

INTERVIEW



„Die Kaufprämie wird gut angenommen, aber ob sie ihre Ziele erreicht, ist unklar“

Wolf-Peter Schill, Forschungsbereichsleiter in der Abteilung Energie, Verkehr, Umwelt im DIW Berlin

1. **Herr Schill, wie haben sich die Zulassungszahlen von rein batterieelektrischen Autos in den ersten acht Monaten dieses Jahres entwickelt und wie groß ist der Gesamtbestand?** Die Zahl der Neuzulassungen von batterieelektrischen Autos ist weiter gestiegen. Damit hat sich der Wachstumstrend der letzten beiden Jahre fortgesetzt. In diesem Jahr war im Durchschnitt ungefähr jedes vierte neue Auto batterieelektrisch, ganz am aktuellen Rand sogar schon jedes dritte. Insgesamt haben wir jetzt einen Bestand von ungefähr zweieinhalb Millionen E-Autos erreicht. Das sind ungefähr fünf Prozent der gesamten Pkw-Flotte.
2. **Zuletzt wurde ein Trend zu immer größeren Elektroautos festgestellt. Hat sich daran etwas geändert?** Der Trend zu immer größeren Autos scheint gestoppt zu sein. Es gab dieses Jahr wieder einen leichten Anstieg bei den sogenannten Minis und den Kleinwagen. Da hat sich der Trend gedreht, denn die Anteile dieser kleinen Autos waren in den Vorjahren noch zurückgegangen. Dagegen ist der Anteil der SUVs auch bei den batterieelektrischen Autos immer noch konstant hoch. Jedoch werden in die SUV-Kategorie auch relativ kleine Autos eingeordnet, die aber eine erhöhte Sitzposition haben.
3. **Welche Rolle spielt dabei die Anfang des Jahres eingeführte Kaufprämie?** Welche Rolle sie spielt, lässt sich nicht genau quantifizieren. Klar ist aber, dass sie Impulse setzt. Man sieht in den Daten, die bisher vorliegen, dass diese Kaufprämie sehr gut angenommen wird. Vor allem werden überwiegend rein batterieelektrische Fahrzeuge damit gefördert: Neun von zehn geförderten Autos sind batterieelektrische Autos und nur eines ein Plug-in-Hybrid. Wir sehen auch, dass überdurchschnittlich viele kleine Autos dabei sind und dass die meisten Anträge aus den unteren Einkommensgruppen kommen.
4. **Inwieweit erreicht die Kaufprämie ihre klima-, sozial- und industriepolitischen Ziele?** Das ist gar nicht so leicht zu beantworten. Es könnte recht große Mitnahmeeffekte

geben, dass also viele der Autos vermutlich ohnehin gekauft worden wären. Insofern stellt sich klimapolitisch wahrscheinlich nicht der Effekt ein, dass all diese Autos jetzt zusätzlich zugelassen werden. Außerdem soll die Prämie ja nur für ungefähr 800 000 Autos reichen, die Pkw-Flotte ist aber sehr viel größer. Das heißt, der direkte Klimaschutzeffekt ist ohnehin begrenzt. Was die sozialpolitischen Ziele angeht, sieht es zunächst einmal nach einem Erfolg aus, weil ein sehr großer Teil der Anträge aus den unteren Einkommensgruppen kommt. Allerdings ist unklar, in welchem Umfang die Anträge so gestellt werden, dass die Prämie maximiert wird, zum Beispiel wenn Eltern ihre Autos auf erwachsene Kinder mit geringem Einkommen zulassen.

5. Besteht Reformbedarf und wenn ja, an welcher Stelle?

Aus meiner Sicht wäre es sinnvoll, die Förderung für die Plug-in-Hybride so schnell wie möglich zu beenden und nicht erst Mitte nächsten Jahres, denn Plug-in-Hybride haben relativ wenig Klimanutzen. Das Geld könnte man besser in die Förderung von rein batterieelektrischen Autos stecken. Bei anderen Reformideen, wie beispielsweise einer Begrenzung des Listenpreises oder anderen Möglichkeiten, die Prämie sozialpolitisch noch effektiver zu gestalten, bin ich eher skeptisch. Das bräuhnte wiederum einigen Vorlauf und hätte recht hohe Transaktionskosten, zudem soll das Förderprogramm ja nur begrenzte Zeit laufen. Insofern würde ich lieber sicherstellen, dass die Prämie planbar endet, nachdem die drei Milliarden verbraucht sind und wir danach keine Neuwagen mehr subventionieren.

Das Gespräch führte Erich Wittenberg.

© © Der Artikel ist gemäß der Creative-Commons-Lizenz CC BY 4.0 nachnutzbar: <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Das vollständige Interview zum Anhören finden Sie auf www.diw.de/interview

IMPRESSUM



DIW Berlin — Deutsches Institut für Wirtschaftsforschung e. V.
Anton-Wilhelm-Amo-Straße 58, 10117 Berlin

www.diw.de

Telefon: +49 30 897 89-0 E-Mail: kundenservice@diw.de

93. Jahrgang 30. September 2026

Herausgeber*innen

Prof. Anna Bindler, Ph.D.; Prof. Dr. Tomaso Duso; Sabine Fiedler;
Prof. Marcel Fratzscher, Ph.D.; Prof. Dr. Peter Haan; Prof. Dr. Claudia Kemfert;
Prof. Dr. Alexander S. Kritikos; Prof. Dr. Alexander Kriwoluzky;
Prof. Karsten Neuhoff, Ph.D.; Prof. Dr. Sabine Zinn

Chefredaktion

Prof. Dr. Pio Baake; Claudia Cohnen-Beck; Sebastian Kollmann;
Kristina van Deuverden

Lektorat

Paula Prakash

Redaktion

Dr. Hella Engerer; Petra Jasper; Adam Mark Lederer; Sandra Tubik

Gestaltung

Roman Wilhelm; Stefanie Reeg; Eva Kretschmer, DIW Berlin

Umschlagmotiv

© imageBROKER / Steffen Diemer

Satz

Satz-Rechen-Zentrum Hartmann + Heenemann GmbH & Co. KG, Berlin

Der DIW Wochenbericht ist kostenfrei unter www.diw.de/wochenbericht
abrufbar. Abonnieren Sie auch unseren Wochenberichts-Newsletter unter
www.diw.de/wb-anmeldung

ISSN 1860-8787