



## MITTELSTANDSVERBUND lehnt Abwrackprämie 2.0 ab

**Hauptgeschäftsführer Dr. Henning Bergmann: „Brauchen bessere Rahmenbedingungen für alle Unternehmen statt Subventionen für wenige“**

Berlin, 26.09.2024 – DER MITTELSTANDSVERBUND spricht sich vehement gegen eine neue Kaufprämie für Elektroautos aus. „Statt der Subventionierung einzelner Branchen mit zweifelhaften Strohofer-Effekten brauchen wir bessere Rahmenbedingungen und Entlastungen für die Unternehmen aller Branchen in Deutschland“, sagte Hauptgeschäftsführer Dr. Henning Bergmann in Berlin. „Das und nichts anderes erhält und schafft Arbeitsplätze, insbesondere im Mittelstand als Rückgrat der deutschen Volkswirtschaft.“

Zum Hintergrund: In Teilen der Bundesregierung gewinnt derzeit die Idee einer Kaufprämie für Elektroautos zur vermeintlichen Stärkung der deutschen Automobilindustrie Auftrieb – sozusagen eine „Abwrackprämie 2.0“. Diese Überlegungen sind jedoch aus Sicht des MITTELSTANDSVERBUNDES nicht zielführend, da die Politik die wirtschaftliche Resilienz der Unternehmen in ihrer Breite stärken sollte. Es dürfen auch nicht die Fehler der Vergangenheit wiederholt werden. Schon die erste Abwrackprämie des Jahres 2009 war aus ordnungspolitischer Sicht eine höchst zweifelhafte Maßnahme, die langfristigen volkswirtschaftlichen Effekte standen in keinem Verhältnis zu den staatlichen Ausgaben.

Bergmann betont: „Diese Form der Subventionierung führt zu Fehlanreizen. Sie belastet die öffentlichen Haushalte in Zeiten knapper Kassen zusätzlich – und damit letztlich die Steuerzahler. Was wir jetzt stattdessen brauchen, sind spürbare strukturelle Entlastungen und bessere Rahmenbedingungen für die gesamte Wirtschaft.“

*DER MITTELSTANDSVERBUND – ZGV e.V. vertritt als Spitzenverband der deutschen Wirtschaft in Berlin und Brüssel die Interessen von ca. 230.000 mittelständischen Unternehmen, die in rund 300 Verbundgruppen organisiert sind. Die kooperierenden Mittelständler erwirtschaften mit 2,5 Mio. Vollzeitbeschäftigten einen Umsatz von mehr als 507 Mrd. Euro (rund 18 Prozent des BIP) und bieten 430.000 Ausbildungsplätze. Einzelne Verbundgruppen treten unter einer Marke auf, z.B. EDEKA, REWE, INTERSPORT, EP: ELECTRONIC PARTNER, EXPERT und BÄKO. Alle fördern ihre Mitglieder durch eine Vielzahl von Angeboten wie etwa Einkaufsverhandlungen, Logistik, IT, Finanzdienstleistungen, Beratung, Marketing, Ladeneinrichtung und Trendforschung.*

