

## **CAMA-Studie zur Automobilindustrie**

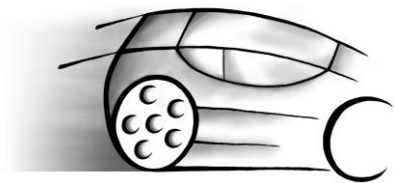
### **Auswirkungen staatlicher Instrumente zur Förderung des Automobilabsatzes in Deutschland**

Thomas Martin Fojcik

Giordano Koch

Prof. Dr. Heike Proff

CAMA-Studien zur Automobilindustrie | 005



Die Reihe CAMA-Studien zur Automobilindustrie wird herausgegeben von

Prof. Dr. Heike Proff  
Lehrstuhl für Allgemeine Betriebswirtschaftslehre & Internationales Automobilmanagement  
Universität Duisburg-Essen  
Bismarckstr. 90

Lektorat: Marlies Grothe (M.A.)  
Tel: (0)203-379-1055  
Fax: (0)203-379-1599  
marlies.grothe@uni-due.de

© April 2009  
Universität Duisburg-Essen

# Auswirkungen staatlicher Instrumente zur Förderung des Automobilabsatzes in Deutschland

1. Einleitung
2. Wirtschaftspolitische Instrumente zur indirekten und direkten Förderung des Automobilabsatzes in Deutschland
  - 2.1 Wirtschaftspolitische Instrumente, die den Automobilabsatz in Deutschland indirekt fördern
  - 2.2 Wirtschaftspolitische Instrumente zur direkten Förderung des Automobilabsatzes in Deutschland
3. Volkswirtschaftliche Wirkungen der Instrumente zur Absatzförderung
  - 3.1 Auslösung gesamtwirtschaftlicher Wachstumsprozesse
  - 3.2 Erwartungsbildung bei individuellen Wirtschaftssubjekten
4. Prognose der Auswirkungen der wirtschaftspolitischen Instrumente
  - 4.1 Wirkungen der wirtschaftspolitischen Instrumente, die den Automobilabsatz in Deutschland indirekt fördern
  - 4.2 Wirkungen der wirtschaftspolitischen Instrumente zur indirekten Förderung des Automobilabsatzes
5. Ausblick

Der Rückgang des Automobilabsatzes wird kurzfristig nicht anhalten. Deshalb hat die Bundesregierung im Rahmen der Konjunkturpakete I und II wirtschaftspolitische Instrumente ergriffen, die die volkswirtschaftlich bedeutsame und strukturell gesunde Automobilindustrie sowohl indirekt durch Förderung von Investition und Konsum (z.B. durch Verlängerung der Bezugsdauer von Kurzarbeitergeld und Senkung der Einkommenssteuer) als auch direkt z.B. durch die Abwrackprämie stützen sollen. Die volkswirtschaftlichen Wirkungsmechanismen dieser Staatsausgaben lassen einen Anstieg des BIP, des privaten Konsums und privaten Investitionen erwarten, die sich bei Einrechnung der Wirkungen der staatlichen Instrumente in ein Modell zur Prognose des Automobilabsatzes auch zeigen: Durch die Förderung des Automobilabsatzes werden in den Jahren 2009 und 2010 etwa 241.750 zusätzliche Pkws verkauft werden (die für 2008 bzw. 2010 geplanten und wegen der Abwrackprämie ins Jahr 2009 verschobenen Käufe nicht eingerechnet). Allerdings kosten alleine die Instrumente zur direkten Förderung des Automobilabsatzes rund 3,8 Mrd. EUR Staatsausgaben und damit knapp 12.400 EUR pro zusätzlich verkauftes Fahrzeug. Selbst wenn sich durch die staatliche Förderung auch das Konsumklima und das Vertrauen der Konsumenten verbessert, steht der Erfolg der Instrumente in keiner Relation zu ihren Kosten.

## **1. Einleitung**

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 unseres Centers für Automobil-Management (CAMA) an der Zeppelin University wird – ohne Berücksichtigung der Wirkungen der Konjunkturpakete 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 Regierung im Rahmen von zwei Konjunkturpaketen wirtschaftspolitische Instrumente eingesetzt, die den Automobilabsatz indirekt und direkt fördern: sie reichen von der Erleichterung von Abschreibungen bis zur Abwrackprämie für alte Autos.

In diesem Beitrag sollen nun die in den gegenwärtigen Konjunkturpaketen eingesetzten wesentlichen wirtschaftspolitischen Instrumente vorgestellt werden, die den Automobilabsatz direkt und indirekt fördern (Abschnitt 1). Dann werden die volkswirtschaftlichen Wirkungen dieser Instrumente abgeleitet (Abschnitt 2), um die Auswirkungen auf den künftigen Automobilabsatz in Deutschland abschätzen zu können (Abschnitt 3). Ein Ausblick in Abschnitt 4 schließt den Beitrag ab.

## **2. Wirtschaftspolitische Instrumente zur indirekten und direkten Förderung des Automobilabsatzes in Deutschland**

Die von der deutschen Regierung im November 2008 und im Januar 2009 verabschiedeten Konjunkturpakete I und II haben ein Volumen von zusammen ca. 80 Mrd. EUR und umfassen wirtschaftspolitische Instrumente, die allgemein Investition und Konsum und damit indirekt auch den Automobilabsatz fördern (Abschnitt 1.1), aber auch Instrumente, die den Automobil direkt fördern sollen (Abschnitt 1.2).

## 2.1 Wirtschaftspolitische Instrumente, die den Automobilabsatzes in Deutschland indirekt fördern

Die Bundesregierung hat in den beiden jüngst verabschiedeten Konjunkturpaketen zunächst Instrumente eingesetzt, die den Automobilabsatz nur sehr indirekt fördern. Es handelt sich um wirtschaftspolitische Instrumente,

- die auf eine Entlastung von Baugewerbe, Handwerk und kleinen und mittleren Unternehmen zielen (z.B. durch Förderung des energieeffizienten Bauens, durch verbesserte Absatzbarkeit von Handwerkerleistungen sowie durch Sonderabschreibungen für kleine und mittlere Unternehmen im Konjunkturpaket I),
- die den Fuhrpark verbilligen und eine frühere Neuanschaffung fördern (degressive Abschreibungen für bewegliche Wirtschaftsgüter des Anlagevermögens in Höhe von 25%, ebenfalls im Konjunkturpaket I) sowie
- die die Einkommen sichern helfen (Beschäftigungssicherung und Qualifizierung im Konjunkturpaket II).

Alle diese Instrumente schieben indirekt die Automobilnachfrage an, da sie das verfügbare Einkommen der Wirtschaftssubjekte erhöhen, aber nicht an den Automobilkauf gebunden sind.

Für Automobilunternehmen bedeutender ist die Förderung von Investitionen und Aufträgen von Unternehmen, privaten Haushalten und Kommunen z.B. durch ein zusätzliches KfW-Finanzierungsinstrument mit einem Volumen von 15 Mrd. EUR, um die Kreditversorgung vor allem des Mittelstandes auch während der Finanzkrise zu sichern sowie durch die Verlängerung der Bezugsdauer von Kurzarbeitergeld von 12 auf 18 Monate. Automobilunternehmen können zudem durch das „Innovations- und Investitionsprogramm Verkehr“ mit einem Volumen von jeweils einer Mrd. EUR 2009 und 2010 sowie von Instrumenten zur Förderung von Investitionen, Innovationen und Nachfrage in der Wirtschaft (z.B. von einem Kredit- und Bürgschaftsprogramm in Höhe von 100 Mrd. EUR) indirekt profitieren. Weiterhin helfen ihnen die Maßnahmen zur Entlastung von Privathaushalten und Mittelstand, zu denen die Senkung der Einkommenssteuer, eine stärkere Zuschussung der Beiträge zur gesetzlichen Krankenversicherung und die Einmalzahlung von 100 EUR für alle Kindergeldbezieher zählen. Auch das von der Regierung beschlossene kommunale Investitionsprogramm in die Infrastruktur kommt den Automobilunternehmen indirekt zugute, weil neben Krankenhäuser und Informationstechnologien auch der Verkehr gefördert wird.

## **2.2 Wirtschaftspolitische Instrumente zur direkten Förderung des Automobilabsatzes in Deutschland**

Zur Förderung des Automobilabsatzes in Deutschland ergreift der Staat auch drei wirtschaftspolitische Instrumente, die den Automobilabsatz direkt fördern. Dazu zählt zunächst die Abwrackprämie, die in Höhe von 2.500 EUR. ausgezahlt wird, wenn ein Altfahrzeug, das mindestens 9 Jahre alt ist und seit mindestens einem Jahr auf den derzeitigen Halter zugelassen ist, gegen ein Neufahrzeug eingetauscht wird, das mindestens die Euro-4 Norm erfüllen muss. Diese Regelung ist seit dem 14.1.2009 in Kraft und mit insgesamt 1,5 Mrd. EUR budgetiert. Ende 2009 läuft sie spätestens aus. Mit der Prämie soll, so die Bundesregierung, „ein wichtiger Beitrag zur Reduzierung der Schadstoffbelastung der Luft bei gleichzeitiger Stärkung des Absatzes im Automobilbereich“ erreicht werden.

Zur direkten Förderung der Automobilindustrie wurde auch das wirtschaftspolitische Instrument einer Neuregelung der Kfz-Steuer beschlossen. Seit dem 5.11.2008 sind Pkw im ersten Jahr nach der Erstzulassung von der Kraftfahrzeugsteuer befreit, Fahrzeuge, die die Euro-5 und Euro-6 Norm erfüllen, sogar für maximal 2 Jahre. Für Fahrzeuge, die nach dem 1.7.2009 zugelassen werden, gilt die Kfz-Steuerreform für Neuwagen. Zusätzlich gibt es Steuerbefreiungen für Dieselfahrzeuge.

Der Staat fördert zudem anwendungsorientierte Forschung im Bereich Mobilität. Hier ist ein Förderprogramm für Forschungsvorhaben zum Hybridantrieb und zur Brennstoffzelle 2009 und 2010 in Höhe von 500 Mio EUR geplant.

Abb. 1 gibt einen Überblick über die staatlichen Maßnahmen zur indirekten und direkten Förderung des (Automobil)Absatzes in Deutschland im Rahmen der Konjunkturpakete I und II.

Abb. 1: Überblick über die wirtschaftspolitischen Instrumente zur Förderung des (Automobil)Absatzes in Deutschland

<b>Wirtschaftspolitische Instrumente, die den Automobilabsatz in Deutschland indirekt fördern</b>	
Förderung von Investitionen und Aufträgen von Unternehmen, privaten Haushalten und Kommunen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• zusätzliche KfV-Finanzierung mit einem Volumen von 15 Mrd. EUR</li> <li>• Verlängerung der Bezugsdauer von Kurzarbeitergeld von 12 auf 18 Monate</li> </ul>
Innovations- und Investitionsprogramm Verkehr	<ul style="list-style-type: none"> <li>• mit einem Volumen von jeweils einer Mrd. EUR 2009 und 2010.</li> </ul>
Förderung von Investitionen, Innovationen und Nachfrage in der Wirtschaft	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kredit- und Bürgschaftsprogramm in Höhe von 100 Mrd. EUR</li> <li>• Senkung der Einkommenssteuer</li> <li>• stärkere Bezuschussung der Beiträge zur gesetzlichen Krankenversicherung</li> <li>• Einmalzahlung von 100 EUR für alle Kindergeldbezieher</li> </ul>
kommunales Investitionsprogramm in die Infrastruktur	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Verkehr, Krankenhäuser und Informationstechnologie</li> </ul>
<b>Wirtschaftspolitische Instrumente zur direkten Förderung des Automobilabsatzes in Deutschland</b>	
Abwrackprämie	in Höhe von 2.500 EUR pro Fahrzeug (Budget 1,5 Mrd. EUR)
Neuregelung der Kfz-Steuer	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kraftfahrzeugsteuerbefreiung für Pkw für ein Jahr bei Erstzulassung eines Neuwagens nach dem 5.11.2008 (Verlängerung auf 2 Jahr für Fahrzeuge, die die Euro-5 und Euro-6 Norm erfüllen)</li> <li>• Kfz-Steuerreform für Fahrzeuge, die nach dem 1.7.2009 zugelassen werden</li> <li>• zusätzliche Steuerbefreiungen für Dieselfahrzeuge (Steuererleichterungen in Höhe von insgesamt etwa 1,8 Mrd. EUR)</li> </ul>
Förderung anwendungsorientierter Forschung im Bereich Mobilität	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Förderprogramme für Forschungsvorhaben zum Hybridantrieb und zur Brennstoffzelle (2009 und 2010 rund 500 Mio. EUR – geplant)</li> </ul>

### 3. Volkswirtschaftliche Wirkungen der Instrumente zur Absatzförderung

Die wirtschaftspolitischen Instrumente im Rahmen der Konjunkturpakete I und II haben das Ziel, gesamtwirtschaftliche Wachstumsprozesse ohne negative Rückwirkungen auf andere Variablen in einer gewünschten Richtung auszulösen (Abschnitt 2.1) und die Erwartungsbildung der einzelnen Wirtschaftssubjekte positiv zu beeinflussen (Abschnitt 2.2).

### 3.1 Auslösung gesamtwirtschaftlicher Wachstumsprozesse

Die hier vorgestellten wirtschaftspolitischen Instrumente haben alle das Ziel, die rezessiven Tendenzen einer starken Reduktion des BIP zu begrenzen und zusätzliche Wachstumsprozesse auszulösen.

An der volkswirtschaftlichen Grundgleichung (mit Berücksichtigung von Veränderungen im Zeitablauf)

$$\Delta Y = \Delta C + \Delta I + \Delta G + (\Delta Ex - \Delta Im)$$

lassen sich die (erhofften) Wirkungsmechanismen vereinfachend zeigen

- durch Erhöhung der Staatsausgaben ( $\Delta G$ ) erhöht sich das BIP ( $\Delta Y$ ),
- zusätzlich erhöht sich über einen Multiplikatoreffekt der volkswirtschaftliche private Konsum ( $\Delta C$ , z.B. durch die Senkung der Einkommenssteuer, die stärkere Bezuschussung der Beiträge zur gesetzlichen Krankenversicherung, die Einmalzahlung für alle Kindergeldbezieher und die Verlängerung der Bezugsdauer von Kurzarbeitergeld) und die privaten volkswirtschaftlichen Investitionen ( $\Delta I$ , z.B. durch zusätzliche Finanzierungs- und Bürgschaftssysteme und Bildungsinvestitionen), die beide wiederum das BIP ( $\Delta Y$ ) erhöhen.

Die Staatsausgaben können hier lediglich eine Anschubfinanzierung für die gesamtwirtschaftlichen Wachstumsprozesse leisten.

Dabei ergeben sich zwei Probleme: zum einen die begrenzte Finanzierbarkeit und zum anderen die Wirkungsverzögerung der Instrumente.

Selbst wenn die deutsche Regierung mit der Erhöhung der Staatsausgaben lediglich eine Anschubfinanzierung leistet, ist diese angesichts der Verschuldung kaum finanzierbar und hat zudem negative Nebenwirkungen: jede weitere Verschuldung des Staates führt angesichts der durch die globale Finanzkrise höheren Risikoprämien selbst von Staatsanleihen (infolge der Garantie für Banken) zu höheren Rückzahlungsverpflichtungen.

Die Wirkungsverzögerungen der wirtschaftspolitischen Instrumente begründen sich dadurch, dass zwischen der Verabschiedung der wirtschaftspolitischen Instrumente und der Veränderung im Verhalten der privaten Wirtschaftssubjekte eine Zeitverzögerung besteht. Grundsätzlich wirken die Instrumente zur direkten Förderung des Automobilabsatzes wie Abwrackprämie und Neuregelung der Kfz-Steuer schneller als die Instrumente, die über eine Einkommenserhöhung den Automobilabsatz nur indirekt ankurbeln. Die nur indirekt auf den Automobilabsatz wirkenden Instrumente sind zwar oft bedeutsamer und anhaltender in ihrer Wirkung (z.B. Bildungsinvestitionen) – ihre stark verzögerten Wirkungen füh-



ren jedoch dazu, dass verstärkt oftmals marktwirtschaftlich nicht systemkonforme direkte Instrumente eingesetzt werden.

### **3.2 Erwartungsbildung bei den individuellen Wirtschaftssubjekten**

Gesamtwirtschaftliche Wirkungen sind die Summe der individuellen Entscheidungen der einzelnen Wirtschaftssubjekte (Haushalte und Unternehmen). Sie entscheiden entsprechend ihren Erwartungen über die Zukunft. Diese Erwartungen sind allerdings aufgrund der Kosten der Informationsbeschaffung und der begrenzten Informationsverarbeitungsfähigkeit des Wirtschaftssubjektes nicht vollkommen und können negativ wie positiv beeinflusst werden.

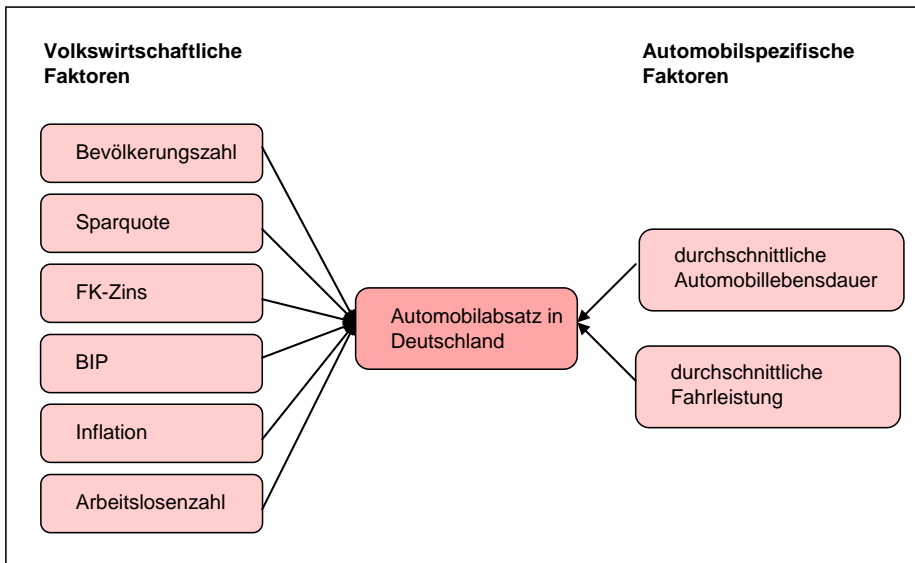
Mit wirtschaftspolitischen Instrumenten, die den Automobilabsatz indirekt und vor allem direkt fördern, zeigt der Staat, dass er sich kümmert. Das kann einen positiven Einfluss auf die Erwartungsbildung der Bürger haben. Vertrauen wird geschafft und das Konsumklima verbessert sich.

## **4. Prognose der Auswirkungen der Maßnahmen zur Förderung des Automobilabsatzes in Deutschland**

An der volkswirtschaftlichen Grundgleichung kann man die Wirkungen wirtschaftspolitischer Instrumente auf das BIP verdeutlichen, nicht jedoch die Veränderung der Wertschöpfung bzw. des Absatzes in einzelnen Branchen exakt bestimmen. Dies liegt daran, dass in dieser hoch aggregierten Gleichung einerseits makroökonomische Faktoren wie die Bevölkerungszahl fehlen und andererseits branchen-, d.h. automobilspezifische Faktoren nicht berücksichtigt sind, die vom Verhalten der Wirtschaftssubjekte abhängen, wie z.B. die durchschnittliche Automobillebensdauer und die durchschnittliche Fahrleistung.

Deshalb muss einer Absatzprognose für eine einzelne Branche ein branchenspezifisches Prognosemodell zugrunde gelegt werden, das volkswirtschaftliche und automobilspezifische Faktoren erfasst. Das Center für Automobil-Management (CAMA) hat ein solches Modell entwickelt und dabei berücksichtigt, dass sowohl ein steigendes BIP als auch eine sinkende Sparquote und eine sinkende Arbeitslosigkeit das verfügbare Einkommen und damit indirekt den Automobilabsatz positiv beeinflusst, ein Anstieg der Zinsen und der Inflation dagegen den Automobilabsatz dämpfen. Die Absatzprämie wirkt direkt auf eine Verringerung der Lebensdauer und der Fahrleistung des Automobils und damit auf einen steigenden Automobilabsatz hin. Abb. 2 zeigt das Grundprinzip des CAMA-Modells zur Absatzprognose.

Abb. 2: Grundprinzip des CAMA-Modells zur Prognose des Automobilabsatzes



Quelle: CAMA

Gemäß dem CAMA-Modell wird der Pkw-Absatz in Deutschland im realistic case von 3.47 Mio. Einheiten 2006, 3.15 Mio. 2007 und 2.97 Mio. 2008 im Jahr 2009 weiter auf 2.89 Einheiten sinken, 2010 vorübergehend auf 2.99 Mio. ansteigen und danach wieder sinken.

Entlang dieser Absatzprognose soll nun im Weiteren gezeigt werden, inwieweit die wirtschaftspolitischen Instrumente, die den Automobilabsatz indirekt (Abschnitt 3.1), vor allem aber direkt fördern (Abschnitt 3.2), dem Rückgang des Automobilabsatzes entgegenwirken können.

#### **4.1 Wirkungen der wirtschaftspolitischen Instrumente, die den Automobilabsatz in Deutschland indirekt fördern**

Die Förderung von Investitionen durch die Bundesregierung im Rahmen der beiden Konjunkturpakete kann dem Rückgang des BIP entgegenwirken und damit indirekt auch dem Rückgang des Automobilabsatzes. Sie führen dazu, dass der Rückgang des BIP um 0.75%-Punkte geringer ausfällt. Weil gleichzeitig annähernd 200.000 Arbeitsplätze durch die Verlängerung der Bezugsdauer von Kurzarbeitergeld gesichert werden, kann von einer Erhöhung des prognostizierten Automobilabsatzes im Jahr 2009 in Höhe von etwa 50.000 Pkws.

Die übrigen wirtschaftspolitischen Maßnahmen mit indirekter Wirkung auf den Automobilabsatz wie z.B. die Senkung der Einkommenssteuer, die stärkere Bezuschussung der Beiträge zur Krankenkassen

versicherung und die Einmalzahlung von 100 EUR für alle Kindergeldbezieher wirken sich dagegen auf den kurzfristigen Automobilabsatz kaum aus, weil die jährliche Entlastung überwiegend Bezieher geringer Einkommen trifft und nur zwischen 144 und 516 EUR beträgt. Damit kann die Zurückhaltung bei der Pkw-Nachfrage im Jahr 2009 nicht nachhaltig aufgebrochen werden. Obwohl diese Maßnahmen die Erwartungsbildung der Konsumenten im gewissen Maße positiv beeinflussen, bleiben die wirtschaftlichen Impulse für die Automobilindustrie aufgrund der spürbaren Konjunkturschwäche sowie der gegenläufigen Wirkungen auf die Einkommensentwicklung der Konsumenten im Kern wirkungslos. Erst im Jahr 2010 ist davon auszugehen, dass diese wirtschaftlichen Impulse über ein gestiegenes verfügbares Einkommen zu einem Anwachsen des Automobilabsatzes von schätzungsweise 45.000 Pkws führen werden.

#### **4.2 Wirkungen der wirtschaftspolitischen Instrumente zur direkten Förderung des Automobilabsatzes in Deutschland**

Die wirtschaftspolitischen Instrumente, mit denen die Bundesregierung den Automobilabsatz in Deutschland direkt zu fördern versucht, bleiben teilweise ebenso wirkungslos wie die allgemeinen Investitionsanreize. So z.B. die Neuausrichtung der Kfz-Steuer, deren Eckpunkte zeigen, dass vor allem Besitzer kleiner und mittlerer Fahrzeuge in Höhe von maximal 114 EUR im Jahr entlastet werden. Damit kann die Neuausrichtung der Kfz-Steuer zwar das Umweltbewusstsein der Pkw-Halter erhöhen, wird aber keinen wesentlichen An Schub der Nachfrage nach Pkw bringen. Auch die befristete Aussetzung der Kfz-Steuer für besonders schadstoffarme Neuwagen bis zum Jahr 2010 und die Steuerbefreiungen für Dieselfahrzeuge dürfte nur eine marginale positive Auswirkung auf den Automobilabsatz haben (Erhöhung des Pkw-Absatzes um etwa 5.000 Fahrzeuge im Jahr 2009 und um ca. 3.000 Fahrzeuge 2010).

Die Abwrackprämie wirkt sich dagegen 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 Ab

schwächung 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. Stärkere Vorzieheffekte von für 2010 geplanten Autokäufen wegen der Abwrackprämie sind wegen der allgemein spürbaren wirtschaftlichen Verunsicherung der Konsumenten nicht zu erwarten. Diese Kunden müssten schon ein Jahr vor dem geplanten Pkw-Kauf über die erforderlichen Kapitalressourcen verfügen, um die Abwrackprämie beim Automobilkauf in Anspruch nehmen zu können zu können. Solche Vorzieheffekte sind deshalb als relativ gering einzuschätzen und werden maximal zu einer Absatzsteigerung um 10.000 Pkws im Jahr 2009 führen.

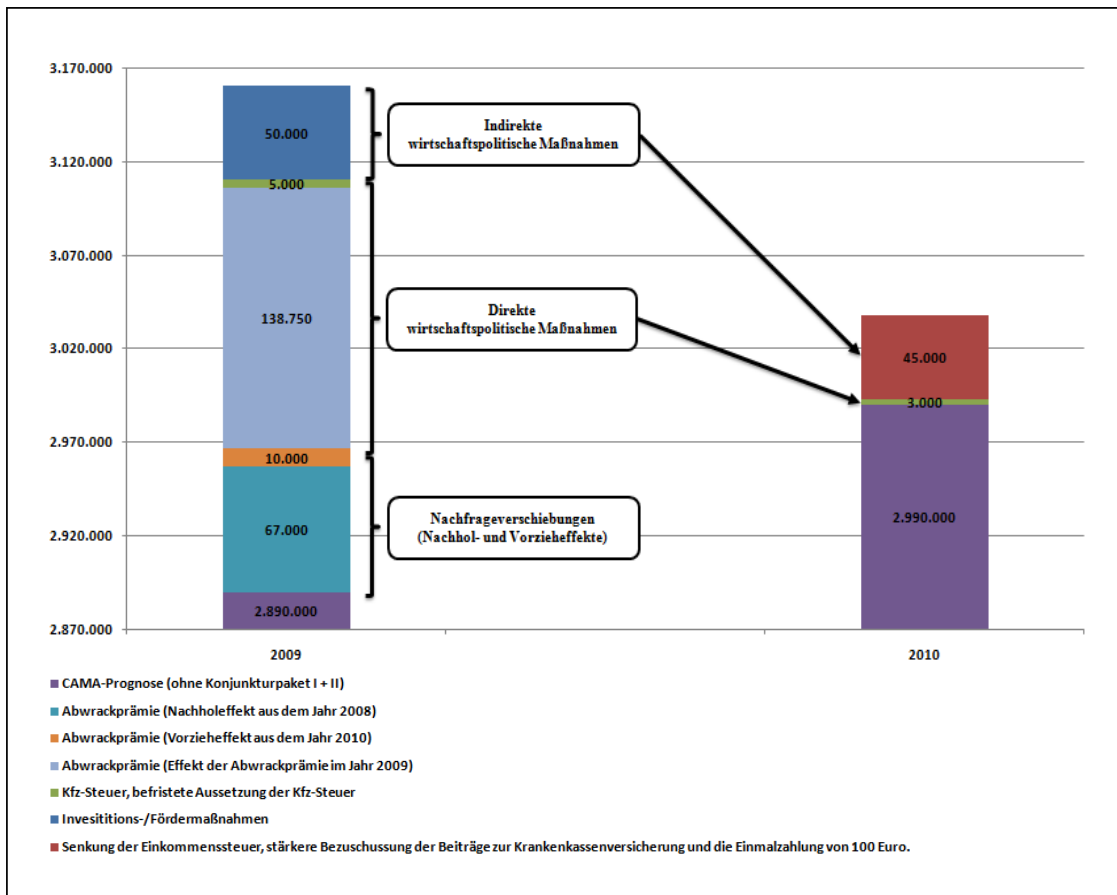
Die übrigen 523.000 Fahrzeugkäufe sind sicherlich zum Teil durch steuerfinanzierte Mitnahmeeffekte von Personen zu erklären, die bereits vor der Einführung der Abwrackprämie im Jahr 2009 einen neuen Pkw kaufen wollten. Auch hierdurch ergibt sich kein zusätzlicher Nachfrageanschub durch die Abwrackprämie. 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 138.750 Neuwagen führen. Die restlichen rund 384.250 der 600.000 zusätzlich durch die Abwrackprämie verkauften Fahrzeuge (d.h. nach Abzug der 77.000 Einheiten infolge des Nachhol- und Vorzieheffektes und der 138.750 Einheiten des positiven Substitutionseffektes) sind auf den Mitnahmeeffekt zurückzuführen, die den Absatz nicht anschieben.

Die deutsche Premianbieter Mercedes, BMW und Audi profitieren von der Abwrackprämie fast gar nicht, einerseits, weil der Wiederverkaufswert ihrer Pkws am Gebrauchtwagenmarkt auch nach neun Jahren meist noch deutlich über der Abwrackprämie von 2.500 EUR liegt, andererseits, weil die Abwrackprämie zu gering ist, um Fahrer von Fahrzeugen anderer Marken zu einem Markenwechsel und zum Kauf einer Premiummarke zu bewegen.

Werden diese Auswirkungen der wirtschaftspolitischen Instrumente, die im Rahmen der Konjunkturpakete I und II umgesetzt werden und den Automobilabsatz indirekt und direkt beeinflussen (sollen), ins CAMA Modell zur Prognose des Automobilabsatzes für die Jahre 2009 und 2010 eingerechnet, so ergibt sich im Jahr 2009 ein Anstieg des Pkw-Absatzes um etwa 270.750 Einheiten auf etwa 3,16 Mio. Einheiten (gegenüber der Prognose von 2,89 Mio. Einheiten). Im Jahr 2010 ergibt sich ein Anstieg der Absatzzahlen um 48.000 Einheiten gegenüber der Prognose, so dass dann etwa 3,04 statt der prognostizierten 2,99 Mio. Pkws erreicht werden.

Von den etwa 270.750 zusätzlich verkauften Einheiten im Jahr 2009 werden etwa 50.000 Einheiten durch die indirekte Investitionsförderung erreicht und rund 143.750 durch die direkten Förderinstrumente. Im Jahr 2010 dürften von den 48.000 zusätzlichen Automobilkäufen 45.000 auf die (indirekte) Investitionsförderung zurückzuführen sein und nur noch 3.000 Einheiten auf die direkten Förderinstrumente (Reform der Kfz-Steuer).

Abbildung 3: Prognostizierter Automobilabsatz in Deutschland 2009/2010  
(nach wirtschaftspolitischen Instrumenten)



Quelle: Eigene Berechnung (CAMA)

Um den mit den beiden Konjunkturprogrammen erreichten zusätzlichen Absatz zu bestimmen, müssen die Nachholeffekte von 2008 nicht getätigten und Vorzieheffekte von für 2008 geplanten Automobilkäufen (77.000 Einheiten) herausgerechnet werden, weil es sich dabei nur um Nachfrageverschiebungen handelt. Dann bleiben insgesamt etwa 241.750 Pkws, die wegen der Konjunkturprogramme 2009 und 2010 zusätzlich gekauft werden, etwa 146.750 davon lassen sich den wirtschaftspolitischen Instrumenten zur direkten Förderung des Automobilabsatzes zurechnen und rund 95.000 zusätzliche Fahrzeugkäufe den wirtschaftspolitischen Instrumenten, die die Automobilindustrie nur indirekt stützen.

Die etwa 241.750 zusätzlich verkauften Pkw als Folge der staatlichen Konjunkturpakete, die gemäß dem CAMA-Modell zur Prognose des Automobilabsatzes erwartet werden können, sind allerdings teuer erkaufte. Alleine die der Branche direkt zurechenbaren Instrumente verursachen Kosten in Höhe von 1,5 Mrd. EUR (für die Abwrackprämie), ca. 1,8 Mrd. EUR (für die Neuregelung der Kfz-Steuer) und 500

Mio. EUR (für die Förderung anwendungsorientierter Forschung im Bereich Mobility), d.h. zusammen etwa 3,8 Mrd. EUR. Damit würde der Verkauf jedes zusätzlichen Pkw mit etwas mehr als 15.700 staatlich subventioniert.

Wenn demgegenüber die Zeitschrift *auto motor sport* (Busse 2009) mit Berufung auf Daten des Zentralverbands des deutschen Kraftfahrzeugwesens (ZDK) vorrechnet, 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 242.000 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 12.400 EUR staatlich subventioniert. Das sind Steuergelder, die angesichts der Steuersparmodelle Steuersparmodelle der Unternehmen in Deutschland zu mehr als 80 Prozent von Privatpersonen aufgebracht werden.

## **5. Ausblick**

Es lässt sich nicht von der Hand weisen, dass das wirtschaftspolitische Instrumentarium der Bundesregierung, das im Rahmen der Konjunkturpakete I und II ergriffen wurde, zu den beabsichtigten volkswirtschaftlichen Wirkungen geführt hat: Es hat sowohl eine positive Erwartungsbildung bei den Wirtschaftssubjekten geführt, d.h. Vertrauen der Konsumenten geschaffen und das Konsumklima verbessert. Es hat aber auch gesamtwirtschaftliche Wachstumsprozesse ausgelöst und speziell in der Automobilindustrie den negativen Absatztrend angehalten.

Die positive Erwartungsbildung wurde aber durch Unsicherheit im Entstehungsprozess der Konsensbildung über die genaue Ausprägung und die geplante monetäre Wertbasis der jeweiligen Maßnahmen begrenzt. Insbesondere die Effekte der Abwrackprämie sind teilweise durch die lange Vorlaufzeit und die Unsicherheit über ihre genaue Ausgestaltung und die Antragsprozedur teilweise „verpufft“. Solche Maßnahmen müssten schnell und für die Wirtschaftssubjekte überraschend kommen, um Trittbrettfahrer zu verhindern. Dies ist aber angesichts der Medienfreude der (Wirtschafts-)Politiker eine illusorische Forderung.

Die Auslösung gesamtwirtschaftlicher Wachstumsprozesse hätte zudem angesichts der eingesetzten Mittel wirksamer erfolgen und stärker auf die deutschen Automobilhersteller und auch auf die Automobilzulieferer ausgerichtet werden müssen.

Mit 241.750 zusätzlichen Fahrzeugkäufen in den Jahren 2009 und 2010 kann der durch die Finanz- und Wirtschaftskrise ausgelöste Abwärtstrend bei Automobilabsatz nur angehalten, aber nicht umgekehrt werden. Gemäß der CAMA-Prognose wird der Automobilabsatz nach 2010 zunächst weiter sinken. Da die zusätzlichen Absatzkäufe vor allem in den unteren Marktsegmenten bei Kleinwagen erfolgen, können – mit Ausnahme von VW - die deutschen Automobilhersteller, die vor allem in den mittleren und oberen Segmenten anbieten, davon kaum profitieren. Zwar hat nach aktuellen Zahlen VW und Skoda mit 150.000 Kaufverträgen den höchsten Anteil an den Fahrzeugen, die wegen der Absatzprämie neu gekauft wurden, die davon besonders positiv betroffen Modelle werden aber in Spanien, Brasilien und in der Tschechischen Republik gefertigt.

Außerdem dürfte durch die Substitution der Gebraucht- durch Neuwagen der Gebrauchtwagenmarkt deutliche Verluste hinnehmen müssen.

Wenn man dann bedenkt, dass jedes zusätzlich verkaufte Pkw mit 12.400 EUR staatlich subventioniert wird, stellt sich die Frage, ob mit deutschen Steuergeldern die Wettbewerber der deutschen Hersteller oder die Produktion an Auslandsstandorten deutscher Hersteller gestützt werden sollten. Zielführender wäre es, direkte Anreizmechanismen für den Kauf höher preisiger Pkws zu schaffen, z.B. zinsverbilligte KfW-Kredite für den Kauf von Pkws mit besonders umweltverträglicher Technologie und einem Anschaffungspreis von über 10.000 EUR für private Kunden. Auch wäre es sinnvoll zu überdenken, warum die Abwrackprämie der Bundesregierung nur an Privatpersonen vergeben wird, obwohl gerade die deutschen Automobilhersteller den größten Teil ihres Absatzes mit gewerblichen Kunden erwirtschaften. Außerdem stellt sich die Frage, warum Zulieferer nur indirekt durch die Förderung des Automobilabsatzes von den wirtschaftspolitischen Maßnahmen angesprochen werden, obwohl sie von der Absatzkrise zuerst und sehr direkt betroffen werden.

Grundsätzlich wären Versuche zur Begrenzung der Absatzkrise in der Automobilindustrie auf gesamteuropäischer oder bilateraler Ebene zu begrüßen gewesen, da hierdurch nicht nur der innerdeutsche, sondern darüber hinaus der europäische Automobilabsatz gezielt stimuliert werden könnte.

Selbst wenn es außer Zweifel steht, dass der Staat die Automobilindustrie unterstützen musste, weil diese für die deutsche Wirtschaft zentrale Branche in Gefahr war, müssen sich die Automobilunternehmen



auch und vor allem selber aus der Krise herausziehen und die Krise als Chance begreifen. Der Staat kann nicht alleine ein in der Vergangenheit unzureichendes Risiko- und Krisenmanagement der Automobilunternehmen ausgleichen.

## Die Autoren

Dipl. Bw. (Univ.) Thomas M. Fojcik, M.A., ist Wissenschaftlicher Mitarbeiter am Lehrstuhl für Allgemeine Betriebswirtschaftslehre & Internationales Automobilmanagement (CAMA) an der Universität Duisburg-Essen.

Giordano Koch, M.A., Corporate Management & Economics (CME), ist Wissenschaftlicher Mitarbeiter am Zeppelin Lehrstuhl für Internationales Management an der Zeppelin University in Friedrichshafen.

Prof. Dr. Heike Proff, ist Inhaberin des Lehrstuhls für Allgemeine Betriebswirtschaftslehre & Internationales Automobilmanagement sowie Direktorin des Centers für Automobil-Management (CAMA) an der Universität Duisburg-Essen.

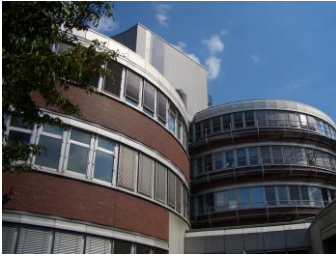
## CAMA-Studien

CAMA-Studien entwickeln das CAMA-Konzept des dynamischen Automobilmanagements mit sieben dynamischen Strategien zur Unterstützung der Umsetzung von (statischen) Wettbewerbsstrategien und zur Verbesserung der Bewertung der Automobilunternehmen (Proff, Proff 2008) weiter.

### Bisherige CAMA-Studien:

1. Heike Proff (2006a): Herausforderungen für Modullieferanten durch die verstärkte Modularisierung in der Automobilindustrie. (= zu | schnitt 002, Diskussionsreihe der zeppelin university, Unterreihe papers on automotive management, Nr. 1).
2. Heike Proff (2006b): Überkapazitäten und Direktinvestitionen als Herausforderung für Automobilunternehmen. (= zu | schnitt 004, Diskussionsreihe der zeppelin university, Unterreihe papers on automotive management, Nr. 2).
3. Heike Proff (2007): Strategies for German automobile manufacturers facing new competitors from low-cost countries. (= zu | schnitt 012, Diskussionsreihe der zeppelin university, Unterreihe papers on automotive management, Nr. 3).
4. Heike Proff (2008). Strategien zur systematischen Bewältigung der aktuellen Wirtschafts- und Finanzkrise
5. Thomas Martin Fojcik, Giordano Koch, Heike Proff (2009): Auswirkung staatlicher Instrumente zur Förderung des Automobilabsatzes in Deutschland (= cama | paper on automotive management, Nr. 4 der zeppelin university).
6. Heike Proff (2009): Wie Unternehmen endlich dynamisch werden.
7. Heike Proff, Thomas Martin Fojcik (2010): Markenwirkung und Zahlungsbereitschaft im Übergang zur Elektromobilität.
8. Thomas Martin Fojcik, Heike Proff (2010a): Informationsstand des Autohandels über Elektrofahrzeuge.
9. Thomas Martin Fojcik, Heike Proff (2010b): Elektromobilität 2010 – Wahrnehmung, Kaufpräferenzen und Preisbereitschaft potentieller E-Fahrzeug-Kunden.
10. Heike Proff (2010): Coming out of the crisis in the auto industry: Ambidextrous management of the transition to electric mobility
11. Heike Proff, Thomas, Martin Fojcik (2011): Wie Unternehmen durch dynamische Strategien zu Outperformern werden.

## **CAMA | Center für Automobil-Management**



Das Konzept des Centers für Automobil-Management (CAMA) basiert auf Arbeiten am Lehrstuhl für Allgemeine Betriebswirtschaftslehre & Internationales Automobilmanagement an der Universität Duisburg-Essen. CAMA will Unternehmen beim Umgang mit Veränderungen - z.B. durch die Elektromobilität oder das Wachstum der BRIC-Märkte - unterstützen und Anstöße zur Erneuerung geben.

### **CAMA – das Angebot**

#### **CAMA – Analysen**

- | CAMA-Kommentare zu aktuellen Themen
- | CAMA-Studien zur Automobilindustrie
- | CAMA-Spotlights auf internationale Automobilmärkte
- | CAMA-Kapitalmarktmonitor

#### **CAMA-Prognosen**

- | CAMA-Jahresprognose der Entwicklung des deutschen Automobilmarktes
- | CAMA-Quartalsprognosen
- | CAMA-Prognose der Entwicklung des deutschen Marktes für Elektromobilität

#### **CAMA-Services**

- | CAMA-Datenbank Elektromobilität (Zielgruppenanalyse/Marktanteilsabschätzung)
- | CAMA-Benchmark dynamischer Strategien
- | CAMA-Benchmark von Geschäftsmodellen
- | CAMA-Strategieberatung und –begleitung

#### **CAMA-Kongresse**

- | Wissenschaftsforum Mobilität