

# „Jetzt müssen wir Gas geben“

**NÜRTINGEN** Tag der Automobilwirtschaft beschäftigte sich mit dem Wandel der Branche

*In einem Zeitraum von wenigen Jahren haben sich die Rahmenbedingungen geändert.*

dpa ■ Acht Jahre ist es her, dass Tesla sein Model S ankündigte. Dass der kleine E-Auto-Pionier einmal die gesamte Branche unter Druck setzen würde, hätte sich damals niemand träumen lassen.

In einem Zeitraum, den Autohersteller üblicherweise für die Entwicklung eines neuen Modells benötigen, haben sich die Rahmenbedingungen der Branche rapide gewandelt – und Schuld daran ist nicht nur die Elektromobilität. Willi Diez vom Institut für Automobilwirtschaft der Hochschule für Wirtschaft in Nürtingen-Geislingen ist sich sicher, dass sich das Tempo bis 2025 beschleunigt.

Geht es um Elektromobilität, wurde der kalifornische Elektropionier Tesla in den vergangenen Jahren gern als leuchtendes Beispiel und Konkurrenz vorgeführt. „Das Thema gewinnt eine unheimliche Geschwindigkeit durch Dieselgate“, so Ferdinand Dudenhöffer vom CAR-Institut an der Universität Duisburg-Essen. Hinzu kommen politische Diskussionen um Verbote von Verbrennungsmotoren und Umweltplaketten. Die Hersteller merken das: „Jetzt müssen wir Gas geben. Wir müssen viel mehr machen“, sagte Daimler-Vorstand Ola Källenius gestern beim Tag der Automobilwirtschaft in Nürtingen.

Doch am Ende, war sich Peter Fuß von der Unternehmensberatung Ernst & Young sicher, entscheide der Verbraucher.



Die Autobranche befindet sich im Wandel. Doch wie schnell müssen sich Hersteller auf die neue Konkurrenz einstellen? Das war Thema beim Tag der Automobilwirtschaft. Foto: dpa

Denn auch der Vorteil der Verbrennungsmotoren läuft auf Zeit. „Bis spätestens 2020 werden wir bei Elektromobilität Kostengleichheit sehen“, sagte Willi Diez. Volkswagen will das mit seinem 2020 geplanten Kompaktwagen schaffen. Der soll so teuer wie ein Diesel sein, sagte VWs Chefstrategie Thomas Sedran.

Ob Konkurrent Tesla, der sich im Gegensatz zu den alteingesessenen Herstellern vor Vorbestellungen für das angekündigte „Modell 3“ nicht retten konnte, allerdings nachhaltig erfolgreich sein wird, steht auf einem anderen Blatt. Tesla-Deutschlandchef Jochen Rudat gab sich gelassen: „Wir sind der festen Auffassung, dass alle mehr gewinnen, wenn mehr Elektroautos auf der Straße sind.“ Denn

das helfe zum Beispiel beim Aufbau der nötigen Infrastruktur. Bei einem geschätzten Autoabsatz von weltweit 80,4 Millionen Autos in diesem Jahr machen Teslas geplante 80 000 bis 90 000 verkaufte Elektroflitzer nur einen Bruchteil aus.

Auch beim Thema autonomes Fahren hält sich die reale Konkurrenz noch in Grenzen. Zwar schockte Google die Autobauer 2014 mit seinem kugeligen Google Car und Tesla lässt trotz schwerer Unfälle Autos in den USA von Computerprogrammen steuern. Doch die Bedrohung scheint – zumindest für die deutschen Hersteller – noch weit weg. Denn auf dem europäischen Markt laufe – auch rechtlichen Rahmenbedingungen geschuldet – alles in gewohnten Bahnen, sagte Dudenhöffer.