



Prof. Dr. Claudia Kemfert, Leiterin der Abteilung Energie, Verkehr, Umwelt am DIW Berlin
Der Beitrag gibt die Meinung der Autorin wieder.

Dieselprämie – Neuaufgabe eines Betrugs

Die sogenannte Umweltprämie der Autohersteller wäre ein guter Witz, wenn sie nicht ernst wäre. Da hat man den Kunden jahrelang vorgegaukelt, sie würden ein umweltschonendes Fahrzeug kaufen – und jetzt, wo herauskommt, dass das deutsche Öko-Wunder Clean Diesel nichts als Betrug war, wird den Leuten zum Supersonderpreis das allerneueste Wunder verkauft: Clean Diesel reloaded.

Doch nicht nur die alten, sondern auch neue Fahrzeuge überschritten die zugelassenen Stickoxidgrenzwerte zum Teil um das Sechsfache, wie das Umweltbundesamt kürzlich nochmals festgestellt hat. Software-Updates, die Emissionen angeblich um 25 Prozent reduzieren, werden also nicht ausreichen. 6-mal zu hoch ist auch um 25 Prozent reduziert noch 4,5-mal zu hoch. Das offenbar in Windeseile beim Dieseltipp mit der Politik abgestimmte Angebot der Autohersteller ist also keineswegs fair oder gar großzügig. Es ist die Neuaufgabe desselben Denkens, Handelns und, ja, desselben Betrugs, der zum Dieseltipp geführt hat.

Hier wurde nicht ein bisschen geschummelt – hier wurden systematisch und mutwillig Gesetze umgangen, Kontrollinstanzen betrogen und verantwortliche Politiker in gesetzgebenden Instanzen durch Schmeicheleien, Fehlinformationen und beeinflussende Angebote manipuliert. Genau 15 089 392 deutsche Autobesitzer haben sich für einen Diesel entschieden. Sie sind die Betrogenen.

Wenn nur jeder Hundertste von ihnen sich aus Umweltbewusstsein für den Clean Diesel entschieden hat, dürften demnächst Großdemos vor dem Umwelt- und Verbraucherministerium gegen den dreisten und bislang ungeahndeten Etikettenschwindel der Autobranche stattfinden. Die anderen 14,8 Millionen, die sich wegen des langfristigen Kostenvorteils für einen Diesel entschieden haben, dürften derweil ihre Messer wetzen. Nicht nur, weil ihnen Fahrverbote drohen. Jetzt müssen die Sparfüchse von gestern auch noch einen umfangreichen Wertverlust ihres Fahrzeugs in Kauf nehmen. Da ist es der schiere Hohn, wenn ihnen für

den Kauf eines Neuwagens etwa zehn Prozent Rabatt eingeräumt werden soll. Die legendären 10 000 Euro, von denen in den Medien die Rede ist, gibt es nur für eine Luxuskarosse mit knapp sechsstelligem Listenpreis.

Was ginge für ein Aufschrei durchs Land, wenn man die bereits gekauften mit Fipronil verunreinigten Eier zurückbringen dürfte, um dann rabattierte frische Eier zu bekommen – mit 25 Prozent weniger Fipronil, aber weil die Eier größer sind, in Wahrheit mit mehr Fipronil als vorher. Man würde den Bauern die Eier an den Kopf werfen und die faulen Marketing-Tomaten gleich noch hinterher.

Es ist daher Zeit, den Deutschen die Wahrheit zu sagen: 1. Die angeblich so saubere Dieselschere kann nicht gleichzeitig die CO₂- und die Stickoxidgrenzwerte einhalten. Diesel ist eine Technik der Vergangenheit. 2. Auf Kosten der Verbraucher haben die Autokonzerngiganten gigantische Gewinne eingefahren. Die sollten die Kunden nun als echten Schadensersatz zurückbekommen. 3. Die deutsche Autoindustrie hat mutwillig und wider besseres Wissen Gesundheit und Klima irreversibel geschädigt, was sie zumindest ökonomisch wiedergutmachen sollte. 4. Den betrogenen Kunden muss ernsthaft aus der Patsche geholfen werden, und zwar nicht auf Kosten der ohnehin schon geschädigten Bürger. Zahlen müssen jetzt mal die Verursacher. 5. Die derzeit ebenfalls angebotenen Elektro- und Hybrid-Fahrzeuge haben die betroffenen Autohersteller gar nicht im Angebot – oder wenn, dann zu nicht marktfähigen Preisen und mit unzumutbaren Lieferzeiten.

Aus Profitorientierung hat die Autoindustrie nicht nur die eigene Zukunft, sondern auch die deutsche Wirtschaftskraft aufs Spiel gesetzt. Das Vertrauen in Made in Germany war mühsam aufgebaut und ist leider schnell verspielt. Die Politik sollte nicht Steuergeld für eine Industrie ausgeben, die ihre Probleme selbst verursacht hat und betrogene Kunden nicht angemessen entschädigen will. Die Autokonzerngiganten sind in der Pflicht. Und sie sind nicht *too big to fail*.



DIW Berlin – Deutsches Institut
für Wirtschaftsforschung e. V.
Mohrenstraße 58, 10117 Berlin
T +49 30 897 89 -0
F +49 30 897 89 -200
84. Jahrgang

Herausgeberinnen und Herausgeber

Prof. Dr. Tomaso Duso
Dr. Ferdinand Fichtner
Prof. Marcel Fratzscher, Ph.D.
Prof. Dr. Peter Haan
Prof. Dr. Claudia Kemfert
Prof. Dr. Lukas Menkhoff
Prof. Johanna Mollerstrom, Ph.D.
Prof. Karsten Neuhoff, Ph.D.
Prof. Dr. Jürgen Schupp
Prof. Dr. C. Katharina Spieß
Prof. Dr. Gert G. Wagner

Chefredaktion

Dr. Gritje Hartmann
Dr. Wolf-Peter Schill

Redaktion

Renate Bogdanovic
Dr. Franziska Bremus
Claudia Cohnen-Beck
Prof. Dr. Christian Dreger
Sebastian Kollmann
Markus Reiniger
Mathilde Richter
Dr. Alexander Zerrahn

Lektorat

Dr. Anna Hammerschmid
Aline Zucco
Anna Hammerschmid

Vertrieb

DIW Berlin Leserservice
Postfach 74
77649 Offenburg
leserservice@diw.de
Tel. (01806) 14 00 50 25
20 Cent pro Anruf
ISSN 0012-1304
ISSN 1860-8787 (Online)

Gestaltung

Edenspiekermann

Satz

eScriptum GmbH & Co KG, Berlin

Druck

USE gGmbH, Berlin

Nachdruck und sonstige Verbreitung –
auch auszugsweise – nur mit Quellen-
angabe und unter Zusendung eines
Belegexemplars an die Serviceabteilung
Kommunikation des DIW Berlin
(kundenservice@diw.de) zulässig.

Gedruckt auf 100 % Recyclingpapier.