

Realitätsverweigerung oder

Auf der IAA wurde der Optimismus vergewaltigt. Von der Politik vorgelebt, genießen sich Topmanager in der Automobilwirtschaft nicht mehr im Geringsten, ihre tiefroten Ergebnisse weiter schön zu reden. E-Mobilität ist ihr Placebo.

Von Gerhard Lustig

Längst erkennt die Bevölkerung die Probleme im Markt, der in kaum einer nennenswerten Sparte mehr realistisch wachsen kann – schon gar nicht in der Automobilwirtschaft. Das könnte man den Leuten auch erklären, doch Politik gleich macht die Industriespitze mit ständigen Versprechungen vieles zunichte. Oberflächlich betrachtet wird schon der Abschied vom Verbrennungsmotor eingeleitet – dem Elektromobil die Zukunft eröffnet. In populistischer Weise wird Realitätsverweigerung betrieben.

In Frankfurt haben wir miterlebt, was bewegt. So ungefähr lautete auch das Messemotto der diesjährigen Internationalen Automobil Ausstellung. Allerdings fehlen vielen Marken die Modelle, mit denen die allgegenwärtig finanziert werden. Zunächst ergehen sich die Wirtschaft im Richtmotor werden uns neues zur Verschiebungstechnologie kommen werden geschaffen, nicht mehr. Neue gravierende Veränderungen des Verhaltens der Ederer Inanspruchnahmen werden. Ein Prozess fang steht. Die autowelt wurde in Frankfurt längst noch nicht im Sinne wirtschaftstaven zur heutigen M Vorher müssen aber pazitäten von 100 : resproduktion halbi Die Zulieferindustrie schon in diesem Au prozess, dem sich c Autoproduzenten nicht verschließen

können. In seinen wuchtigen Ausläufern werden davon auch der Handel und das Service nicht verschont.

Für die Kfz-Betriebe liegt das Hauptaugenmerk unmittelbar bei jenen wachsenden Käuferschichten, die auf ihr Geld achten müssen.

Spürbarer Optimismus? Oh ja, die US-Konjunktur zieht wieder an, die Stahlproduktion steigt. Die Banken öffnen ihre Safes. Alles wichtige Wirtschaftsindikatoren für einen anstehenden Aufschwung, erzählt uns der Staatsfunk.

Das Elektromobil kommt. Kein Zweifel, doch vorher kommen auf unsere Kfz-Unternehmen neue Anforderungen bei der Ausbildung, der Werkstattausrüstung, der Lagerhaltung und bei der Anlauffinanzierung der Vertriebskosten neuer innovativer Produkte mit alternativen Antriebskonzepten hinzu.

Die automobilen Zukunftswelt versagte sich in Frankfurt eine schlüssige Antwort und Populismus hat auch nur eine begrenzte Lebensdauer. Also heißt es weiterwursteln! •



späte Einsicht?

Diese IAA war kleiner, bescheidener und schlechter besucht. Und das ist gut so.

Von Philipp Hayder

8 50.000 Besucher im Jahr 2007, rund 750.000 heuer. Egal: Die IAA hat abgespeckt. Nur einer schwelgt in alten Plattitüden: „Mehr Besucher als erwartet, mehr Kaufabschlüsse als jemals zuvor, mehr Weltpremieren“, verkündete der Verband der Automobilindustrie. Sein Präsident Matthias Wissman gab sich alle Mühe, das Minus zu relativieren: „Es macht wenig Sinn, sich an der IAA 2007, die in einer Zeit der Hochkonjunktur stattgefunden hat, zu orientieren. Die Rahmenbedingungen haben sich völlig verändert.“ Leider gilt das nicht für die immer gleiche Rhetorik der Veranstalter. In Wahrheit wurde der Automarkt so zurecht gestutzt, dass er womöglich erst 2015 auf das Ni-

veau von 2007 zurückkehren wird. Nach dem letzten größeren Einbruch 1993 hat die Erholung 5 Jahre gedauert – und damals war das Minus bei Weitem nicht so stark wie heute. Die großen Autobauer werden die Krise durchtauchen. Aber die Händler? „Wir als Hersteller müssen dafür sorgen, dass unsere Händlernetze diese Durststrecke überstehen“, sagte Mercedes-Vertriebschef Dr. Klaus Maier – einen Tag, bevor er sich „aus persönlichen Gründen“ aus seinem Amt verabschiedete.

Noch schlechter geht es den Zulieferern. „Wenn man ein Auftragsminus von 40 Prozent einfährt, muss sich das auf die Messe niederschlagen“, begründete man bei Federal Mogul die neue Bescheidenheit im Messeauftritt. Karl Schmauder, Vorstand von Elring Klinger, sieht sich noch als Einäugiger unter krisenbedingt Blinden: „Wir rechnen 2009 mit einer EBIT-Marge von 8 Prozent. Andere Zulieferer haben das nicht einmal in den besten Jahren geschafft.“

Die neue Bescheidenheit der IAA kam nicht freiwillig zustande, sie wurde von den wirtschaftlichen Umständen erzwungen. Doch sie ist sympathisch: Denn warum müssen sich die Autobauer im bombastischen Prunk überbieten? Warum müssen die Zulieferer an ihrem längst sinnlos gewordenen Auftritt bei dieser reinen Publikumsmesse festhalten? Wenn die

