

Dringen voor de Duitse slooppremie

Regeling is vooral gunstig voor de autokoper

Achtergrond - 7 april 2009

(3 april 2009) Het aanbod geldt zolang de voorraad strekt en dat weten de Duitsers heel goed. Sinds de invoering van de slooppremie van 2500 euro voor een auto ouder dan negen jaar, is een stormloop ontstaan op het douceurtje van de bondsregering. Maar hoe zinvol is deze *Abwrackprämie* eigenlijk?

De Nederlandse regering besloot vorige week 65 miljoen euro uit te trekken voor de invoering van een slooppremie en geen cent meer. Onder andere door het Duitse succes van de regeling en het aandringen van brancheorganisatie RAI stelt Den Haag 750 tot 1750 euro beschikbaar per gesloopte auto. Of ook hier sprake van een ware run op de premie zal zijn, is nog onduidelijk. Maar geïnteresseerden kunnen er maar beter vroeg bij zijn.

Want wie afgelopen maandag in Duitsland een online verzoek wilde indienen voor een slooppremie, kwam bedrogen uit - de server kon de toeloop niet aan. Een telefonisch verzoek had evenmin veel nut door de overbelaste lijnen.

In januari stelde de bondsregering 1,5 miljard euro beschikbaar voor de slooppremie, om de noodlijdende auto-industrie te steunen. Inmiddels hebben 1,2 miljoen Duitsers een aanvraag ingediend. Als de regering deze allemaal zou inwilligen, moet het budget voor de slooppremie minimaal worden verdubbeld.

Halvering slooppremie

De Duitse overheid is niet van plan meer geld uit te trekken voor de onverwacht succesvolle tegemoetkoming. Wie de slooppremie nog wil innen, moet haast maken. Na 31 mei wordt de premie waarschijnlijk gehalveerd, hoewel de SPD tegen is. De vraag blijft waar het aanvullende geld vandaan moet komen en of de slooppremie wel noodzakelijk is.

Vooropgesteld, de auto-industrie ondervindt er duidelijk positieve gevolgen van. Vorige maand steeg de autoverkoop in Duitsland met 40 procent ten opzichte van dezelfde periode in 2008, en dat midden in de economische crisis. Ook het milieu zou aanzienlijk profiteren, als het oude en sterk vervuilende deel van het Duitse wagenpark verdwijnt, zo redeneerde de bondsregering.

Twijfels aan gunstige milieu-effecten

Maar aan de gunstige milieu-effecten van de premie wordt getwijfeld. Volgens de liberale FDP vormt de slooppremie juist een extra last voor het milieu omdat er meer nieuwe auto's worden verkocht. Bij de productie van een voertuig komt gemiddeld 1,7 ton CO₂ vrij. Dat staat gelijk aan 20 procent van de kooldioxide-uitstoot van een auto, gedurende de hele levensduur, aldus de partij.

Verbruikt een zuinig model op de honderd kilometer een liter minder, dat moet de autobezitter binnen 5,7 jaar minimaal 71.730 kilometer rijden om voor het milieu een miniem verschil te maken, zo berekenden de liberalen. De Duitse belangenorganisatie van automobilisten ADAC kan niet zeggen of de slooppremie inderdaad beter is voor het milieu.

Afnemende export

Ondanks de toegenomen autoverkoop lijkt ook de economische uitwerking van de slooppremie minder groot dan gedacht. Impliciet is de premie bedoeld om de Duitse constructeurs te steunen. Maar deze merken moeten het vooral van de export hebben. Viervijfde van de Duitse autoproductie is bedoeld voor de buitenlandse markt. Die uitvoer is daalde alleen al in maart dit jaar ruim 25 procent.

Op de binnenlandse markt blijven Duitse fabrikaten wel geliefd. Volkswagen blijft het best verkochte merk. De Wolfsburgers verkochten in maart mede door de slooppremie 36 procent meer auto's. Ook het geplaagde Opel bracht duidelijk meer voertuigen aan de man.

Maar het patriottische koopgedrag heeft wel zijn grenzen. Zo verdwijnt een aanzienlijk deel van de slooppremie in de zakken van het Franse Renault. Want de gehele Duitse voorraad van Renaults goedkope Roemeense dochtermerk Dacia is tot het einde van 2009 uitverkocht.

Luxemerken profiteren niet

De verklaring van de Fransen is eenvoudig. Wie 2500 euro subsidie krijgt op een Dacia van gemiddeld 7500 euro, is naar verhouding weinig kwijt voor een gloednieuwe auto. De hoogte van de slooppremie maakt weinig verschil bij de aanschaf van Duitse luxemerken als BMW en Mercedes. Zij zagen hun verkopen in Duitsland ondanks de slooppremie wel inzakken.

Het succes van de slooppremie is opvallend. Voordat de regeling van kracht werd, stunten autofabrikanten en dealers al met kortingen die groter waren dan de hoogte van de premie zelf. Toch had dit weinig effect.

Waarschijnlijk willen de Duitsers met hun jacht op de slooppremie iets van hun belastinggeld terug zien. Het is per slot een onverdraaglijke gedachte te hebben meebetaald aan de nieuwe auto van de buurman.

Sander van der Ploeg is redacteur van het Duitslandweb

Afbeelding:

akbar simonse, www.flickr.com

Dit is een artikel gedownload via duitslandinstituut.nl.

Artikel: <https://www.duitslandinstituut.nl/artikel/3504/dringen-voor-de-duitse-slooppremie>