

Für eine dynamische und widerstandsfähige europäische Automobilindustrie: Unser Plädoyer für „Made in Europe“

Von Oliver Blume und Antonio Filosa

Wir erleben den Beginn einer neuen Ära geopolitischen Wettbewerbs. Handel, Technologie und Industrie werden mehr denn je als Instrumente genutzt, um nationale Machtinteressen durchzusetzen. Europa muss sich schnell entscheiden, wie es auf diese Herausforderungen reagieren will.

Der Volkswagen Konzern und Stellantis sind die beiden größten Automobilhersteller in Europa. Wir stehen in einer harten Konkurrenz zueinander. Gleichzeitig tragen wir gemeinsame Verantwortung für den Industriestandort Europa. Die europäische Automobilindustrie ist ein wesentlicher Teil davon. Sie erwirtschaftet jährlich 8 Prozent des europäischen Bruttoinlandsprodukts und beschäftigt 13 Millionen Menschen.

Unsere Unternehmen haben seit jeher Autos von Europäern für Europäer gebaut. Rund neun von zehn Fahrzeugen, die wir in der Europäischen Union verkaufen, produzieren wir auch hier. Dieses europäisches Geschäftsmodell ist jedoch dem Wettbewerb von Importeuren ausgesetzt, die unter weniger anspruchsvollen regulatorischen und sozialen Bedingungen als in der EU arbeiten.

Gleichzeitig stehen wir verstärkten Risiken im internationalen Handel gegenüber, wie die Beschränkungen für Seltene Erden im letzten Jahr und die scheinbar unaufhaltsame Regionalisierung des Welthandels zeigen.

Batteriezellen sind das deutlichste Beispiel für das strategische Dilemma Europas. Wir investieren Milliarden in unsere eigene europäische Batteriezellenproduktion. Als Europäer müssen wir diese Kerntechnologie selbst über die gesamte Wertschöpfungskette hinweg beherrschen und herstellen. Gleichzeitig erwarten unsere europäischen Kunden jedoch zu Recht, dass wir Elektrofahrzeuge anbieten, die so erschwinglich wie möglich sind. Das ist eine wichtige Voraussetzung für den Erfolg der Elektromobilität. Je niedriger allerdings der Preis eines Autos ist, desto größer ist der Druck, die günstigsten verfügbaren Batterien dafür zu importieren.

Es besteht daher ein Zielkonflikt zwischen kurzfristigem Kostendruck, Abhängigkeiten von Drittländern und langfristiger strategischer Widerstandsfähigkeit.

Die richtige Antwort darauf ist eine „Made in Europe“-Strategie. Sie basiert auf zwei einfachen Grundsätzen. Erstens sollte jeder, der Fahrzeuge an europäische Kunden verkauft, diese auch unter vergleichbaren Bedingungen herstellen. Dies gewährleistet einen fairen Wettbewerb. Zweitens sollte das Geld der europäischen Steuerzahler gezielt eingesetzt werden, um die europäische Produktion zu fördern und Investitionen in die EU zu holen.

Die Konsequenz: „Made in Europe“-Anforderungen für Fahrzeuge, die in der EU zugelassen werden. Diese Anforderungen müssen jedoch sorgfältig durchdacht werden. Wir können nicht um jede Werkbank einen protektionistischen Zaun ziehen. Vielmehr

geht es darum, unsere Resilienz in ausgewählten strategischen Komponenten aufzubauen oder zu stärken.

Konkret sollten „Made in Europe“-Kriterien anhand von vier Kategorien für Elektrofahrzeuge definiert werden:

- Die Fahrzeugproduktion – **einschließlich Fertigung und Montage** sowie Forschung und Entwicklung.
- Der elektrische Antriebsstrang.
- Die Batteriezellen.
- Einige wichtige elektronische Komponenten.

Die Ziele für alle diese Kategorien müssen ehrgeizig, aber realistisch sein. Anforderungen für andere Antriebsarten könnten folgen.

Bei einer solchen Politik geht es darum, intelligente Anreize zu schaffen, um die europäische Produktion nachhaltig zu steigern. Jedes Fahrzeug, das die „Made in Europe“-Kriterien erfüllt, sollte ein Label erhalten und Anspruch auf verschiedene Vorteile haben, beispielsweise nationale Kaufprämien oder öffentliche Aufträge.

Aber Kaufanreize auf Fahrzeugebene allein reichen nicht aus: Hersteller, die den Großteil ihrer Produktion in Europa verankern, sollten zusätzliche Vorteile erhalten, die zumindest die mit „**Made in Europe**“ verbundenen Mehrkosten kompensieren. Die CO₂-Verordnung bietet hierfür einen starken Hebel. Jedes Elektrofahrzeug „Made in Europe“ sollte einen CO₂-Bonus erhalten. Und wenn ein Hersteller die „Made in Europe“-Anforderungen für einen großen Teil seiner Flotte erfüllt, sollte ein solcher CO₂-Bonus sogar für alle seine Elektrofahrzeuge anerkannt werden.

Die Automobilindustrie hätte somit einen positiven Anreiz, ihre Produktion in der EU aufrechtzuerhalten. Milliarden Strafzahlungen könnten vermieden und stattdessen für dringend benötigte Investitionen im Binnenmarkt eingesetzt werden.

Dieser Ansatz hält den europäischen Markt offen, sorgt für fairen Wettbewerb, fördert Wachstum und Beschäftigung und hält gleichzeitig die Kosten im überschaubaren Rahmen.

Lokalisierungsanforderungen allein werden nicht alle Herausforderungen der Branche lösen. „Made in Europe“ muss mit einer übergreifenden Industriepolitik verknüpft werden. Dazu gehören essenziell eine gezielte Produktionsförderung für europäische Batteriezellen sowie Kaufförderungen für europäische Elektrofahrzeuge.

In einer Welt, in der andere ihre Industrien stolz verteidigen, muss Europa dringend entscheiden, ob es nur ein Markt für andere werden oder auch zukünftig Produzent und Industriemacht bleiben will.

Wenn sie richtig umgesetzt wird, kann eine „Made in Europe“-Strategie zu einer echten europäischen Erfolgsgeschichte werden.