

Ein Fazit vom Pariser Salon: „Wir starten ein Raumschiff“

Von Peter Schwerdtmann

Das war mal eine steile These vom sonst so zurückhaltenden Daimler-Forschungsvorstand Thomas Weber. Den Hype rund ums Smartphone hält er für eine Blase, die platzen werde. „Wir waren für die Dinosaurier. Das sind bald die,“ sagt Weber den Smartphone-Leuten voraus. „Warum beschäftigen sich denn in Silicon Valley alle mit dem Auto? Weil das Handy nicht mehr hot oder cool ist.“ Das neue coole Thema sei das Auto. Ist das ein Pfeifen im dunklen Keller? Mehr als noch vor zwei Jahren sollte dieser Automobilsalon in Paris Antworten geben.

Dieter Zetsche spricht schon seit geraumer Zeit davon, man müsse zurück in die Garage und das Auto neu erfinden. Das Auto, das dabei herauskommt, wird in jedem Fall ein anderes sein als die aktuellen Modelle auf dem Pariser Salon, die heute vielfach noch vergeblich um die Anerkennung der Generation Smartphone buhlen.

Das Bild von der Garage steht nicht nur für die Geschichte des Automobils. Es trifft ebenso auf die Anfänge von Tesla und auf den Beginn der Digitalisierung in Silicon Valley zu. Und es beschreibt die grundlegend neuen Situation, in der sich Automobilhersteller heute sehen. Kein Wunder, dass sich beim Automobilsalon in Paris nicht nur zwei große deutsche Automobilhersteller zur „Garage“ bekennen und neues Denken einfordern.

Volkswagen-Chef Matthias Müller verkündete in Paris eine Tochtergesellschaft, die schon in den nächsten Tagen damit beginnen soll, neue Geschäftsfelder rund um die Mobilität zu erkunden und aufzubauen. Bei Mercedes-Benz hat die neue Marke schon einen Namen: „EQ“ als Kürzel für „Electric Intelligence“. In Paris stand als Symbol für die neue Denke die passend futuristische Studie eines Elektro-SUV. Zum Symbol kommt ein neues Geschäftsfeld namens „CASE“ – C für Connectivity, A für Autonomous, S für Shared und E für Electric.

Bei BMW will man mit dem neuen Marken-Erker „E Performance“ einem Weg finden, Leistung sozialverträglich zu verkaufen. In Paris zu sehen waren passende Power-Plug-

ins. Sicher laufen auch in München passende Zukunftsprojekte zum neuen Zeitgeist. Auch wird das Management den Erfolg von Tesla als motivierend empfinden. Da taugen die mäßigen Erfolge der Elektroauto-Produkte i3 und i8 nur wenig als Trost.

Zetsche erteilte in Paris „Verzichtsmobilen, die eher müsliartig daherkommen“ eine Absage. Für Tesla hat er dagegen sogar zunächst ein Kompliment parat: Elon Musk habe einen erfolgreichen Weg beschritten, indem er sich gesagt habe: „Ich biete ein elektrisches Auto an, das ein Luxusgerät darstellt und auch noch andere Themen adressiert.“ Das funktioniert solange, wie die Story bei den Käufern und Investoren trage. „Das kann abrupt enden, wenn der Story die Luft ausgeht.“

Zetsche erkennt angesichts der Tesla-Erfolge und der Vorstellung des Opel Ampera e mit 500 km Reichweite in Paris an, es gebe andere, die jetzt vor Mercedes-Benz im Markt seien. „Ich glaube aber nicht, dass das bestimmt, wer in fünf oder zehn Jahren in diesem Feld welche Position einnimmt.“ Heute gebe es Kunden, die sagen ‚ich will etwas für die Umwelt tun‘ und deswegen Elektroautos kaufen. Das mobilisiere aber nicht die Massen. „Am Ende des Tages müssen wir Begeisterung bei den Kunden auslösen und diese Begeisterung nicht durch allzu große Preisprämien pönalisieren.“

Wie man Strafzahlungen für die Entscheidung für ein Elektroauto bei Mercedes-Benz vermeiden will, erläutert Forschungsvorstand Weber, wenn er sagt, das Elektroauto solle sich auf demselben Leistungs- und Preisniveau bewegen wie ein „gut ausgestattetes SUV vom Typ Mercedes-Benz GLC“, was Preise um die 60 000 Euro bedeutet. „Wir sind bei der Musik dabei bei etwa 100 Euro pro kWh Batterie, inklusive Gehäuse, Kühlung und so. Dann sind wir da, wo die Verbrenner heute ungefähr sind.“ Ist diese Situation erreicht, erwartet Weber einen Anteil an den Verkäufen von Mercedes-Benz zwischen 15 Prozent und 25 Prozent – etwa im Jahr 2025. also schon in acht oder neun Jahren.

Zur Zeit liegen die Batteriepreise noch bei 300 Euro pro kWh. Doch Weber sagt eine schnelle Verbesserung voraus: „Wir sehen im Durchschnitt der letzten Jahre eine Effizienzsteigerung um 14 Prozent bei der Energiedichte pro Jahr“, sagt Weber. „Das heißt, innerhalb von fünf Jahren verdoppelt sich die Energieintensität.“ In Zukunft werde sich diese Entwicklung eher beschleunigen. Bei den Preisen für die Batterie erkennt Weber eine ähnliche Entwicklung, die sich mit der wachsenden Zahl der Elektroauto-Zulassungen in Zukunft noch verstärken werde.

Wegen dieser nun eher kalkulierbaren Bedingungen sei Daimler erstmals in der Lage, „über Konzepte nachzudenken, bei denen wir Äpfel mit Äpfel vergleichen“, sagt Weber. „Deswegen glauben wir, spätestens jetzt müssen wir loslegen.“ Zetsche und Weber sind

davon überzeugt, dass sich der Reiz eines Elektroautos der Zukunft nicht eindimensional am Antrieb orientieren wird. Dafür steht im Namen des neuen Geschäftsbereichs Case bei Mercedes-Benz der Buchstabe E. Entscheidend sei auch die Innovationsgeschwindigkeit beim A und beim C.

Bei der komplett neuen Architektur hinter der EQ-Studie von Paris steht der Wille, kein Allerweltsauto, sondern ein Auto zu bauen, „dass eine neue Generation von Autos“ beginnt, die eigentlich nur beschreibbar sei, wenn man denen auch eine eigene Marke gibt – eben EQ. Für diese neue Generation von Autos werde man komplett neue Standards definieren. Aus der Studie solle – so Weber – eine Fahrzeugfamilie entstehen, die auf Flexibilität baut, bei der man Radstände ändern und auch unterschiedliche Reichweiten anbieten könne. Die Faszination für die Autos neuer Art solle aus dem Verknüpfen von E, C und A entstehen.

Und bei aller Euphorie für den Beginn einer neuen Ära – Weber: „Wir starten ein Raumschiff“ – bleibt Zeit für ein Kompliment an den Diesel. Der Übergang zur Elektromobilität müsse gestaltet werden, „und der wird nicht ohne Diesel gehen“, sagt Weber. Und Zetsche weist darauf hin, dass heute das gleichzeitige Schnellladen von mehreren Elektroautos in der 100-kWh-Batteriekategorie so manches Stadtwerk überfordern würde.

Die passenden Netze müssen her; die passenden Gesetze müssen her, auch die fürs autonome Fahren. Und die passenden Produkte, die die Generation Smartphone begeistern können und sich im Preis mit klassischen Verbrennern messen können. Opel-Chef Karl-Thomas Neumann brachte es in Paris auf einen Punkt, den viele teilen können; „Wir können nicht nur Autos bauen, die unsere Kunden nicht haben wollen.“ Noch üben sich viele in der Branche im Quartettspiel: Wer hat die größte Reichweite? Das kennen wir schon von den Automessen der Vergangenheit, bei denen immer wieder einmal das Hohe Lied der Elektromobilität gesungen wurde, meist ohne Konsequenzen für die Modellpolitik der Hersteller.

Auch beim Pariser Salon dieses Jahres war das scheinbar nicht anders: Reichweite, Studien und Ankündigungen beherrschten das Bild. Und dennoch herrschte eine andere Einstellung. Offenbar ist die Branche nun wirklich zum Sprung ins kalte Wasser einer kompletten Umorientierung bereit. Wichtig, dass sich nun auch zwei deutsche Unternehmen mit Vorbildcharakter ernsthaft auf den Weg begeben.

Und die Brennstoffzelle? Mit den neuen Batterien schwinde der Vorteil der Wasserstoff-Technologie bei Lade- oder Tankzeit und Reichweite, erkennt Zetsche. Erst „wenn die

Energiepolitik in der noch offenen Frage der Energiespeicherung die Wasserstoff-Erzeugung als Antwort sieht“, werde die Brennstoffzelle interessant. „Damit ist die Brennstoffzelle nicht tot, und wir werden auch – wie angekündigt – eine Stückzahl auf die Straße bringen.

Weber hat da seine eigene Perspektive, die weiter in die Zukunft führt: „Vielleicht verurteilen alle viel zu früh dieses Thema Brennstoffzelle.“ Weber hat seine Zweifel bei großen Autos auf der Langstrecke. Deren Batterie würde zwischen 700 kg und 800 kg wiegen. „Autos, die dann zweieinhalb Tonnen wiegen – ist das der alleinige Weg?“ Weber denkt eher an die Kombination von cleveren Technologien, die nach dem aktuellen Elektro-Hype auf einem Pariser Automobilsalon der Zukunft zu sehen sein könnten. (ampnet/Sm)

Bilder zum Artikel



Mercedes-Benz Generation EQ.



Mercedes-Benz Generation EQ.



Opel Ampera-e.



Mercedes-Benz Generation EQ.



Opel-Vorstandschef Dr. Karl-Thomas Neumann präsentiert in Paris den Ampera-e.



Opel Ampera-e.



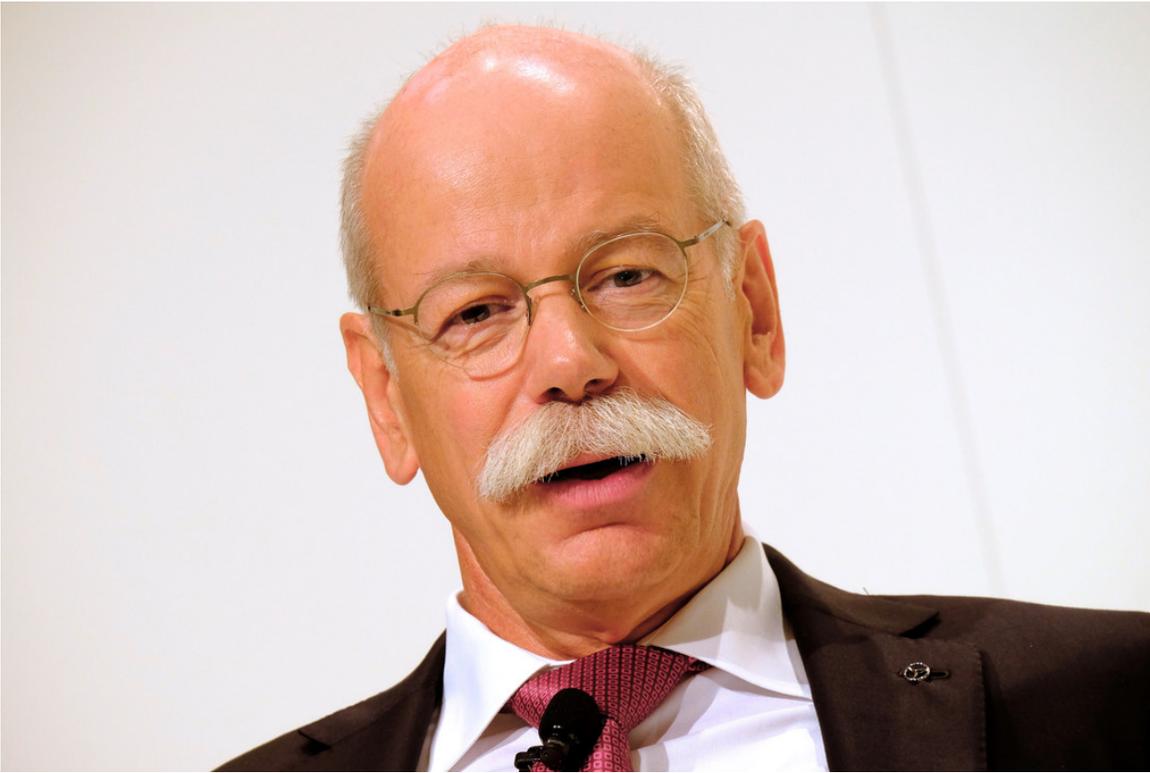
Opel Ampera-e.



Opel Ampera-e.



Mercedes-Benz EQ.



Dieter Zetsche.



Prof. Dr. Thomas Weber.
