

HORIZONT



MOBILITÄTSEXPERTE HANS-PETER KLEEBINDER

"Das Handy wird zur Schaltzentrale der Mobilität"

Als "Mr. Mini Deutschland" war er maßgeblich am hiesigen Erfolg der britischen Kultmarke beteiligt, auch für BMW und Audi setzte er wichtige Akzente. Heute bringt Hans-Peter Kleebinder sein Wissen als unabhängiger Mobilitätsexperte und Lehrbeauftragter an der Universität St. Gallen ein – und in der nächsten Woche als Speaker beim Deutschen Medienkongress 2019 in Frankfurt. Über seine Vorstellungen einer besseren Mobilität und seine aktuellen Projekte spricht er vorab mit HORIZONT Online.

von Klaus Janke Donnerstag, 17. Januar 2019

Herr Kleebinder, wie wünschen Sie sich die Mobilität der Zukunft? Wir erleben und erleiden heute in Deutschland den täglichen Mobilitätsinfarkt: auf unseren Straßen, in der Luft, auf den Schienen. Wir brauchen einen Paradigmenwechsel weg von der klassischen autogerechten Stadt hin zu Lebensräumen, die auf den Menschen und seine Bedürfnisse ausgerichtet sind. Mobilität kann sicherer, umweltfreundlicher und entspannter werden, wenn wir jetzt die richtigen Weichen stellen.

Über die notwendigen Maßnahmen wird aktuell viel diskutiert. Welche Faktoren werden dabei unterschätzt, welche überschätzt? Man sollte sich mehr mit Sharing-Modellen beschäftigen, mit Parkraumbewirtschaftung, mit der problematischen Ökobilanz des SUV-Booms und auch mit der Bedeutung der "letzten Meile": Wie komme ich von der ÖPNV-Haltestelle zu meiner Haustür? Überschätzt werden dagegen exklusive Bus-Linien, Fahrverbote und die Rolle der Autoindustrie.

„Wir brauchen einen Paradigmenwechsel weg von der klassischen autogerechten Stadt hin zu Lebensräumen, die auf den Menschen und seine Bedürfnisse ausgerichtet sind.“

— Hans-Peter Kleebinder

Welche Rolle spielt Elektromobilität? E-Mobilität ist kein Allheilmittel, aber die notwendige und sinnvolle Übergangslösung zu einer klimaneutralen Antriebsform – so lange keine andere Technologie serienreif ist, die wirklich saubere Energie ins Auto bringt. Die deutsche Automobilindustrie hat aber falsch und viel zu spät investiert, zum Beispiel in bi-direktionale Ladung, Batterien als Energieträger und -speicher und organische Stoffe als Ersatz für Lithium und Kobalt. Das liegt unter anderem an den reduzierten Erlöspotenzialen in der gesamten Wertschöpfungskette, im Aftersales etwa, in der Werkstatt, wo Hersteller und Händler bis zu 80 Prozent des Gewinns erwirtschaften. Das Festhalten an den bekannten tradierten Geschäftsmodellen geht zu Lasten unserer Umwelt und damit den Kunden.

Wird auf dem Weg zu einer besseren Mobilität die Bedeutung des privaten Pkw-Besitzes geringer? Das Auto hat als Statussymbol an Bedeutung verloren – nicht in allen Kulturräumen, aber in den westlich geprägten. Hier kann es zu einem Statussymbol werden, sich als offen für den Wandel zu zeigen: weg von der Frage, WOMIT wir uns fortbewegen, hin zur Lösung WIE wir intelligent von A nach B kommen. Also Nutzen und Teilen statt Kaufen und Besitzen. Mobilität wird so zur Dienstleistung – mit dem persönlichen Handy als Schaltzentrale, die unseren Bedarf kennt, voraussagt, organisiert und bezahlt. Und das auf dem schnellsten, bequemsten und günstigsten Weg, mit einem Mix der verschiedenen Verkehrsmittel und dem geringsten persönlichen ökologischen Fußabdruck. Erste Abo-Modelle existieren heute bereits in Helsinki und Montreal.

Wie gut sind die deutschen Autohersteller für die mobile Zukunft aufgestellt? BMW liegt beim Produktportfolio vorn, vor allem mit der Hybridisierung. VW gibt als Vollsortiment-Anbieter mit elf Marken endlich Gas. Die Richtung und das Tempo geben jedoch ganz klar andere vor: Vor allem Tesla hat unsere Automobilindustrie aus dem Dornröschenschlaf geweckt. Dort steht radikale Kundenzentrierung und der ganzheitliche Ansatz einer "circular mobility economy" im Verbund mit Energie und neuen Verkehrsträgern im Mittelpunkt. Tesla ist Vorbild für neue Player wie Nio, Byton und BYD aus China, Microlino aus der Schweiz und Sono Motors aus München, die ab 2019 auf den deutschen Markt kommen. Aber auch neue Mobilitäts-Services wie FlixBus, BlaBlaCar und GoEuro sehe ich als weitere Anführer der Mobilitäts-Revolution.

Sie haben 24 Jahre für die Autoindustrie gearbeitet, für BMW, Mini und Audi. Inwiefern können Sie bei Ihren heutigen Projekten von dieser Erfahrung profitieren? Die Arbeit in Vertrieb, Marketing und Kommunikation "vor und mit Kunde" sind für mich Grundlage, Chance und Verpflichtung zugleich. Ich kenne die Sicht der Kunden und weiß, was sie wirklich wollen. Die Basis dafür habe ich 1995 gelegt: Im Rahmen meiner Doktorarbeit an der Universität St. Gallen habe ich 250 Experten in fünf europäischen Ländern zum Thema Zukunft der Mobilität befragt. Jetzt habe ich die Chance, als unabhängiger Mobilitätsexperte beide Welten, also Forschung und Praxis zu verbinden: als Kurator, Moderator, Vortragsredner und Zukunfts-Scout. Inspiriert haben mich vor allem meine neun Jahre und neun Monate bei Mini als Leiter Marketing, Verkauf und zuletzt Leiter Mini Deutschland. Heute bekomme ich wichtige Anregungen in China und den Metropolen Wien und London, wo ich regelmäßig aktiv vor Ort bin.

DMK19

Der 11. Deutsche Medienkongress findet am 22. und 23. Januar 2019 in der Alten Oper Frankfurt statt. Das zweitägige Branchentreffen liefert News, Trends und Inspiration von Unternehmenskern, Querdenkern und kreativen Köpfen aus Unternehmen, Medien und Agenturen. Einer der Höhepunkte der Veranstaltung ist die Verleihung des HORIZONT Award an die Männer und Frauen des Jahres 2018. Alle Informationen gibt es auf der [Website des Deutschen Medienkongresses \(https://horizont.dfv-conference.de/deutscher-medienkongress/?utm_source=HOR_Online&utm_medium=Link_Event&utm_campaign=DMK%202018\)](https://horizont.dfv-conference.de/deutscher-medienkongress/?utm_source=HOR_Online&utm_medium=Link_Event&utm_campaign=DMK%202018). Der Normalpreis für die Teilnahme beträgt 1399 Euro. Ab dem dritten Teilnehmer eines Unternehmens gibt es 50 Prozent Rabatt. Die Anmeldung berechtigt gleichzeitig zum kostenfreien Besuch des HORIZONT Award. Veranstalter des Deutschen Medienkongresses 2019 sind HORIZONT und dfv Conference Group.

„Tesla hat unsere Automobilindustrie aus dem Dornröschenschlaf geweckt.“

— Hans-Peter Kleebinder

Sie haben auch ein Start-up namens WhatzLife auf die Beine gestellt. Was steckt dahinter? Ich habe mir einen Lebenstraum erfüllt und mit meinem Mitgründer, Partner und Geschäftsführer Hansjörg Zimmermann, einem der deutschen Digital-Pioniere und Gründer der Agentur Die Argonauten, ein EduTec-Start-up gegründet. WhatzLife ist eine Mobile Education Company. Unser Credo ist Bildung anytime, anywhere – serviert in gut mobil konsumierbaren Content-Happen. Wir werden unser junges Team von Entwicklern und Designern zeitnah durch einen Medienmanager mit 20 Jahren TV-Erfahrung in der Geschäftsführung und als Partner verstärken. Wir sind überzeugt: Wissen wird immer wichtiger. Mit Freude lernen – und zwar "wann und wo und wie ich will". Das ist unsere Mission.

Interview: Klaus Janke

Hans-Peter Kleebinder wird beim Deutschen Medienkongress eine Keynote zum „Mobilitätsplan der Zukunft“ halten. Weitere spannende Speaker in Frankfurt: Karl-Theodor zu Guttenberg (Spitzberg Partners), John Strelecky (Bestseller-Autor), Tim Alexander (Deutsche Bank), Jan Bayer (Axel Springer), Gitta Blatt (Densu Aegis), Chris Boos (Arago), Jessica Claar (Mastercard), Kai Diekmann (Journalist und Unternehmer), Peter Figge (Jung von Matt), Christian Gansch (Dirigent), Reinhard Grindel (DFB), Stefan Hüttemeister (Kaufland), Julia Jäkel (Gruner + Jahr), Moritz Klämt (Henkel), Roger Köppel (Weltwoche), Anastassia Lauterbach (Venture Partner), Georg Mascolo (NDR, WDR, Süddeutsche Zeitung), Jürgen Resch (Deutsche Umwelthilfe), Matthias Schrader (Sinner Schrader /Accenture Interactive), Uwe Storch (Ferrero) und viele, viele mehr. Hier geht's zum vollständigen Programm. (<https://horizont.dfvcg-events.de/deutscher-medienkongress/programm/>)