



Eine Nische der Extravaganz

Luxus allein reicht nicht: Autobauer müssen auf Kooperation, Verbund oder Übernahme setzen.

Ralf Dzioblowski

Vor allem die Kunden in Fernost, Indien und Russland werden künftig beim Wachstum den Takt angeben. Der Boom dort wird den weltweiten Absatz von 53,9 Mio. Autos im vergangenen Jahr auf 66,5 Mio. Autos im Jahr 2016 schrauben. Eine Entwicklung, die deutsche Premiumhersteller wie Audi, BMW und Mercedes zu tief greifenden Veränderungen zwingen wird.

Denn die Unternehmen finden die meisten Kunden derzeit noch in Westeuropa, Nordamerika und Japan. In diesen Ländern aber werden nach einer Prognose des Instituts B&D Forecast in Leverkusen in zehn Jahren mit 38,6 Mio. Autos kaum mehr Fahrzeuge gekauft werden als im Jahr 2000. In diesen gesättigten Märkten also müssen die Bayern und Schwaben gegen Marken wie VW, Fiat oder Toyota kämpfen, um selbst das überlebensnotwendige Wachstum zu sichern.

Vorhersagen zufolge wird sich der Automarkt bis 2016 dramatisch spalten. Einerseits profitieren sogenannte Premiumautos, also teure, technisch höherwertige Fahrzeuge wie die von BMW, Mercedes oder Audi vom zunehmenden Wohlstand. Andererseits aber verlangt in Asien ein Heer von Kunden nach einer bezahlbaren Alternative. Diese Vehikel dürfen kaum 5000 Dollar kosten. In dieser Klasse liegt das wahre Eldorado der Autoindustrie.

Weltmarktführer werden Loser

An ihrem Wachstum gemessen, wirken BMW, Mercedes oder Audi klein. Sie laufen Gefahr, nur noch eine Nische der Extravaganz zu füllen. Aber Weltmarktführer bei Nischenprodukten zu sein, wird künftig nicht mehr reichen. Die Traditionsunternehmen bekommen den Kostendruck in der Produktion, aber noch stärker in Entwicklung und Vermarktung zu spüren. Er erzeugt einen Zwang zur Größe. Eine



Für Luxusfahrzeuge wird es auch künftig Käufer geben. Gleichzeitig verlangen immer mehr Kunden bezahlbare Alternativen. Foto: APA/Fohringer

Zeit lang werden die Big Three aus Germany für die Exklusivität ihrer Autos noch gute Preise fordern können. Als globale Konzerne aber können sie ihre Zukunft nicht allein auf Luxus ausrichten. Sie müssen sich für den Massenmarkt öffnen. Ob BMW überleben wird, hängt entscheidend davon ab, ob das Unternehmen künftig wie 2009 insgesamt 1,3 Mio. oder fünf Mio. Autos jährlich verkaufen wird. Mit seiner

Produkt- und Marktoffensive wird BMW sicher noch einige 100.000 Autos mehr absetzen, doch dem Potenzial sind, sieht man sich die Käuferschichten an, Grenzen gesetzt. Ziel kann es nicht sein, BMW und Mini selbst zu profitlosen Massenmarken zu degradieren. BMW muss versuchen, sich in einen mächtigeren Verbund einzubringen – durch Kauf einer Massenmarke oder eine Kooperation. Im Gespräch ist Honda.

Notiz Block



Paysafecard bei Spar erhältlich

Die Paysafecard Group, europäischer Marktführer für alternative

Zahlungslösungen im Internet, ist mit ihrer Prepaid-Zahlungslösung Paysafecard ab sofort auch beim Lebensmitteleinzelhändler Spar vertreten. Österreichweit in rund

1400 Spar-Märkten kann Paysafecard direkt an der Kassa gekauft werden.

www.paysafecard.com

Hagenberger IT-Spezialisten

Mit der Erfindung einer Telefonieanwendung für den Webbrowser – einem Webphone – belegte das von Absolventen der Fachhochschule Oberösterreich gegründete Startup „Devstrom“ bei der RCS Developer Challenge in Madrid einen Platz unter den Top drei. An der RCS Challenge, dem Wettbewerb einer branchenübergreifenden Initiative von weltweit führenden Telefonanbietern (unter anderen Alcatel-Lucent, Ericsson, Nokia Siemens Networks, Orange und Telefónica), nahmen 29 Mobil- und PC-Cli-

ent-Entwickler als auch Technologie-Innovatoren aus aller Welt teil. Aufgrund der hervorragenden Platzierung wurde das Devstrom-Team zum Mobile World Congress in Barcelona eingeladen.

www.devstrom.com

Gratis-Navigation auf Smartphones

Nokia bietet künftig seine Navigationsdienste kostenlos für alle GPS-fähigen Nokia-Smartphones an. Insgesamt deckt die Lösung 180 Länder in 46 Sprachen ab. Für 74 Länder ist eine Auto- und Fußgängernavigation inkludiert. Im Gegensatz zu traditionellen Navigationslösungen müssen laut Nokia auch keine Zusatzlizenzen für bestimmte Regionen gekauft werden. cc