

²E-Mobility – Chance für intermodale Verkehrsangebote und für eine automobiler Abrüstung

TEXT: Dr. Weert Canzler und Prof. Dr. Andreas Knie, Wissenschaftszentrum Berlin für Sozialforschung (Projektgruppe Mobilität)





Die Autoindustrie ist in hohem Maße verunsichert. – –

Dank der Abwrackprämie konnten in Deutschland auch im Krisenjahr 2009 viele, meist kleine und preisgünstige Autos verkauft werden. Doch das wichtige Flottengeschäft und die margenstarken Premiumsegmente liegen am Boden. Die Anzeichen mehren sich, dass es sich nicht um eine vorübergehende, finanzwirtschaftlich motivierte Absatzkrise handelt. Vielmehr haben wir es wahrscheinlich mit einer Trendverschiebung zu tun, die einen generellen Wertewandel im Automobilgebrauch anzeigt.

Mehrs als eine Nachfragekrise

In der Finanz- und Wirtschaftskrise wurde schärfer als zuvor deutlich, dass es weltweit bereits seit Jahren erhebliche Überkapazitäten im Automobilbau gibt. Davon sind alle so genannten „Original Equipment Manufacturers“ (OEMs) betroffen. Auch viele Zulieferer leiden darunter. Vor allem große Systemzulieferer wie Bosch und Continental versuchen verstärkt, ihre Geschäftsfelder zu diversifizieren sowie die Forschung von automobilen Zukunftstechniken zu intensivieren. Die Strukturkrise betrifft nicht nur die deutsche und europäische Autoindustrie, sondern neben den USA auch Japan. Das zeigt nicht zuletzt auch der schwere Einbruch beim Vorzeigeunternehmen Toyota. Die drei Gruppenmarken Toyota, Daihatsu und Hino zusammen werden 2009 voraussichtlich nur noch 8,24 Millionen Fahrzeuge absetzen – fast 700.000 weniger als im Vorjahr. Geplant war, im Jahr 2009 noch mehr als zehn Millionen Fahrzeuge zu verkaufen.

Die Autoindustrie ist in hohem Maße verunsichert. Hinter den Nachfrageeinbußen könnte mehr als eine krisenbedingte Kaufzurückhaltung stecken. Die Angst ist groß, dass sich Veränderungen beim demonstrativen Konsum vollziehen – und zwar nicht nur in den USA und Europa, sondern zunehmend auch in den asiatischen Ländern mit bisher aufholender Motorisierung. Kleidung, Haus- und Wohnungseinrichtungen, Reisen und Bildung sowie vor allem die Nutzung von Telekommunikationstechniken könnten dem Automobil den Rang des so lange dominierenden Statussymbols ablaufen. Dazu kommen politisch motivierte Restriktionen für die Nutzung des konventionellen Autos, wie sie in London mit der „congestion charge“ ziemlich erfolgreich und mit erheblicher Ausstrahlungskraft auf andere autogeplagte Metropolen seit Jahren umgesetzt werden. Wenn Paris, Peking, Shanghai, Los Angeles und New York sich am

Londoner Modell orientieren und darüber hinaus ankündigen, ihre Innenstadtzonen zukünftig nur noch für Zero-Emission-Fahrzeuge zu öffnen, entsteht eine ganz neue Dynamik. Angesichts dessen erhält im Übrigen auch die Idee der Bundesregierung mit Hilfe der Konjunkturprogrammmittel in Höhe einer halben Milliarde Euro einen „Leitmarkt für Elektromobilität“ zu bilden, eine gewisse Plausibilität.

Vor diesem Hintergrund sowohl ökonomischer und politischer als auch kultureller Veränderungen bietet aus unserer Sicht der elektrische Antrieb große Chancen, zu wirklich innovativen und zukunftsfähigen Mobilitätsangeboten zu gelangen. Das kann jedoch nicht bedeuten, dass einfach das Antriebsaggregat ausgetauscht wird. Der Charme liegt vielmehr darin, das Elektro-Auto zum integralen Element eines umfassenden öffentlichen Verkehrsangebotes zu machen. Damit wäre das Auto nicht mehr das autistische Artefakt, das es über Jahrzehnte war, sondern Teil einer neuen Vernetzungsstruktur: Erstmals seit Jahrzehnten scheint es möglich, dass die „ewige Alternative“ Elektroantrieb über den Status einer guten Idee, die allenfalls als „show car“ vorgeführt wird, hinauskommen kann. Die Bedingungen sind günstig, dass das Elektroauto zum „Katalysator“ für eine integrierte urbane Mobilität wird. Was allerdings zu beweisen wäre.

Die ewige Alternative

Überall wird derzeit von „Grünen Autos“ gesprochen, die mit Strom fahren und die Umwelt schonen; Elektroautos sollen die Welt und die Industrie gleichermaßen retten. Opel will als Rettungspfand solche Autos produzieren und selbst die Beteiligung von Abu Dhabi am Daimler Konzern scheint ausschließlich dem Elektroauto gewidmet zu sein. Die Strombranche ist ebenfalls mit von der Partie; sie erhofft sich neue Absatzmöglichkeiten im stagnierenden Strommarkt. Kein Versorgungsunternehmen, das nicht den Betrieb von kleinen Testflotten angekündigt hätte. Auch die Bundesregierung hatte im Frühjahr 2009 grünes Licht gegeben und stellte für alle Aktivitäten von Industrie, Kommunen und Wissenschaft noch 500 Mio. EUR aus dem Konjunkturpaket II zur Verfügung. Im Jahr 2020 sollen nach der Prognose der Bundesregierung mehr als eine Million Elektroautos auf deutschen Straßen unterwegs sein.

Doch nähren die Erfahrungen mit radikalen Innovationen im Automobilbau vor allem Skepsis: Als durch die so genannte Ölkrise 1973 zusätzlich die damit verbundenen politischen Abhängigkeiten durch die Sonntagsfahrverbote für Jeden und Jede sichtbar wurden, war der Schock zunächst groß. Die Autohersteller schoben hektisch FuE-Projekte an, auch und gerade zu alternativen Antrieben. Doch blieben alle Prototypen streng bewacht in den Hallen der Entwicklungsabteilungen versteckt. In die Massenfertigung gelangte keines der neuen Gefährte. Der automobiler Innovationsfrühling war nur sehr kurz.

Eine Hochphase erlebte der Gedanke des Elektroautos nochmals Ende der 1980er Jahre, als das smoggeplagte Kalifornien nach den vielen folgenlosen Ankündigungen und Versprechen der Industrie für das Jahr 1998 anordnete, dass von sämtlichen im größten US-Bundesstaat zugelassenen Fahrzeugen drei Prozent mit Elektroantrieb auszustatten seien. Ausgelöst wurde damit ein langjähriger Kampf zwischen der Regierung in Sacramento und den Interessenvertretern der Autoindustrie um eine Abschaffung oder doch mindestens aber eine Verzögerung dieser Verordnung. Immerhin löste der „Clean Air Act“ bei General Motors eine technische Innovation aus, die bis heute ihresgleichen sucht. Man entwickelte mit dem EV 1 ein futuristisch anmutendes Auto im „converse design“, das im Süden Kalifornien bei einer kleinen Zahl von ausgewählten Händlern teuer zu leasen war. Mit dem Anspruch schneller und sauberer zu fahren als die konventionellen Fahrzeuge, scheiterte die kleine Revolution allerdings rasch. Praktisch ohne ein entsprechendes Versorgungsnetz mit Elektrotankstellen wirkte der EV1 wie ein Fisch auf dem Trockenen.

In Europa wurde führenden Automobilherstellern in dieser Zeit vom Schweizer Erfinder der Swatch-Uhr, Nicolas Hayek, die Idee eines elektrisch betriebenen Stadtautos angetragen. Seine Kurzformel lautete: Platz für zwei Personen und eine Getränkebox, billig, bunt und mit anderen Verkehrsmitteln in einem Mobilitätskonzept verbunden. Das Feedback der Automanager von Volkswagen und Daimler war zögerlich. Herausgekommen ist der Smart – ein Kleinstauto mit einem ordentlichen Verbrennungsmotor, der üblichen Reichweite und immerhin 135 km/h Spitzengeschwindigkeit. Von alternativen Antrieben war in der Daimler-Tochter Micro Compact Car (MCC), von der der Smart seit 1997

produziert wird, auch nicht mehr viel zu hören. Denn die sensible Batterietechnik war lange nicht soweit, die vom Verbrennungsmotor gewohnten 500 bis 700 km Reichweite zu erreichen. Klar ist bis dato: Das wird noch viele Jahre dauern und es wird viel kosten.

Und wie sieht es heute aus, gibt es Gründe für einen neuen Optimismus? Derzeit scheint das Innovationsfenster bei den Antriebstechniken so weit geöffnet wie seit Jahrzehnten nicht. Seit 2008 wird der Elektroantrieb in fast allen Autounternehmen mit Hochdruck weiterentwickelt und bereits in verschiedenen Feldversuchen auf seine Alltagstauglichkeit und Zuverlässigkeit getestet: Daimler schickt einige Dutzend elektrisch betriebene Smarts auf Londons Straßen, um Erfahrungen mit dem neuen Antrieb zu sammeln und Reaktionen der Nutzerinnen und Nutzer zu erfassen. BMW vermietet mehr als hundert umgebaute Minis in Kalifornien und an der amerikanischen Ostküste mit dem gleichen Ziel. Auch auf Berlins Straßen sind einige E-Minis zu finden. Renault arbeitet für die amerikanisch-israelische Firma „Better Place“ an einer Kleinserie für ein Elektroauto, dessen Batterien schnell ausgetauscht werden können. Der Aufbau von Wechselstationen für Batteriesätze beginnt voraussichtlich 2010 in Israel und Dänemark, wo aus Sonne und Wind Strom gewonnen werden soll, um sich aus der Abhängigkeit von fossilen Energieträgern zu lösen. Und auch die japanischen Hersteller, allen voran Mitsubishi, wollen in den nächsten zwei bis drei Jahren Elektroautos auf den Markt bringen, die zwar weiterhin deutlich teurer sind als die konventionell betriebenen Modelle. Sie setzen jedoch auf staatliche Markteinführungshilfen, die diese Mehrkosten größtenteils ausgleichen. Erstmals kommen nach Jahrzehnten wieder Newcomer in den Automobilmarkt. Dazu gehören auch die Sportwagen des kalifornischen Autobauers Tesla, die in kleiner Stückzahl in den USA vor allem an VIPs und an einige ausgesuchte Technikenthusiasten verkauft werden. Dieser Zweisitzer hat imposante Beschleunigungswerte und schon nach kurzer Zeit den Status eines Kultobjekts erreicht. Wie langlebig der Tesla und vor allem wie ausdauernd seine Lithium-Ionen-Batteriepakete tatsächlich sind, ist noch offen.

Es ist eine Geschäftigkeit in Sachen Elektroauto im Gange, wie sie noch vor einem Jahr kaum erwartet werden konnte. Es droht gleichwohl ein weiteres Desaster, denn die geweckten Erwartungen sind

schlechthin unrealistisch. Der simple Ersatz des Autos mit Verbrennungsmotor durch ein Auto mit Elektroantrieb ist zu Kosten, die von den Nutzerinnen und Nutzern akzeptiert werden, in absehbarer Zeit nicht zu realisieren.

Der Gegenentwurf:

Das vernetzte öffentliche Auto in urbanen Räumen

Neu ist trotz aller Skepsis, dass ein unerwarteter Schub an Forschungs- und Entwicklungsprojekten für den Elektroantrieb zusammen kommt mit kulturellen Erosionen des klassischen Automobils, das über lange Zeit immer nur dem Entwicklungsmuster „größer, schwerer, teurer“ folgte. Verkommt das demonstrative Fahren mit großen Geländewagen oder dicken Limousinen gar zu einem Symbol der Unterschicht? Die Antwort ist nicht einfach zu geben. Doch ist zu bedenken, dass wir von einer „selbstverständlichen Automobilität“ ausgehen müssen, die zugleich an Faszination eingebüßt hat. Die Motorisierungsraten in den Ländern der OECD sind seit langem so hoch, dass bis auf wenige (Rand-)Gruppen beinahe die gesamte Bevölkerung Zugang zu einem (oder mehreren) Autos hat. Unterschiede zwischen den Geschlechtern und Generationen beim Führerscheinbesitz verschwinden zunehmend. Bei den über 21-Jährigen gehört die Fahrerlaubnis zum Ausweis einer qualifikatorischen Grundausstattung wie das Mobiltelefon oder die Lesefähigkeit. Autofahren ist selbstverständlich geworden, der frühere Nimbus des Exklusiven längst verfliegen. Zwar dienen Luxusautos und Dienstwagen oft weiterhin als Prestigeobjekte, aber mittlerweile hat das Auto gerade in dieser Funktion viel Konkurrenz bekommen; in jüngeren Generationen und in urbanen Mittelschichten hat das Auto signifikant sowohl an Symbolkraft als auch an tatsächlicher Bedeutung für die Alltagsmobilität verloren. Hier stehen vielmehr Konsumstile, Freizeitverhalten und mobile Gerätschaften als Ausdruck eines besonderen Lebensstiles im Vordergrund.

Gleichzeitig fällt auf, dass in den Metropolen seit Jahren die „intelligente Nutzung“ des Verkehrs, der die Verknüpfung aller Verkehrsarten aus ganz pragmatischen Motiven begründet, deutlich zunimmt. Dies galt schon immer für hoch verdichtete Metropolen wie Tokio und New York, mehr und mehr aber auch für Paris, London oder Berlin einerseits und für Shanghai, Mumbai oder Bangkok andererseits.

Bisher war das Auto das private Individualverkehrsmittel mit universeller Nutzbarkeit: Historisch an Schnelligkeit und an die Überwindung nicht nur kurzer, sondern auch langer Distanzen orientiert, wird es seit mehr als hundert Jahren nach dem Lasten- und Pflichtenheft einer „Rennreiselimousine“ gebaut. An den Anforderungen dieses Pflichtenheftes wurden alle potenziellen Antriebsvarianten gemessen. Viele alternative Antriebe, bisher auch alle Elektroaggregate, scheiterten daran, weil die Mindestreichweite nicht zu schaffen war. Wenn man aber das Leitbild der „Rennreiselimousine“ einmal zurückstellt und sich ein Auto als Teil einer integrierten Verkehrslandschaft vorstellt, dann ergeben sich ungeahnte Einsatzmöglichkeiten für ein Elektrofahrzeug. Die nach Stand der Technik derzeit problemlos zu erreichenden 50 bis 100 Kilometer Reichweite sind für mehr als 95 Prozent aller Wege völlig ausreichend; die Leistung der Batterietechnik muss dafür nicht in künstliche, kosten-trächtige Höhen getrieben werden. Denn das vermeintlich technische Handicap ist, umgekehrt betrachtet, vielmehr ein Integrationsbaustein: Das Elektroauto wird zum vernetzten Auto, es ergänzt den öffentlichen Verkehr. Wo Busse und Bahnen nicht fahren, kann ein Elektrofahrzeug gute Dienste leisten. Mit regenerativem Strom betrieben, fahren diese Fahrzeuge leise, bequem und schadstofffrei in die Ecken und Winkel, in die kein takt- und spurgeführter Verkehr mehr kommt.

Wie kann man sich das „Elektroauto als vernetztes Auto“ vorstellen? Öffentliche Elektroautos stehen wie Busse und Bahnen praktisch jedem zur Verfügung. Sie stehen auf öffentlichen Parkplätzen überall an den Knotenpunkten des öffentlichen Verkehrs bereit. Moderne Carsharing-Technologie erlaubt einen einfachen Zugang mit Handy oder Karte; die Autos können ohne Vorbuchung direkt genutzt und an jedem anderen freien Parkplatz wieder abgestellt werden. Ist der Ladezustand der Batterie kritisch, bleibt das Fahrzeug gesperrt, die maximale Buchungszeit ist auf 48 Stunden begrenzt und garantiert eine breite Verfügbarkeit. Ein Elektroauto mit 100 km Reichweite ist daher kein technisches Problem, sondern es stellt geradezu eine Voraussetzung für die Lösung gravierender Probleme des öffentlichen Verkehrs dar. Es hilft, ein wirklich umfassendes Kundenangebot zu entwickeln. Mit einer Karte lassen sich nunmehr alle mit Strom betriebenen Verkehrsmittel gleichberechtigt zugänglich machen, nutzen und abrechnen.

Die Fachwelt ist sich darin einig, dass auf absehbare Zeit kein Stromspeicher zu vertretbaren Kosten produziert werden kann, der den Anforderungen der Rennreiselimousine entspricht. – –

Gleichzeitig kann der Wunsch nach einem modernen und leistungsfähigen Individualfahrzeug befriedigt werden. Es wundert daher ein wenig, dass die öffentlichen Verkehrsanbieter nicht schon früher zum Treiber der Einführung dieser Fahrzeuge geworden sind. Ein Elektroauto ist so gesehen die domestizierte Ausgabe moderner Automobilität – eine attraktive Ergänzung und keine Konkurrenz oder gar Kannibale gegenüber den anderen Verkehrsmitteln.

Aus dieser Perspektive sieht die Verkehrswelt ganz anders aus, als wir sie kennen: Wenn sich Stromkonzerne und öffentliche Verkehrsunternehmen zusammen tun und den Autoherstellern den Stress mit den hohen Reichweiten nehmen, dann eröffnen sich ganz neue Optionen. Verkehrsdienstleistungen unter Einschluss des Elektroautos werden möglich, die bislang noch nicht einmal in Nischen vorhanden waren. Doch setzt dies einen Perspektivwechsel voraus: Nicht allein der innovative Antrieb, sondern umfassende Mobilitätskonzepte für urbane Regionen stehen im Vordergrund. Technisch und produktseitig ist eine Fülle von Innovationen denkbar, neben technischen Neuerungen auch lukrative zusätzliche Dienstleistungen und wirkliche Nutzungsinnovationen. E-Mobility ist mehr als die Formel „Schicke, elektrisch betriebene Automobile plus genug saubere Lade-stationen“. Die Wertschöpfung der intermodalen urbanen E-Mobility umfasst die Hardware der Fahrzeuge und Infrastruktur mit entsprechender Integration in die Stadtlandschaft ebenso wie Verkehrsdienstleistungen und die Energielieferung und -speicherung.

Grenzen und Barrieren vernetzter E-Mobility

Wie bei jedem Hype ist auch bei der derzeitigen E-Mobility-Welle Vorsicht geboten. Die Autohersteller drohen am alten Paradigma kleben zu bleiben. Die pure Substitution des Verbrennungsmotors durch einen elektrischen Antrieb ist nicht nur technisch höchst ambitioniert, sondern auch wirtschaftlich wenig attraktiv und ökologisch wohl kein Fortschritt, solange der Strom zu erheblichen Anteilen aus den fossilen Energieträgern Kohle, Erdöl und Gas gewonnen wird. Die Fachwelt ist sich darin einig, dass auf absehbare Zeit kein Stromspeicher zu vertretbaren Kosten produziert werden kann, der den Anforderungen der Rennreiselimousine entspricht. Aus diesem Grund werden Hybridlösungen von

vielen Experten – zumindest als Übergangstechnologie – als weitaus realistischer eingeschätzt.

Bei aller Euphorie über mögliche alternative Antriebe darf auch nicht vergessen werden, dass auch auf mittlere und längere Frist das mit fossilen Energieträgern betriebene Auto weiter dominant sein wird. Selbst wenn es gelingt, in eine Massenproduktion von postfossil angetriebenen Automobilen einzusteigen und eine „green-car-Nische“ zu etablieren, wird das Auto mit Verbrennungsmotor weiterhin dominieren. Nachdem die klassischen Schadstoffe seit den 1980er Jahren aufgrund scharfer Grenzwerte radikal zurück gedrängt werden konnten, sind es aktuell und für die nächsten Jahre primär der Feinstaub, der Lärm und die CO₂-Emissionen, die der weiteren Regulierung bedürfen. Es kommt daher weiterhin darauf an, über strenge Emissions- und Verbrauchswerte den Druck für Optimierungen in der Antriebs- und Fahrzeugtechnik hoch zu halten und zusätzlich zu erhöhen. Dieser Druck entsteht vor allem dadurch, dass Emissionsgrenzwerte schrittweise weiter verschärft werden. Ehrgeizige Umweltziele und ein verlässlicher, zumindest mittelfristiger Zeitrahmen sorgen für eine notwendige Planungssicherheit bei Herstellern und Nutzern.

Für das hier vorgeschlagene intermodale E-Mobility-Konzept gibt es pragmatische und zugleich historische Gründe. Doch ist dieser komplexe Innovationspfad alles andere als ein Selbstläufer. Für die Autoindustrie ist es eine Revolution und zudem müssen sehr unterschiedliche Kulturen eng zusammenarbeiten. Kooperationen sind nötig, für die es keine Erfahrungen gibt. Die höchsten Hürden für die Realisierung des hier skizzierten Mobilitätskonzeptes unter Einschluss des Elektroautos sind weniger technischer als vielmehr organisationssoziologischer und innovationskultureller Art. Die Konsequenzen des hier vorgeschlagenen Pfades einer zukunftsfähigen „Mobilität von morgen“ sind – darüber sollte Klarheit herrschen – gravierend. Die zentral involvierten Branchen und ihre nach wirtschaftlicher Rationalität agierenden Unternehmen müssen sich auf vollkommen neue und eben noch nicht eingespielte Kooperationen einlassen. Die Autoindustrie muss Abschied nehmen vom Konzept des Universalautomobils („Beyond Rennreiselimousine“) und ihre Wertschöpfung wird sich von der Produktion von Automobilen und ihrer Finanzierung für Kunden hin zu

*Die hier skizzierten Thesen bilden den Kern eines Strategie-
papiers „Grüne Wege aus der Autokrise - Vom Autobauer
zum Mobilitätsanbieter“, das von den Autoren für die
Heinrich-Böll-Stiftung erarbeitet worden und unter fol-
gender Adresse abrufbar ist: [www.boell.de/downloads/
wirtschaftsoziales/Autokrise_Endf.pdf](http://www.boell.de/downloads/wirtschaftsoziales/Autokrise_Endf.pdf)*

umfassenden Mobilitätsdienstleistungen verlagern. Und auch im Öffentlichen Verkehr werden die Umstellungen erheblich sein: ÖV-Unternehmen müssen ihre klassischen Verkehrsträger um neue Angebotsbausteine ergänzen. Sie betreiben neben Bahnen und Bussen dann künftig auch Autofлотten und Fahrradverleihsysteme. Gleichzeitig bedeutet das notwendigerweise mehr Orientierung an den Kunden und ihren sich weiter ausdifferenzierenden Ansprüchen. Ein solcher Wandel im Angebot und in der Kundenorientierung ist nicht ohne eine enge Zusammenarbeit mit dem langjährigen Konkurrenten Autoindustrie sowie mit Energieversorgern und IT-Unternehmen möglich. Damit verlässt der ÖV mit großen Schritten den Sektor der öffentlichen Daseinsvorsorge und wird zu einer an der privaten Nachfrage orientierten Branche.

Weiterhin ist zu beachten: Das skizzierte E-Mobility-Konzept für intermodale Verkehrsangebote ist ein Konzept für Städte und verdichtete Regionen. Gänzlich anders sieht die Mobilität in ländlichen, dünn besiedelten Räumen aus. Dort sind nicht nur die Entfernungen in aller Regel weiter als in verdichteten städtischen Räumen. Versorgungseinrichtungen von der Arztpraxis bis zum Fachhandel sind auf dem Land oft nur mit längeren Anfahrtswegen zu erreichen. Auch ist der ÖV meistens äußerst dürftig. Die wenigen Bus- und Bahnangebote bedienen oft allein den Schüler- und Ausbildungsverkehr. Angesichts von Abwanderung und sinkender Schülerzahlen erodiert der ÖV in vielen ländlichen Regionen zudem. In Schrumpfungregionen – vor allem in den ostdeutschen Bundesländern und in einigen stadtfernen Gegenden West- und Norddeutschlands – ist ein öffentlicher Verkehr oftmals gar nicht mehr aufrecht zu erhalten. Wo der ÖV fehlt, ist natürlich auch kein intermodales Verkehrsangebot möglich.

Wie weiter?

Für die Autoindustrie weltweit sind diese Trends kompliziert. Die Signale sind widersprüchlich. Die Branche kann nicht weitermachen wie bisher, sie braucht neue Orientierungen und Kooperationen, die sie bisher nicht gelernt hat. Für die deutsche Autoindustrie wird es besonders schwer, weil sie eine einzigartige Erfolgsgeschichte hinter sich hat. Die Stellung der deutschen Hersteller auf den Automobilmärkten der Welt konnte in den letzten Jahrzehnten stetig ausgebaut werden und hat vom klassischen Image der Rennreiselimousine profitiert. Deutsche Autos gelten als technisch hochwertige und ausgereifte Fahrzeuge.

Angesichts der absehbaren Veränderungen in der Nachfrage stehen die Hersteller vor einem tief greifenden Strukturwandel. In der Modellpolitik steht ein generelles „Downsizing“ auf der Agenda. Es wird künftig auch nicht mehr durchzuhalten sein, den wachsenden „low-cost-Sektor“ zu ignorieren. Gleichzeitig werden neue und zusätzliche Antriebsvarianten auch in der Massenproduktion realisiert werden. Die derzeit massiv vorangetriebene nachholende Hybridisierung ist erst der Anfang. Der größte Wandel besteht jedoch darin, dass die Autounternehmen zukünftig keine reinen Produktionsfirmen mehr sein werden, sondern sich sukzessive zu umfassenden Mobilitätsdienstleistern entwickeln. Steigende Anteile an der Wertschöpfung werden in der Realisierung von Mobilität, wie auch immer technisch umgesetzt, erzielt. Damit erweitern sich nicht nur ihr technisches Portfolio, sondern auch das Selbstverständnis und die Unternehmenskultur radikal. Möglicherweise müssen hierzu neue Kooperationen mit Energieversorgungsunternehmen oder gar mit Unternehmen des öffentlichen Verkehrs eingegangen werden. Vermutlich geschieht dies nicht unter einem klassischen Markendach, sondern durch die Bildung neuer intermodaler Angebotsmarken.

Dieser doppelte Wandel wird nicht ohne Brüche verlaufen. Es wird dabei auch Verlierer geben. Dennoch ist die Krise eine Chance für das Entstehen einer – in der Sprache des Marketings – „Automobilität 2.0“. Dafür braucht es eine Abkehr vom alten Auto-Leitbild und nicht zuletzt neue Bündnisse. Es bedarf der Bereitschaft, die derzeitige Krise nicht als kurzfristige Konjunkturdelle zu missdeuten, sondern zum Anlass zu nehmen, bisherige Produkte und Geschäftsfelder in Frage zu stellen und damit die Voraussetzungen zu schaffen, zukunfts-trächtige Mobilitätsdienstleistungen für morgen zu entwickeln.