

Ausgabe vom 03. Januar 2012

STANDPUNKT

Fehlender iPhone-Effekt auf dem Automarkt

Im neuen Jahr werden die weltweiten Autoverkäufe bei gut 61,2 Millionen Einheiten stagnieren. Leichtes Wachstum in den USA und in China kann die Rückgänge in Europa nicht ausgleichen. Auch der deutsche Markt wird zurückfallen. 2012 wird in Westeuropa das schlechteste Autojahr seit 18 Jahren, denn die Finanzmärkte bleiben fragil, und das Wachstum steckt in der Klemme.

Die Entwicklung ist bereits jetzt an den Zahlen abzulesen. Frankreichs Automarkt ist deutlich ins Minus gedreht, mit einem Rückgang von acht Prozent im November. England liegt über vier Prozent im Minus. Italien ist um zehn Prozent eingebrochen, und der spanische Automarkt ist mit 800 000 Verkäufen 2011 ein Schatten seiner selbst – vier Jahre zuvor wurden in Spanien mehr als 1,6 Millionen Pkw verkauft. Die Autobauer reagieren bereits. Fiat hat seinen Absatzplan 2012 um 500 000 Fahrzeuge reduziert. Renault plant, im ersten Halbjahr 2300 Beschäftigte im spanischen Werk Valladolid für einen Monat freizusetzen. Ford hat angekündigt, 4000 Beschäftigte in Valencia für 39 Tage in Urlaub zu schicken, und Peugeot-Citroën restrukturiert und will dabei bis zu 6000 Mitarbeiter entlassen.

Auch Deutschland kann sich vom Trend in Westeuropa nicht abkoppeln. Die amtliche Zulassungsstatistik sagt nur die halbe Wahrheit. 29 Prozent aller Neuwagen wurden im Monat November als taktische Zulassungen in den deutschen Markt geschoben. Taktische Zulassungen sind die Neuwagenanmeldungen der Händler und Autobauer, die zum Großteil kurz nach der Anmeldung als Tageszulassung im Handel mit Nachlässen zwischen 20 und 25 Prozent verscherbelt werden. Selbst VW hat im November 31 Prozent taktische Zulassungen gemacht.

Als Hoffnung bleibt der iPhone-Effekt. Wie kein an-

FERDINAND DUDENHÖFFER

erwartet 2012 eine Stagnation auf dem globalen Automarkt und beklagt die zögerliche Einführung von Elektrofahrzeugen in Deutschland.



Der Autor (60) ist Direktor des Car-Center Automotive Research an der Universität Duisburg-Essen sowie Inhaber des Lehrstuhls für allgemeine Betriebswirtschaftslehre und Automobilwirtschaft an der Universität Duisburg-Essen.

derer hat der Computerhersteller Apple mit Innovationen Menschen und Märkte bewegt. In der Autoindustrie können wir 2012 jedoch mit keinem iPhone-Effekt rechnen. Es gibt zwar jede Menge Modellerneuerung wie den BMW 3er, den Mercedes SL, den Peugeot 208, den Audi A3 oder die Mercedes A-Klasse. Aber Aufsehenerregendes wie die Mercedes A-Klasse, der kleine Opel SUV oder gar der VW Golf kommen erst ab Spätherbst in den Handel. Der Verkaufsimpuls der Neuerungen kann die Auswirkungen der Euro-Krise nicht überspielen. Was 2012 fehlt, sind wegweisende Innovationen à la iPhone.

Der große Umbruch mit Elektroauto und aufladbaren Hybriden braucht in Deutschland zu viel Zeit. Das zögerliche Verhalten der Bundesregierung schiebt Elektromobilität auf die lange Bank. Gerade mal 1900 Elektroautos wurden in Deutschland im Jahr 2011 auf die Straße gebracht. Nur 110 Elektroautos wurden von Privatkunden gekauft. Trauriger kann eine Bilanz nicht aussehen. Dabei könnte die Innovation der Elektroautos und Hybride gerade im schwierigen Jahr 2012 für Entlastung sorgen. In anderen Ländern geht das schneller. So werden in Paris bis zum Frühjahr 3000 Elektroautos im Carsharing fahren. Darum hatte sich der französische Präsident Nicolas Sarkozy persönlich gekümmert. Die Verkaufszahlen aus USA und Japan zeigen, dass auch dort das Elektroauto Fahrt aufnimmt. Selbst Amsterdam wird für Deutschland zum Vorbild. Im Frühjahr werden dort 300 Elektro-Smart unterwegs sein, und bis 2015 sollen 15 000 Elektroautos auf den Straßen Amsterdams rollen.

Die Worte der Bundeskanzlerin vom „Leitmarkt“ Deutschland für Elektromobilität und dem Ziel, bis 2020 eine Million Elektroautos auf der Straße zu haben, wirken da wenig überzeugend. Die bisherigen Regierungsprogramme wie der Modellregionen-Wettbewerb haben kaum etwas gebracht. Für 180 Projekte hat man 120 Millionen Euro eingesetzt. Das war viel zu kleinteilig. Das Elektrofahrrad – und nicht das Auto – war das Maß der Dinge. Man konnte den Eindruck gewinnen, es sollten in möglichst vielen Wahlkreisen Projektchen laufen statt möglichst viele Elektroautos. Jetzt will man mit drei bis fünf Schaufenster-Regionen mehr Autos auf die Straße bringen. Bis allerdings das erste Elektroauto in einer Schaufenster-Region fährt, wird es 2013. Unsere Innovationsförderungen und -wettbewerbe sind so langsam, dass wir Schlüsseltechnologien verpassen, die uns helfen könnten, durch schwierige Zeiten besser durchzukommen.