verkauftem Pkw. Selbst bei Berücksichtigung dieser Steuermehreinnahmen wird damit **jeder durch die Abwrackprämie zusätzlich verkaufte Pkw mit etwa 7.400 EUR staatlich subventioniert**. Das sind Steuergelder, die angesichts der Steuersparmodelle der Unternehmen in Deutschland zu mehr als 80 Prozent von Privatpersonen aufgebracht werden.

Vielleicht wäre die Wirkung der Abwrackprämie ohne ihre lange Vorlaufzeit, ohne die Unsicherheit über ihre genaue Ausgestaltung und die Antragsprozedur größer gewesen. Vielleicht wäre es zielführender gewesen, wenn die Regierung Anreizmechanismen für den Kauf von Pkws mit umweltverträglicher Technologie und einem Anschaffungspreis von über 10.000 EUR. gewährt hätte, die die deutschen Premiumhersteller anbieten. In jedem Fall kostet die direkte Förderung des Automobilabsatzes unverhältnismäßig viele Steuergelder.

Haben Sie Anmerkungen zu diesem Kommentar?

info@cama-automotive.de – wir antworten umgehend!