

„Die deutschen Autobauer haben falsch investiert“

Ob BMW, Audi oder Mini – Hans-Peter Kleebinder kennt die Branche sehr gut. Ein Gespräch über die Zukunft der Mobilität und die Chancen für Oberfranken.

Herr Kleebinder, autonome Autos ohne Sechszylinder-Sound. Ziemlich langweilig, oder?

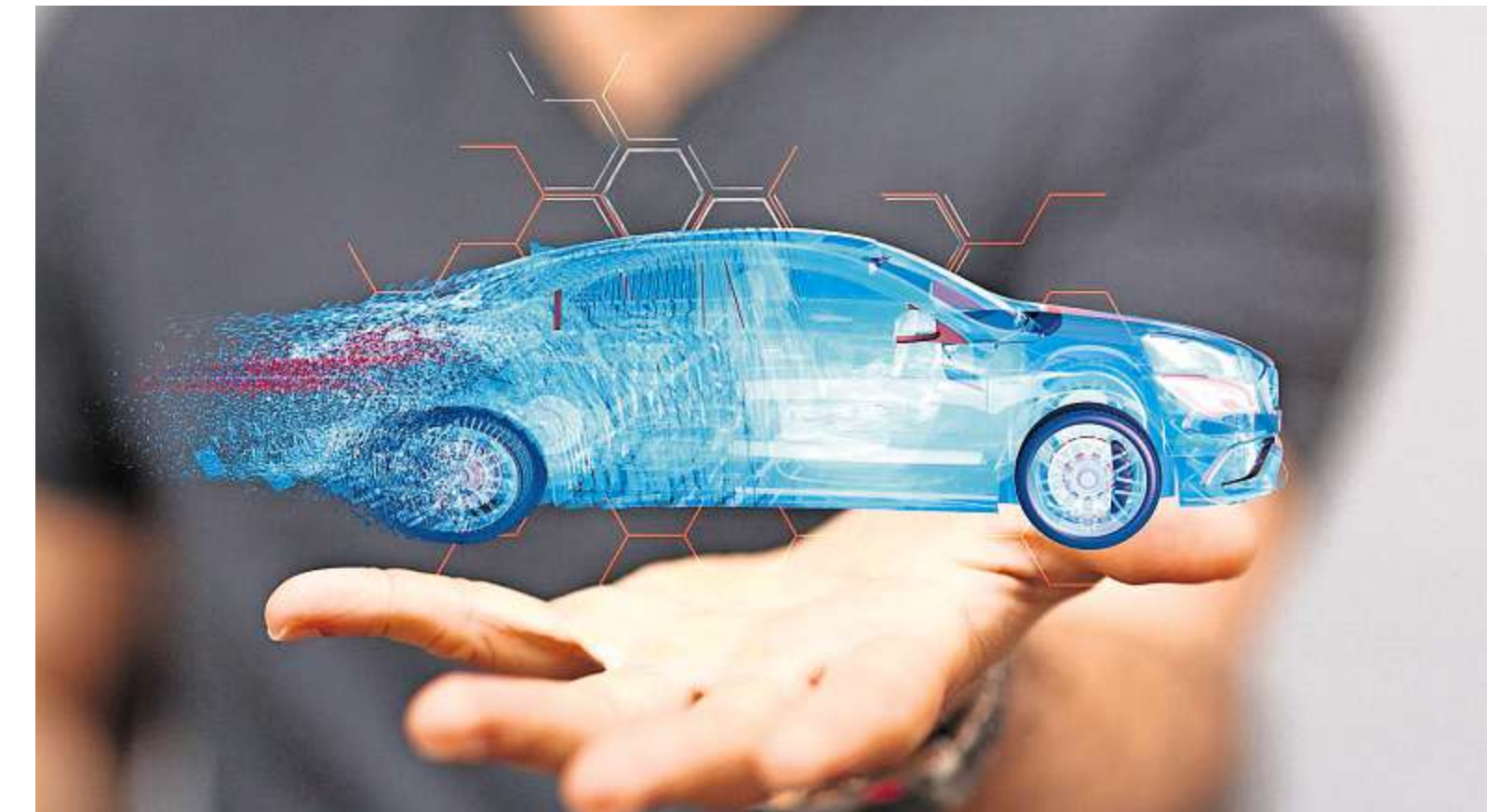
Bitte nichts vermischen. Autonome Autos brauchen keinen Fahrer, aber einen Motor, gleich ob Sechszylinder oder Elektroantrieb. Unser Fahrerlebnis beruht in erster Linie auf Beschleunigung, Kurvenstabilität und Geschwindigkeit und ist mit Elektromotor sogar noch viel gesünder und intensiver.

Auch mit autonomen Autos?

Bei autonomen Fahrzeugen kann man den Autopiloten abschalten. Wer die Großglockner-Hochalpenstraße traditionell erleben möchte, der kann das sicher auch in Zukunft. Oder auf abgesperrten Rennstrecken, wie zum Beispiel dem Nürburgring.

Digitalisierung und Elektroantrieb verändern die Mobilität.

Wie fahren wir in zehn Jahren? Mobilität muss wieder Spaß machen und sie soll unser Leben erleichtern. Mobilität ist eines unserer elementaren menschlichen Grundbedürfnisse. Sie ist Grundlage unserer persönlichen Autonomie und Lebensqualität. Die Digitalisierung ebnet den Weg zur Smart Mobility, einer intelligenteren Nutzung bestehender Fahrzeugbestände und Infrastruktur für Menschen und Güter. In zehn Jahren wird unsere Mobilität nachhaltig, sicher, verlässlich und ressourcenschonend sein. Dabei ist es egal, ob elektrisch, vernetzt oder geteilt und ob auf, über oder unter der Erde.



Wohin steuert die Autobranche? Wie sieht die Mobilität der Zukunft aus? Diese Fragen treiben Autobauer, aber auch ihre Kunden um. Foto: vege/Adobe Stock

Künstliche Intelligenz und Elektromobilität liegt China derzeit vorne.

Wir holen wieder auf?

Unsere Bundesregierung wacht langsam auf und will in den nächsten Jahren viel investieren, sowohl in den Produktions- als auch in den Forschungs- und Entwicklungsstandort. Hier kann Franken und speziell Oberfranken eine Schlüsselrolle in Deutschland und Europa einnehmen.

Die deutschen Autobauer kommen in Bedrängnis. Kriegen sie die Kurve und fahren auch künftig vorne mit?

Der Wettbewerb wird härter, weil sich die Anforderungen der Kunden global dramatisch verändern, technologische Einstiegsbarrieren sinken und der Klimawandel unsere Gesundheit bedroht. Nur die Marken werden überleben, die bereits in ihre Zukunft investiert haben: in ihre Transformation von technologie- und kundenorientierten Marken. Die deutschen Autobauer haben falsch und viel zu wenig investiert. Sehr hohe Gewinne wurden abgeschöpft für Vorstände, Führungskräfte und Mitarbeiter, Aktionäre. Die beiden reichsten Gemeinden in Deutschland sind Wolfsburg und Ingolstadt.

Wie sieht das Geschäftsmodell der deutschen Autobauer in zehn Jahren aus?

Nicht grundsätzlich anders als das von Autobauern in anderen Ländern. Was sich aber international ändert, sind die Nutzungsgewohnheiten. Die Menschen werden auch weiterhin Auto fahren, jedoch nicht mehr unbedingt das eigene und sie werden nicht mehr selbst am Lenkrad sitzen.

Was heißt das für die Autobauer?

Autohersteller werden entweder zu Anbietern von Mobilität oder reine Zulieferer und Lieferanten von Blech. Unseren Anbietern von Mobilität vertrauen wir unsere Nutzungsdaten an, damit diese Marken unsere Mobilitätsbedürfnisse organisieren. Wir als Kunden werden im Mittelpunkt stehen, mit unseren persönlichen und individuellen Bedürfnissen.

Wird Tesla ein etablierter Konkurrent – oder scheitert Elon Musk?

Tesla ist bereits ein etablierter Konkurrent und hat mit drei Modellen in den USA im dritten Quartal 2018 erstmals mehr Fahrzeuge als Mercedes mit 27 Modellen abgesetzt. Weltweit haben über 550.000 Kunden das Tesla Model 3 vorbestellt, alleine in Bayern über 15.000 – mit einer Anzahlung von 1000 Euro für ein nicht fertig entwickeltes Modell und ohne Probefahrt. Das ist einmalig in der Geschichte der globalen Automobilindustrie.

Was macht den Erfolg von Tesla aus?

Bei Tesla steht der Kunde von Anfang an im Mittelpunkt allen Handelns. Tesla ist Vorbild und bietet Orientierung für neue Player am Markt wie Nio, Sonos, aber auch Dyson und Microlino, die ab 2019 auf den deutschen Markt kommen. Die deutsche Automobilindustrie sollte diesmal nicht die gleichen Fehler wie bei Tesla machen und diese neuen Player unterschätzen. Tesla gibt seit 2008 ganz klar die Richtung bei der Zukunft unserer Mobilität vor.

Das Auto bleibt Statussymbol?

Das Auto als Statussymbol vor der Haustüre im Vorgarten hat an Bedeu-

tung verloren und ist es nur noch in sehr wenigen Teilen unserer Gesellschaft. Aber ein Statussymbol kann auch sein, sich als offen für Wandel zu zeigen – auch auf vier Rädern. Weg von Eigentum und Besitz, hin zu Nutzen und Teilen. Die Rückgewinnung unserer persönlichen Autonomie wird zum Statussymbol: selbstbestimmt von A nach B zu kommen, nicht zulasten der Umwelt und unserer Lebensqualität.

Ist das Batterie-Auto überhaupt der richtige Weg?

Aktuell ja – zumindest als notwendige Übergangslösung zu einer wirklich klimaneutralen Antriebsform und so lange keine andere Technologie serienreif ist, die saubere Energie ins Auto bringt. Alternativen wie z. B. das Wasserstoffauto sind von der Wirtschaftlichkeit noch weit entfernt.

Es gibt keine deutsche Batterieproduktion. Ein strategischer Fehler?

Ein Mangel, aber kein strategischer Fehler. Arbeitsteiligkeit ist in der globalisierten Welt normal. Einzelne Rohstoffe für Batterien kommen in Deutschland ohnehin gar nicht vor. Wir sollten die globale Vorreiterrolle einnehmen bei Forschung und Entwicklung der Smart Mobility, der intelligenten und nachhaltigen Sicherstellung und Organisation unserer Mobilität. Wir sollten global die besten Talente finden und ihnen die beste Ausbildung „Made in Germany“ bieten. Und im Anschluss attraktive Lebens- und Arbeitsbedingungen.

Hat die Brennstoffzelle noch reale Marktchancen?

Das wird in erster Linie am Preis für

Wasserstoff liegen. Wie preisgünstiger in sonnenreichen Ländern produziert und geliefert werden könnte, ist noch unklar. Und darüber hinaus fehlt auch die Infrastruktur sowie die Offenheit und Begeisterung für neue Technologien in unserer Bevölkerung. Und es fehlen Investitionen in die Forschung und Entwicklung dieser Technologie.

Wie lange wird es den Verbrenner noch geben?

So lange es noch Drittweltländer ohne ausreichende Stromnetze gibt. Taktgeber wird die Bewältigung des Klimawandels sein und die notwendige Regulierung, beziehungsweise Förderung von klimaneutraler Mobilität. Letztendlich geht es um die Reduzierung klimaschädlicher Auswirkungen und um die Sicherung der Zukunft unseres Planeten Erde für uns und unsere nachfolgenden Generationen.

Könnten synthetische Kraftstoffe und deutlich reduzierte Verbrauch die Zeit der Verbrenner verlängern?

Lebenserhaltende Maßnahmen helfen nur kurzfristig, sind aber keine

nachhaltige Lösung, wie das Beispiel Hybrid-Technologie zeigt. Hilfreich wäre nur, wenn sie das CO₂-Problem auf null zu reduzieren helfen. Das ist aber derzeit nicht zu erwarten bzw. hat sich als Sackgasse erwiesen.

Oberfranken ist Zulieferer-Land. Was kommt auf die Zulieferer zu?

Um ein Beispiel zu nennen: Brose in Coburg liefert unter anderem Fensterheber. Die wird es in Autos auch künftig geben, gleich wie sie motorisiert sind. Zulieferer der traditionellen Antriebstechniken dagegen werden sich radikal umstellen müssen auf neue Geschäftsfelder rund um Smart Mobility und autonome Mobilität.

Oberfranken ist vorne mit dabei?

Oberfranken entwickelt sich, ergänzend zur Technischen Universität in München, immer mehr zu einem Forschungs- und Entwicklungsstandort für Smart Mobility. Hierfür stehen Vorreiter auf ihrem Fachgebiet an der Universität Bayreuth wie Professor Michael Danzer, Inhaber des Lehrstuhls Elektrische Energiesysteme und Professor Gilbert Fridgen, Gründer des Fraunhofer Blockchain Labs und einer der internationalen Vordenker und Pioniere beim Thema Blockchain und Mobilität. Hier sehe ich eine große Chance, die weltweit besten Talente und Arbeitskräfte nach Oberfranken und Bayern zu bringen.

Abschließend: Was muss jetzt passieren, damit Deutschland eine gute Auto-Zukunft hat?

Den Wandel von der Benzinkutsche zur intelligenten, vernetzten und nachhaltigen Mobilität entschlossen durchsetzen. Dazu brauchen wir eine gemeinsame Grundlage für die Zukunft der Mobilität von Menschen, Gütern und Daten. Diese schafft global Orientierung und Verbindlichkeit. Neue Treiber wie Künstliche Intelligenz, Blockchain und Technologien wie autonome Mobilität und 3D-Druck dürfen wir nicht verschlafen. Dazu brauchen wir eine Politik, die den Wandel will, die die Einsicht der Menschen in diesen Wandel überzeugend fördert und vor allem die Akzeptanz und Nutzung unterstützt. Wir haben jetzt die vielleicht letzte Chance, unsere Lebensqualität auf unserem Planeten zu verbessern.

Das Gespräch führte Roland Töpfer

Zur Person

Hans-Peter Kleebinder hat über 20 Jahre Erfahrung im Vertrieb, Marketing und in der Kommunikation bei BMW, Mini und Audi. Seine Ausbildung absolvierte er in München, St. Gallen und London. Im September war er Gastreferent beim Innovativtag der Industrie- und Handelskammer (IHK) für Oberfranken in Bamberg. Nach seinem Einstieg 1993 als Doktorand im Strategie-Projekt Unternehmen Mobilität war er Leiter glo-

bale Produkteinführung des 3er-BMW und baute die BMW Group Zukunftsworkshop auf. Ab 2001 unterstützte er zehn Jahre die Einführung der Marke Mini in Deutschland, zuletzt als Geschäftsführer Mini Deutschland. Ab 2010 war er Chief Marketing Officer bei Audi und baute ab 2013 das Geschäftsfeld Social Media auf. Kleebinder wohnt im Osten von München und arbeitet heute als Vortragredner, Moderator, Dozent und Zukunfts-Scout.

Interview



mit Hans-Peter Kleebinder, Zukunfts-Scout und ehemaliger Automanager

China gibt den Takt vor?

Ob und vor allem wo wir uns den Takt von China vorgeben lassen, liegt an uns. China hat den Vorzug eines riesigen Binnenmarktes. Unser Markt ist die Welt. Das ist unsere Chance, wettbewerbsfähig zu bleiben. Bis jetzt haben die Chinesen von uns viel gelernt und adaptiert, vor allem in den Zukunftsfeldern

Messe Nürnberg steuert auf Rekordkurs

Nürnberg – Die Nürnberger Messe boomt und liegt dank steigender Besucherzahlen in diesem Jahr auf Rekordkurs. „Beim Umsatz kratzen wir gerade an der magischen 300-Millionen-Euro-Schwelle, und auch bei vielen Veranstaltungskennzahlen purzeln 2018 die Rekorde“, sagte der Mitgeschäftsführer der Messgesellschaft, Peter Ottmann, am Donnerstag in Nürnberg. Das wäre laut der vorläufigen Zahlen ein Anstieg um knapp 50 Prozent gemessen am Vorjahr. Mehr als 1,5 Millionen Besucher kamen zu Veranstaltungen, neun Prozent mehr als im Vorjahr. Vor allem mehr internationale Besucher und Aussteller hätten für Schub gesorgt.

2017 erwirtschaftete die Messe Nürnberg 205,5 Millionen Euro Umsatz. Die finalen Geschäftszahlen will das Unternehmen im Juli 2019 veröffentlichen. Auch für das kommende Geschäftsjahr ist das Unter-

nehmen optimistisch – auch wenn internationale Unsicherheiten wie Handelskonflikte wenig hilfreich seien, hieß es. Für 2019 wird ein Umsatz von mehr als 250 Millionen Euro erwartet.

Die Messe Nürnberg zählt nach ei-

„Bei vielen Veranstaltungskennzahlen purzeln die Rekorde.“

Peter Ottmann, Geschäftsführer



genen Angaben zu den 15 größten Messgesellschaften der Welt und betreibt 120 Fachmessen und Kongresse zur Sicherheit, Digitalisierung, „Bio“-Produkte und Spielwaren. Einen ausführlichen Bericht gibt es morgen in unserer Zeitung. dpa/red

Rehau schließt Übernahme ab

Der Kauf der MB Barter & Trading AG ist unter Dach und Fach. Der Polymer-Spezialist wertet die Transaktion als einen bedeutenden Schritt.

Rehau/Muri – Das Familienunternehmen Rehau wird größer. Die Kartellbehörden haben nun die Übernahme der MB Barter & Trading AG (MBT) genehmigt. Das gibt die Rehau Verwaltungszentrale AG, die Holdinggesellschaft der Rehau-Gruppe, bekannt. Bereits im September hatten beide Unternehmen – wie berichtet – die Transaktion öffentlich gemacht.

MB Barter & Trading AG (MBT) ist ein global aufgestelltes Schweizer Familienunternehmen für hochwertige Standard-Polymere, PET sowie Kautschuk. Es agiere mit seinen mehr als 30 Standorten und Logistikstrukturen als zentrale Drehscheibe

für weltweite Beschaffung und Vermarktung, heißt es in einer Mitteilung.

Die einzigartige Kombination aus Rehau Know-how über Materialien, Verfahren und Applikationen und der globalen Trading-, Logistik- und Distributionskompetenz von MBT



Jobst Wagner Dr. Stefan Girschik

schaffe neue Chancen durch erweiterte Geschäftsmodelle. Zusammen könne man Mehrwert durch neue Services, nachhaltiges Wachstum und Innovationen generieren – und vor allem Beziehungen zu Mitarbei-

tern, Kunden und Lieferanten stärken und ausbauen.

In einem unabhängigen Unternehmen vereinen beide Partner den Angaben zufolge ihre Innovationskultur und legen ihren Fokus auf die Bereiche Logistik, Handel und Distribution von technisch hochwertigen Produkten und Lösungen. Der Chef des neuen Unternehmens, Dr. Stefan Girschik, wird in dem Schreiben wie folgt zitiert: „Der erfolgreiche Abschluss dieser Transaktion ist ein wichtiger Meilenstein in der Umsetzung unserer Vision, als führender Anbieter von polymeren Lösungen am Markt zu wachsen.“

Der neue Verwaltungsrat setzt sich aus Jobst Wagner, Präsident des Verwaltungsrats der Rehau-Gruppe, und Thomas Endres, derzeitiger MBT-Verwaltungsratspräsident, zusammen.

Der Rehau-Verband hat seinen Stammsitz in Rehau (Landkreis Hof) und beschäftigt weltweit 20.000 Mitarbeiter. Rehau-Geschäftsfelder sind Bau, Automotive und Industrie. red

Kammer nimmt Politik in die Pflicht

Coburg – Die Industrie- und Handelskammer (IHK) zu Coburg fordert die Politik auf, den Breitbandausbau zu forcieren. „Unsere stark exportabhängigen Unternehmen können im globalen Wettbewerb nur bestehen, wenn sie bei der digitalen Transformation auf flächendeckende, leistungsfähige und skalierbare Glasfasernetze aufsetzen können“, heißt es in einer Mitteilung der Kammer. Deshalb müssten insbesondere Gewerbegebiete und –standorte im IHK-Bezirk Coburg mit diesen Technologien ausgestattet werden. Die Vollversammlung der Kammer hat in ihrer jüngsten Sitzung einstimmig eine Resolution zur „Verbesserung des Breitbandausbaus im Wirtschaftsraum Coburg“ beschlossen. Darin ruft sie die Bundesregierung, die Staatsregierung sowie die Kommunalpolitik auf, die Weichen für den Glasfaserausbau zu stellen. Unter anderem heißt es: Staatliche Förderung müsse dort greifen, wo ein marktgetriebener Ausbau mittelfristig nicht zu erwarten sei. red