



**Stellungnahme zum Entwurf eines Gesetzes
zur Errichtung eines Sondervermögens „Investitions- und Tilgungsfonds“
(„Erweiterung Umweltprämie“)**

Die Umweltprämie ist ein wichtiger Baustein im **Konjunkturpaket II**, mit dem die Bundesregierung entschlossen auf die weltweite Finanz- und Wirtschaftskrise reagiert.

Die Umweltprämie ist wirtschaftspolitisch ein Erfolg!

- Für den finanzmarktbedingten Einbruch in allen Weltmärkten gleichzeitig steht **kein ökonomisches Modell** zur Verfügung.
- Deutschland hatte den **stärksten Rückgang des BIP** 1975 um -0,9%. Für 2009 hat die Bundesregierung -6% avisiert. Das stellt die Wirtschafts- und Ordnungspolitik vor eine neue Qualität der Herausforderung.
- In **Kombination mit der Umstellung der Kfz-Steuer** auf den CO₂-Ausstoß sowie der Steuerbefreiung für Euro IV und Euro V Fahrzeuge bis einschließlich Juni diesen Jahres, hat sich die Prämie in den zurückliegenden Monaten für viele Unternehmen der Automobilindustrie als Konjunkturstabilisierung bewährt, um die Krise abzufedern und in der angespannten Wirtschaftslage den Autoabsatz im Inland deutlich anzukurbeln.
- Die Umweltprämie wird ihre ‚**Brückenfunktion**‘ im laufenden Jahr erfüllen und ein Gegengewicht zum nach wie vor äußerst schwachen Exportgeschäft bilden:
 - Von Jan.-April 2009 ist der deutsche Pkw-Markt um gut 18 % auf knapp 1,25 Mio. Einheiten gewachsen. Dies entspricht einem Mehrabsatz gegenüber Vorjahr von nahezu 200.000 Pkw
 - Zum Vergleich: im vierten Quartal 2008 allein sank die Pkw-Nachfrage in Deutschland um 23 %.
- Wenn die **Exportmärkte** wieder Fahrt aufnehmen, sollten diese Zuwächse die auslaufende Umweltprämie auf dem Inlandsmarkt überkompensieren. Damit wirkt die Prämie stabilisierend, da sie eine zeitliche Trennung der Abschwünge auf dem Binnenmarkt und den Exportmärkten ermöglicht.
- Die Umweltprämie ist damit **Jobmotor**, weil sie Arbeitsplätze bei Herstellern, Zulieferern und Händlern in Deutschland sichert und nachweislich schon angekündigte Kurzarbeit aufgehoben hat.

Der Mitnahmeeffekt bei der Umweltprämie ist geringer als behauptet.

- Hinsichtlich der Verkäufe in 2009 gilt es zu differenzieren zwischen

- **Mitnahmeeffekt:** Kunden, die sich auch ohne Prämie in 2009 ein Fahrzeug gekauft hätten.
 - **Vorgezogene Verkäufe:** Kunden, die sich in den nächsten Jahren auch ohne Prämie ein Fahrzeug gekauft hätten.
 - **Zusatzverkäufe:** Kunden, die ohne Umweltprämie niemals einen Neuwagen gekauft hätten und bisher ausschließlich im Gebrauchtwagenmarkt waren.
- Nach Berechnungen des Instituts Polk, das sich auf den Automobilmarkt spezialisiert hat, liegt der **Mitnahmeeffekt bei nur 11%**.
 - Wer somit nur den Mitnahmeeffekt der Umweltprämie kritisch benennt, betrachtet nur einen Teil der Realität.
 - Neben Zusatzverkäufen sind auch vorgezogene Verkäufe im Inland gewollt, um das heutige Konjunkturloch gerade im Export abzufedern!

Die Umweltprämie kommt deutschen Automobilherstellern und der **mittelständischen Zuliefererindustrie** sowie dem **Automobilhandel** zu Gute.

- Die Umweltprämie wirkt nicht nur bei den Herstellern, sondern zeigt aufgrund der **Ver-netzung der Automobilhersteller** mit vor- und nachgelagerten Branchen auch Wirkung bei Zulieferern und Händlern.
- Im **Autohandel** arbeiten 190.000 Menschen, deren Jobs auch vom Verkauf ausländischer Fahrzeuge gesichert werden.
- In der **Zuliefererindustrie** arbeiteten in 2008 im Durchschnitt 328.100 Menschen (direkt Beschäftigte). Ein hoher **Anteil an deutschen Zulieferprodukten** befindet sich nicht nur in deutschen, sondern auch in ausländischen Fahrzeugen.

Die Umweltprämie zeigt: Deutschland agiert ohne **Protektionismus**.

- Die Umweltprämie steht sowohl Importfahrzeugen als auch Fahrzeugen deutscher Konzernmarken offen.
- Dies muss für eine **Exportnation** wie Deutschland auch in Zeiten des globalen Abschwungs Priorität haben: offene Märkte sowohl im eigenen Land wie auch in den anderen Absatzmärkten der Welt.

Die Umweltprämie wird im **europäischen, aber auch außereuropäischen Kontext** kopiert wegen ihrer krisendämmenden Wirkung.

- Die meisten **europäischen Staaten** haben mittlerweile eine Umweltprämie eingeführt.
- **Japan:** seit 1. April 2.500 \$ für die Verschrottung eines Autos, das älter als 13 Jahre ist („Japan hat Deutschland sogar kopiert“.....„Uns geht es nicht nur um eine Hilfe für die Automobilindustrie, sondern um einen ökologische Neuausrichtung der Wirtschaft.“; Japans Premierminister Taro Aso im Handelsblatt vom 6.5.2009)
- **USA** ist in der Konzeptionsphase.

- Letztlich haben alle Märkte, in denen Incentives zur Anwendung kommen, mit ihrem Binnenmarkt positiv zum Automobilabsatz beigetragen.

Die Umweltprämie wird ihrem Namen gerecht und leistet einen Beitrag zu einer **nachhaltigen Umweltpolitik**.

- Die Umweltprämie leistet einen wesentlichen Beitrag zu einer nachhaltigen Umweltpolitik, denn sie macht dem Kunden die Anschaffung eines neuen umweltfreundlichen und effizienten Autos, wie deutsche Hersteller es anbieten, attraktiv.
- Die Umweltprämie hilft, **Stickoxid- und Feinstaubemissionen** zu reduzieren:
 - Ca 40% der PKW im Bestand halten nur Emissionswerte der Abgasstufe Euro 2 und schlechter ein (Mindestpotenzial der zu verschrottenden Fahrzeuge, denn ab dem 1. Januar 2000 galt Euro 3 und das zu verschrottende Fahrzeug muss mindestens 9 Jahre alt sein).
 - Erfüllten alle PKW Euro 4, gingen auf einen Schlag die Stickoxidemissionen um die Hälfte und die Feinstaubemissionen gar um rund 90% zurück.
- Zudem hilft die Umweltprämie, Kraftstoff und damit **CO2 einzusparen**:
 - Wenn es gelänge, den Altersdurchschnitt der Autos auf Deutschlands Straßen nur um ein Jahr zu reduzieren, also von heute im Durchschnitt 8,5 Jahre auf 7,5 Jahre, dann könnten dadurch 800.000 Liter Kraftstoff gespart werden – das entspricht einer CO2-Emissionsminderung von zwei Mio. Tonnen.
 - In Q1 2009 lag der durchschnittliche CO2-Wert aller neu zugelassener Pkw in Deutschland mit 154,9 um 5,9% unter dem Vorjahreswert aufgrund der starken Käufe der privaten Halter im Bereich der Kleinwagen.
 - Im März sank der durchschnittliche CO2-Wert sogar auf 153,8 g/km (-6,3%).

Belange der **Premiumhersteller** müssen umfassender berücksichtigt werden.

- Premiummarken haben einen **hohen Geschäftskundenanteil**. Diese sind jedoch von der Prämie ausgeschlossen.
- Durch den **Jahreswageneinbezug** in die Umweltprämie profitieren auch Premiummarken. Im ersten Quartal wurden insgesamt über **330.000 Jahreswagen** verkauft, ein Zuwachs von 34%.
- Die Förderung von Premiumherstellern sollte in diesem Zusammenhang weiter verbessert werden, indem die **Jahreswagendefinition** den tatsächlichen Verhältnissen im Markt angepasst wird. Letztlich geht es darum, die Planungsunsicherheit, welche durch die „roulierende“ Jahreswagendefinition verursacht wird, auszuschalten.
- Überdies stellt der **Verkauf von Fahrzeugen an Mitarbeiter** ein wichtiges Absatzsegment der Automobilhersteller dar. In der aktuellen Wirtschaftskrise droht dieses Absatzgeschäft vollends einzubrechen.
 - Eine hohe Besteuerung der Rabatte beim Mitarbeiter, erhöhte Preisnachlässe der Händler und ein zunehmendes Vermarktungsrisiko haben die Anschaffung eines Fahrzeugs für die Mitarbeiter immer unattraktiver werden lassen.
 - Um den Einbruch des Mitarbeiterverkaufs zu verhindern, ist deren Besteuerung an aktuelle realistische Werte anzupassen. Vor allem gilt es, bei der Besteuerung des geldwerten Vorteils beim Mitarbeiter eine Besteuerung von Scheineinkünften zu vermeiden. Das kann vor allem dadurch erreicht werden, dass bei der Ermittlung des maßgebenden Angebotspreises nicht nur der halbe, sondern der gesamte gegenüber Endkunden gewährte Händlerrabatt angesetzt wird.
 - Vorteil zur Umsetzung dieser Maßnahme ist, dass sie durch eine bloße Anpassung der Verwaltungsregelung schnell und unbürokratisch umgesetzt werden kann.