



Eingemischt und ausgebremst

Wie die Autolobby die Absatzkrise nutzt, um den Klimaschutz aufzuschieben – mithilfe der Bundesregierung **VON CLAAS TATJE**

Es sollte ein Signal für die Fahrt in die Zukunft werden. Als EU-Umweltkommissar Stavros Dimas im vergangenen Jahr vom S-Klasse-Mercedes auf den klimaschonenden Toyota Prius umstieg, war das alles andere als ein Kompliment für die europäische Autoindustrie. Der Wechsel seines Dienstfahrzeugs war für den Griechen allerdings nur der Anfang. Tatsächlich fordert er klimaverträgliche Neuwagen für alle – und hat sich damit zu einer Hauptfigur in einem fast beispiellosen Drama gemacht: Dem Kampf der Klimaschützer gegen Europas Autolobby.

Dimas und seine Mitstreiter, darunter die deutsche Europaabgeordnete Rebecca Harms, kämpfen auf ziemlich verlorenem Posten. Denn ihr Gegner ist so mächtig wie kaum eine andere Industrie. Die Autobranche ernährt in der EU mehr als zwölf Millionen Familien. Ihr Jahresumsatz beträgt 500 Milliarden Euro. Und sie baut jährlich 20 Millionen Autos. Die größten, mit denen auch das meiste Geld verdient wird, stammen zu 80 Prozent aus Deutschland. Die Autoindustrie, viele Zahlen belegen das, ist das Herz der europäischen Wirtschaft.

Die Zahlen von Dimas scheinen dagegen höchstens den Blutdruck von Automanagern zu beein-

flussen. Dimas will die Erde retten. Deshalb fordert er, den Spritverbrauch im Flottendurchschnitt von 2012 an auf rund 5,5 Liter pro 100 Kilometer zu begrenzen; das entspricht 130 Gramm Kohlendioxid (CO₂) pro Kilometer. Jedes Gramm mehr soll die Hersteller bis zu 95 Euro Strafe kosten.

95 Euro, 130 Gramm – Dimas' Zahlen haben auch bei Günter Verheugen den Puls steigen lassen. Der für die Industrie zuständige Deutsche sieht Europas größten Arbeitgeber bedroht. Zuletzt forderte er sogar, der von einer Absatzkrise getroffenen Industrie mit zinsbilligen Krediten in Höhe von bis zu 40 Milliarden Euro beizuspringen.

Derweil attackiert die Lobby Dimas' 130-Gramm-Plan. Bis Weihnachten sollen die Regelungen und das Europäische Parlament sich nun einigen. Ein Ergebnis steht schon fest: Keine Regierung will der Gegenspieler der Konzerne sein.

Dabei drängte sogar Bundeskanzlerin Angela Merkel, Mitte der 1990er Jahre Bundesumweltministerin, damals die Autobauer zu umweltverträglicheren Produkten. Sie unterstützte das Abkommen der EU mit dem europäischen Automobilverband ACEA, in dem sich die Hersteller verpflichteten, den europäischen Flottenverbrauch bis 2008

auf 140 Gramm im Durchschnitt aller Marken zu senken. Als sich abzeichnete, dass die Industrie ihr Versprechen nicht erfüllen würde, zeigte Merkel allerdings viel Verständnis. Sie war inzwischen Kanzlerin geworden.

Die Autos waren zwar sparsamer geworden, aber zugleich war die Zahl der größeren und schwereren Modelle gestiegen. Deshalb emittieren sie im Durchschnitt mehr als 160 Gramm CO₂. Verglichen mit 2006 müsste Porsche den Verbrauch seiner Neufahrzeuge nahezu halbieren, um das Ziel von 130 Gramm zu erreichen. Massenhersteller wie VW müssten immerhin ein Fünftel an Emissionen einsparen. Müsstens, wenn sie nicht geschützt würden, auch von Angela Merkel.

»Lieber José Manuel, eine Benachteiligung einzelner Hersteller darf es nicht geben«

Schon bevor Dimas einen Richtlinienvorschlag vorgelegt hatte, bekam sein Chef, Kommissionspräsident José Manuel Barroso, Post von ihr. »Lieber José Manuel«, schrieb die Kanzlerin, »eine Benachteiligung einzelner Hersteller oder einzelner Fahrzeugsegmente darf es nicht geben.« Es ging ihr um große Autos.

Nie habe die deutsche Regierung so früh Einfluss ausüben wollen auf die Beamten in Brüssel, heißt es im

Kommissionsgebäude. Auch auf Abgeordnete des Parlaments wird eingewirkt. »Natürlich lobbyieren wir heftig«, sagt der Vertreter eines deutschen Herstellers. Auch bei Rebecca Harms, der stellvertretenden Fraktionsvorsitzenden der Grünen im Europaparlament.

Ihr Wahlkreis liegt in Niedersachsen, in VW-Land. Harms sollte sich doch einmal die Forschungsabteilung in Wolfsburg anschauen, bot ihr das Brüsseler VW-Büro an. Vier Monate bevor Dimas den Gesetzesvorschlag veröffentlichte, betrat Harms das größte Autowerk Deutschlands, in dem – trotz aller Roboter – immer noch 48 000 Menschen arbeiten, darunter 8000 in der Forschung und Entwicklung. Sie war begeistert. »Lauter Daniel Düsentricks, stolz auf ihre Erfindungen.« Im gleichen Jahr meldete der Konzern 1479 Patente an und investierte fast fünf Milliarden Euro in Forschung und Entwicklung. »Da ist viel mehr möglich, als wir fordern«, erinnert sich Harms an diesen Tag.

Zumal sie sich von der Ökonomie bestätigt fühlt: Als sie im Sommer 2007 nach dem VW-Besuch mit ihrem Audi A2 zur Tankstelle fuhr, kostete ein Liter Benzin rund 1,35 Euro, ein Jahr später lag der Preis bei knapp 1,50 Euro. »Mobilität soll für alle bezahlbar bleiben«, fordert Harms heute, und langfristig könne dies nur eine drastische Reduzierung des Energieverbrauchs sicher-

stellen. Wenn sich die Konzerne nicht darauf besinnen, dass die Zukunft klein und effizient ist, dann »sind bei VW Tausende Arbeitsplätze bedroht, weil diese Autos dann im Ausland gebaut werden«, sagt Harms. Da die Hersteller sich jedoch weigerten, brauche die Industrie nicht mehr Zeit, sondern »mehr Druck«.

Dieser Druck hätte aus Brüssel kommen müssen, wo VW seine Mitarbeiter auch in öffentliche Ausschusssitzungen schickt, um die Stimmung im Parlament zu erfahren. Zum Beispiel am 8. April. Zu diesem Zeitpunkt hatte die Lobby die meisten konservativen Politiker bereits auf ihre Seite ziehen können. »Lediglich die Grünen versuchten, zusätzlich Druck auf die Industrie auszuüben«, heißt es in einem VW-Dossier über die Sitzung des Ausschusses für Industrie, Forschung und Energie, zu dessen Mitgliedern auch Harms zählt. »Frau Harms griff den Volkswagen-Konzern an, indem sie verkündete, ... dass man bewusst Innovationen nicht der breiten Masse zur Verfügung stellen würde.«

Anschließend erlebte Harms, wie der Industrieausschuss gegen den Umweltausschuss kämpfte. Ersteren fütterte vor allem der Verband der Automobilindustrie (VDA) mit Argumenten. Nur wenige Monate nachdem Dimas' Gesetzespaket vorgestellt war, schlug Werner Langen, CDU-Abgeordneter und wortgewaltiger Be-

ÖKONOM Die spinnen, die Kurse

VW, Öl, der Yen – Kurse und Preise schwanken zurzeit enorm. Kein Wunder **VON ARNE STORN**

Manager stöhnen auf. Marktgläubige Volkswirte verzweifeln. Selbst hartgesottene Investmentbanker klagen: Irrational sei, was an den Märkten geschehe. Soll heißen: kaum durch Zahlen und Fakten zu erklären. Das ist ein Problem für jene, die in ihrer Arbeit mit Zahlen und Fakten hantieren.

Der Markt – eine Chimäre? Preise – willkürlich gewählte Ziffern? Der Gedanke liegt nahe. Zum Beispiel, wenn man den Kurs der VW-Aktie betrachtet: Der schnellte auf 1000 Euro hoch, für kurze Zeit wurde der Autobauer zum wertvollsten Konzern der Welt. Der Preis für eine Aktie der Commerzbank steigt und fällt fast täglich. Oh, der Bank gehört ein Immobilien- und Staatsfinanzierer? Ab nach unten. Oh, es gibt Geld vom Staat? Hinauf! Der Yen gewinnt rasant an Wert, nachdem er lange stark unter Druck stand. Japans Wirtschaft erklärt die Trendwende kaum.

Und das sind nur ein paar der aktuellen Verwickelungen. Der Industrieriese Daimler ist an der Börse nur noch 26 Milliarden Euro wert, der Preis für Öl dümpelt bei 65 Dollar je Barrel, obwohl er jüngst noch mehr als doppelt so hoch lag. Wer kann solche Schwankungen noch nachvollziehen?

Preisausschläge sind nun mal häufig übertrieben

Diese Frage setzt voraus, dass Güter (also Aktien, Unternehmen, Währungen) einen »wahren Wert« haben, den die Preise gefälligst widerspiegeln sollen. Eine naheliegende Idee, denn ein Konzern hat viele Milliarden Euro in der Kasse, ein anderer ist Herr über Immobilien, Maschinen und Firmenbeteiligungen. Zumindest diesen Werten sollte die Bewertung durch die Finanzwelt entsprechen. Bei Volkswirtschaften spricht man gern von »Fundamentalwerten«, einem Sammelsurium an Kennziffern, die Aufschluss über die Stärke eines Landes und seiner Währung geben sollen.

Eine solche Sicht ist so verständlich wie problematisch. Wie vage und subjektiv die Frage nach dem Wert eines Konzerns schon in ruhigen Zeiten beantwortet wird, zeigt die Value-Strategie: Unternehmen auswählen, die man für unterbewertet hält, einsteigen, geduldig warten, bis auch der Markt den »wahren Wert« erkennt, aussteigen – so hat Finanzguru Warren Buffett viele Milliarden Dollar verdient. Offenbar kann das Urteil über den »wahren Wert« unterschiedlich ausfallen, obwohl im Prinzip alle über dasselbe Handwerkszeug verfügen.

Es geht damit weiter, dass Preise an den Finanzmärkten sich grundsätzlich nicht auf Basis des Status quo oder vergangener Gewinne ergeben, sondern auf Basis von Erwartungen an die Zukunft: Wird ein Unternehmen mehr Profit machen? Wird die Nachfrage nach Öl steigen? Spekulanten mögen kaufen, obwohl sie kein Interesse an der Firma oder am Öl hegen, das aber ändert nichts daran, dass sie aufgrund ihrer Erwartungen über die Marktentwicklung einsteigen. Schwierig wird es, wenn die Erwartungen sich selbst nähren, wenn also der Einstieg einiger zu steigenden Kursen und damit zum

Einstieg anderer Anleger führt – just dieser sich selbst verstärkende Mechanismus ließ die Preise am US-Immobilienmarkt in surreale Höhen steigen.

Realitätsfern ist die Idee vom »wahren Wert« auch, weil sie voraussetzt, dass Marktteilnehmer ihre Entscheidungen isoliert treffen, also allein mit Blick auf das einzelne Gut. Doch jeder handelt aus einer Vielzahl von Motiven. Hedgefonds stoßen derzeit unzählige Wertpapiere ab, weil sie Anleger auszahlen müssen oder lieber Bares vorhalten; damit drücken sie den Börsenwert vieler Unternehmen nach unten. Doch wo ist der Unterschied zum Privatanleger, der Aktien verkauft, weil er Geld für Unterhaltszahlungen oder ein Auto braucht? Beide interessieren sich beim Verkauf kaum für die Frage, ob der erzielte Preis den Unternehmenswert widerspiegelt – und an wem ist es, darüber zu urteilen?

Ja, die VW-Aktie oder der Yen gewinnt an Wert, weil Anleger Spekulationsgeschäfte auflösen. Mit der Stärke von VW oder Japan hat das wenig zu tun. Unerklärlich oder gar irrational ist es nicht. Und selbst wenn: Wer sklavisch an die Rationalität des Markts glaubt, ist ebenso einem überholten Ideal verhaftet wie jener, der glaubt, diese Rationalität noch entlarven zu müssen. Längst hat das Irrationale Eingang gefunden in die ökonomische Analyse, angefangen beim mehr als 100 Jahre alten Veblen-Effekt bis zur modernen Behavioral-Finance-Forschung. Menschen zahlen gerne mehr, wenn sie anderen imponieren wollen, sie folgen dem Herdentrieb oder schrecken vor Schwellenwerten zurück. Sie zahlen für ein Parfum von Lagerfeld mehr, als die Ingredienzien rechtfertigen, und für Aktien weniger, als die Geschäftszahlen hergeben.

Die derzeitigen Kapriolen erinnern an die These vom Overshooting: Einst zur Erklärung kräftiger Wechselkursschwankungen entwickelt, lässt sie sich auf vieles anwenden. Danach reagieren Preise sehr schnell auf fundamentale Änderungen und schießen oft über das Ziel hinaus. Kurzfristig neigen Märkte zu großen Ausschlägen, die sich langfristig einpendeln. So lässt sich etwa der rapide Verfall der Häuserpreise in den USA als »Überschießen« nach unten interpretieren. Doch spätestens wenn die Preise für viele erkennbar zu niedrig sind, werden Käufer zugreifen – der Markt stabilisiert sich.

Überraschende Wendungen gab es zuletzt zuhauf. Sie sind die Quelle für die aktuelle Hektik und Volatilität. Wer dies nicht hinnehmen will und gerne »richtige Preise« setzen würde, müsste Friedrich August von Hayeks Wort von der »Anmaßung von Wissen« widerlegen. Wer mutig ist, nutzt die Schwankungen für lukrative Geschäfte. Wer den Markt grundsätzlich für das beste Mittel hält, um zu zeigen, welche Güter knapp sind und welche Investitionen sich lohnen, der wartet ab, bis sich die Märkte beruhigt haben. Und wer leidenschaftlos ist, bleibt im Zweifel bei einem alten Diktum: Der Markt hat immer recht. Preise bringen in einem Moment Angebot und Nachfrage ins Gleichgewicht. Mehr nicht. Wer hofft, dass sie immer den »wahren Wert« eines Gutes widerspiegeln, der kann nur enttäuscht werden.



Dr. Anna Finken, Anlegerin aus Wuppertal.

Grundlage für den Kauf von Investmentanteilen sind der jeweils gültige vereinfachte und ausführliche Verkaufsprospekt, der Jahresbericht und, falls Letzterer älter als acht Monate ist, der Halbjahresber...