



LobbyControl (CC BY-NC-ND 4.0, <https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/deed.de>)

# INS ABSEITS LOBBYIERT

## Warum sich die Autoindustrie mit ihrem Lobbyismus selbst schadet

Die Autoindustrie drängt sich im Lobbykampf um Corona-Hilfen nach vorne. Ihre Chancen auf Sonderbehandlungen stehen traditionell gut. Doch mit ihrem Lobbyismus, der viel zu oft auf eine willfährige Bundesregierung trifft, schadet sich die Branche selbst. Statt den Strukturwandel in der Branche voranzutreiben, hat sich die Autoindustrie in einen innovativen Tiefschlaf lobbyiert. Wem die Zukunftsfähigkeit der deutschen Autobauer am Herzen liegt, sollte aufhören, auf ihre LobbyistInnen zu hören.

**D**ie Corona-Krise stand noch ganz am Anfang und die wirtschaftlichen Folgen waren noch völlig offen, da macht die Autolobby sich schon bereit, um als erste Branche nach Geld vom Staat zu schreien. Obwohl die Milliardengewinne der vergangenen Jahre noch nicht als Dividende an die AktionärInnen ausgeschüttet und als Managerboni verteilt waren, präsentiert sich die deutsche Leitbranche schon als hilfsbedürftig. Dabei sind

GastronomInnen und KünstlerInnen, Selbständige und Millionen KurzarbeiterInnen doch viel umfassender und härter betroffen als Autobauer mit hohen Rücklagen.

### Sonderbehandlung für die deutsche Leitindustrie?

Eine Kaufprämie, die Wiederbelebung einer schlechten Idee aus der Finanzkrise, war das Objekt der Begierde. Wie vor

gut zehn Jahren soll nach Vorstellung der Autolobby auch diesmal der Staat und damit die SteuerzahlerInnen den Absatz von Autos subventionieren. Dabei sind die Auswirkungen der damaligen Abwrackprämie inzwischen gut untersucht. Mit niederschmetterndem Ergebnis: Der Absatz von Autos stieg in der Phase der Abwrackprämie an – nur um im Anschluss umso deutlicher einzubrechen. Die Subvention erwies sich als teurer Vorzieheffekt – ein 5 Milliarden Euro teures Strohfeuer. Zudem profitierten kaum die deutschen Hersteller großer Limousinen, sondern die ausländischen Autobauer mit ihren Kleinwagen.

Nicht nur ökonomisch war die Prämie ein Rohrkreier, auch die ökologischen Auswirkungen waren mies: Viele mittelalte, voll funktionstüchtige Autos wurden verschrottet, statt über den Gebrauchtwagenmarkt neue BesitzerInnen und NutzerInnen zu finden. Die subventionierten Neuwagen waren auch nicht klimafreundlicher als die alten. Somit haben nicht nur die SteuerzahlerInnen, sondern auch das Klima für das ökonomische Strohfeuer teuer bezahlt.

Nach dieser durch und durch ernüchternden Bilanz sollte man meinen, dass niemand Gehör findet, der solch einen Vorschlag erneut auf den Tisch legt. Doch weit gefehlt: Auch in der Corona-Krise stellen sich BundesministerInnen und MinisterpräsidentInnen hinter die schlechte Idee einer Kaufprämie – und wollen nicht einmal eine scharfe Umweltbindung diktieren. Stattdessen sollen Hand in Hand mit der Autolobby sogar klimaschädliche Benzin- und Dieselaautos gefördert werden. Wie der Kampf um die Neuaufgabe einer Kaufprämie ausgeht, ist noch offen, während diese Zeilen geschrieben werden. Wenden wir uns derweil der Frage zu, warum eine nachweislich schlechte Idee nicht sofort im Schredder landet, wenn sie von der Autolobby vorgetragen wird.

## Die lange Geschichte einer gut geölten Beziehung

Die Geschichte der unumstößlichen Allianz zwischen deutscher Bundesregierung und deutscher Autolobby ist lang und reich an Kapiteln. Insbesondere, wenn es um Umweltauflagen geht, die die Hersteller verhindern oder verwässern wollen. Die Kapitel dieser Geschichte erzählen von wirkungslosen Effizienzlabeln und trügerischen Verbrauchsangaben, schwachen CO<sub>2</sub>-Grenzwerten und durchgeboxten Ausnahmen für deutsche PS-Protze, von großzügigen Dieselpri vilegien und fehlenden Geschwindigkeitsbegrenzungen. Die Auswirkungen betreffen uns alle – in Form von zu viel Feinstaub, Ozon und Stickoxiden in unserer Atemluft. Und besonders beim Klimaschutz: Seit Jahren erlaubt die Politik der Autoindustrie sich bei der Rettung des Klimas wegzuducken. Der Verkehr ist der einzige Sektor in Deutschland, in dem der Ausstoß an Treibhausgasen seit 1990 sogar gestiegen ist.

Kein Beitrag zum Klimaschutz – wie kann ein ganzer Industriezweig derart erfolgreich seine kurzfristigen Interessen durchsetzen? Die deutsche Autoindustrie und Teile der deutschen Politik sind eng verwoben. Mitunter verwischt die Grenze zwischen LobbyistIn und PolitikerIn. Viele, die aktuell in den Lobbybüros der Autokonzerne sitzen, haben zuvor politische Karrieren gemacht, kennen die richtigen Leute und politischen Prozesse. Hildegard Müller, die ak-

tuelle Präsidentin des VDA, dem Lobbyarm der deutschen Autobauer, ist ehemalige Staatsministerin im Bundeskanzleramt. Der Cheflobbyist von Daimler, Eckhard von Kläden, war zuvor ebenso Staatsminister im Kanzleramt. Der langjährige VDA-Präsident Matthias Wissmann, Vorvorgänger von Müller, arbeitete in den 1990ern als Bundesverkehrsminister. Der Cheflobbyist von Volkswagen fungierte früher als Pressesprecher von Bundeskanzler Schröder, der oberste Strippenzieher von BMW war CSU-Pressesprecher. Joachim Koschnicke, jahrelang Lobbyist bei Opel, kam aus der Strategieabteilung der CDU-Zentrale – und wechselte später sogar dorthin zurück. Die Liste ließe sich beliebig fortsetzen.

Solche Personalwechsel von PolitikerInnen in Lobbyjobs nennt die Politikwissenschaft „Drehtüreffekt“. Der Reiz für die Unternehmen und Verbände liegt auf der Hand: Die ehemaligen Politikprofis bringen ihre Netzwerke und Kontakte mit und kennen das Politikgeschäft auf das Genaueste. Die Ex-PolitikerInnen und Neu-LobbyistInnen flüstern ihren ehemaligen KollegInnen in der Politik die Interessen der Autoindustrie ein. Und die Politik hört zu, oft hilft sie gerne. Die Branche selbst beeinflusst die politischen Rahmenbedingungen so, dass ihr Geschäft mit schweren, PS-starken Autos floriert.







## Dass die gut geölten Beziehungen zwischen Autolobby und Politik die Branche nicht stärken, sondern schwächen, zeigt sich beim Umstieg auf Elektroautos.

### Die Lobbystrategie führt ins Abseits

Letztlich aber ist diese Lobbystrategie gefährlich kurzfristig: Ein Verwässern und Verzögern von Gesetzen, Richtlinien und Grenzwerten kauft zunächst Zeit. Doch Vorschläge zur politischen Regulierung entstehen nicht im luftleeren Raum. Sie sind Folge eines umweltpolitischen Problemdrucks: Die schlechte Luftqualität in unseren Städten und der globale Klimawandel sind reale Probleme. Auf Zeit zu spielen lässt sie nicht verschwinden. Auf lange Sicht schaden schwache Grenzwerte und nichtssagende Effizienzlabel Deutschlands Autoindustrie – sie werfen die Branche im globalen Wettlauf um innovative und saubere Mobilität zurück. Der Mangel an ökologischen Anreizen durch die Politik führt in eine innovationsfeindliche Sackgasse. Die gefährdet nicht nur das Image, sondern mittelfristig auch die ökonomische Basis einer ganzen Industrie – die prekäre Situation der deutschen Energiekonzerne ist hier ein warnendes Beispiel. Ein anderes der davoneilende Börsenwert eines bis vor kurzem von den deutschen Autobossen verachteten Neulings wie Tesla.

Dass die gut geölten Beziehungen zwischen Autolobby und Politik die Branche nicht stärken, sondern schwächen, zeigt sich beim Umstieg auf Elektroautos. Aktuell muss sich die deutsche Autoindustrie mächtig strecken, um ihren

Rückstand bei der Elektromobilität gegenüber Tesla und Co. wieder aufzuholen. Verschlafen hat sie den Trend zu klimafreundlichen Antrieben auch, weil die deutsche Politik jahrelang den Wandlungsdruck durch das Verwässern von Klimaauflagen abgeschwächt hat. Statt die eigenen IngenieurInnen rasch klimafreundliche Produkte entwickeln zu lassen, hat die Autoindustrie erfahrene LobbyistInnen geschickt, um die Bundesregierung vor ihren Karren zu spannen. Doch in Brüssel, wo die CO<sub>2</sub>-Grenzwerte beschlossen werden, folgt man immer weniger den BremserInnen aus der Bundesregierung. Die Klimagesetze werden langsam strenger, die Verweigerungsstrategie funktioniert immer weniger. Ob die deutschen Autobauer den Anschluss an die internationale Konkurrenz noch schaffen, werden die nächsten Monate und Jahre zeigen. Eine Kaufprämie für Verbrenner würde den Rückstand nur vergrößern.

### Die Politik muss sich emanzipieren

Das weitere Festhalten am Verbrennungsmotor, das die hiesigen Autobauer noch immer propagieren, sollte die Politik nicht auch noch befördern. Vielmehr sollte die Bundesregierung die Rahmenbedingungen für die Autoindustrie so setzen, dass eine umweltverträgliche und zukunftsfähige Mobilität entstehen kann. Nur dadurch bleibt die Branche innovativ und auf der Höhe der Zeit. Bislang jedenfalls sind die Industrie und ihre LobbyistInnen nicht Teil der Lösung, sondern Teil des umweltpolitischen Problems. Eine weitsichtige Industriepolitik, die auch in zehn oder zwanzig Jahren noch eine starke Automobilindustrie in Deutschland haben will, darf nicht weiter auf AutolobbyistInnen hören.



Tobias Austrup

Der Autor ist politischer Kampagner für die Verkehrswende bei Greenpeace.

2016 hat Greenpeace ein ‚Schwarzbuch Autolobby‘ veröffentlicht, das anhand von 33 Portraits von PolitikerInnen und LobbyistInnen die enge Verflechtung zwischen Autoindustrie und Politik in Deutschland aufzeigt.  
<https://kurzlink.de/schwarzbuchautolobby>



Chris Grodotzki/Greenpeace



# RUNDBRIEF

Forum Umwelt und Entwicklung

2/2020



## AUTOKORREKTUR EINE SCHLÜSSELBRANCHE HAT SICH VERFAHREN

**DIE AUTOINDUSTRIE –  
TOO BIG TO FAIL?**  
Und was macht die  
Gewerkschaft?

› Seite 8

**GAME-CHANGER TESLA**  
Düstere Aussichten für die  
deutschen Autobauer

› Seite 14

**INS ABSEITS LOBBYIERT**  
Warum und wie sich die  
Autoindustrie selbst schadet

› Seite 17

**NACHHALTIGE MOBILITÄT  
IN STÄDTEN**  
Hebel für die urbane Trans-  
formation im Globalen Süden

› Seite 31

ISSN 1864-0982