

PRESSEINFORMATION

06.01.2023

CES 2023 – Die bedeutendste Technologie-Show der Welt



Nach zweijähriger Pandemie bedingter Sparflamme feiert die Consumer Electronics Show CES vom 05. – 08. Januar in Las Vegas mit namhaften Automobil-Herstellern, wie BMW, Volkswagen und Mercedes wieder ihre Auferstehung. Im Mittelpunkt: Künstliche Intelligenz.

Auf keiner Messe lässt sich der Wandel der Automobilindustrie besser verfolgen, wie auf der Consumer Electronics Show (CES) in Las Vegas. Besonders BMW glänzt in Las Vegas, wenn es darum geht, ein Auto mit viel künstlicher Intelligenz auf den Weg zu bringen. Dabei stellt sich nicht nur bei BMW die Frage, ob Autobauer jetzt zu Software-Herstellern und Digitalschmieden werden? Im Mittelpunkt steht in Las Vegas die Studie iVision Dee von BMW. Er spricht mit seinem Fahrer, wechselt den Lack wie ein Chamäleon und zeigt auf der Show, dass BMW eine Vision hat. Eine Vision von hoch intelligenten, digitalisierten Autos. „Wir wollen die Grenzen zwischen Hard- und Software verwischen“, so der BMW-Vorstandsvorsitzende bei der Messepräsentation des iVision Dee, ein Konzeptfahrzeug, dessen Technologie in Serie gehen soll.

Es ist die große Show, die auch Volkswagen auf der CES sucht. So präsentierte VW-Vorstand Thomas Schäfer den ID., die neueste Entwicklung von Volkswagen. Doch bisher bedeutete das Bauen von E-Autos, bauen von großen Autos. 2021 war weltweit jedes zweite E-Fahrzeug ein SUV. Kleinwagen bleiben unrentabel. „Die Batterie- und Systemkosten für E-Fahrzeuge sind noch sehr hoch“, so Schäfer auf der CES. „Wir arbeiten uns systematisch nach unten, haben mit dem ID3 das kleinste Fahrzeug und arbeiten natürlich intensiv weiter an kleineren Fahrzeugen“.



TEAM FÜR MARKETING-ERFOLGE

Doch die Deutschen sind auf der CES nicht allein, die zeigen wollen, wie die digitale Zukunft aussieht. Auch die Konkurrenz zeigt in Las Vegas, dass sie nicht schläft. Die meisten E-Fahrzeuge verkauft weiterhin mit Abstand Tesla, und die chinesische Marke BYD verdreifacht 2021 weltweit ihren Absatz. So kommen die chinesischen Autohersteller mit Macht, denn sie haben einige Vorteile, was den Elektroantrieb betrifft. Sie haben Zugriff auf alle Rohstoffe, die man braucht, zum Beispiel für die Lithium-Ionen-Batterie. Rohstoffe, die die deutschen Hersteller zum Teil auch aus China erst einkaufen müssen.

Wie Technologie zugänglich gemacht werden kann, zeigt das Beispiel Mercedes. Neben ihrem elektronischen Konzeptauto verkünden sie auf der Messe ein globales Schnell-Lade-Netz, beginnend in N-Amerika mit einer Investition von 500 Millionen Euro bis 2030. So wird es in Zukunft nicht nur um das Auto gehen, sondern um das Gesamtpaket, inklusive Rohstoffe und Batterie-Produktion. „Das sind neue Felder, in die wir uns eingraben müssen“, erklärt Mercedes-Vorstand Markus Schäfer, „wollen wir ganz vorne dabei sein. Dabei sind Themen wie Software, Batterietechnologie, aber auch ein gesamtes Ökosystem für den Kunden, das am Ende das Leben für den Kunden einfacher macht. Da gehört nicht zuletzt auch das Ladenetz dazu“.

Interview mit BMW-Chef Oliver Zipse auf der CES in Las Vegas

Wann wird aus dem Autobauer BMW eine Software-Firma?

Oliver Zipse: Eigentlich sind wir schon heute eine Software-Firma. Wir beschäftigen über 8.000 Mitarbeiter, weltweit im Bereich IT, bezogen auf die Fahrzeug-Software. Wir glauben, dass die Zukunft eines Automobil-Herstellers sich maßgeblich im Feld der Digitalisierung entscheiden wird. Dabei geht es darum, Soft- und Hardware durch künstliche Intelligenz so zu vereinen, dass daraus ein herausragendes Produkterlebnis wird. Es geht auch darum, physisches Fahren mit einem virtuellen Erlebnis so zu verbinden, dass der Fahrer ein völlig neues Fahren erleben wird.

Ist aber eigentlich doch Geld der Hintergrund, da mit Blech und PS nicht mehr genug verdient werden kann. So werden Service und Entertainment immer wichtiger und natürlich auch lukrativer.



TEAM FÜR MARKETING-ERFOLGE

Ja, aber das ist nur ein Teil. Ein Fahrzeug ist immer ein Gesamtkonstrukt, wo es auch ganz stark um Software geht. Allerdings können wir nicht davon ausgehen, dass die Ertragskraft eines Automobilherstellers sich ausschließlich nur mit Software herstellen lässt.

Wem gehören eigentlich die Daten der Autofahrer? Was machen Sie mit den Bewegungsprofilen der Autofahrer?

Da geht es in erster Linie um Privacy. Für uns bei BMW gehören die Daten immer den Fahrzeugbesitzern. Er entscheidet, welche Daten weitergegeben werden können.

BMW hat sein weltweit größtes Werk in den USA. Jetzt lockt Präsident Biden mit gewaltigen Zuschüssen für klimafreundliche Produktionen in den USA. Wird BMW also noch mehr in den USA produzieren und damit sogar Produktion aus Deutschland in die USA verlagern?

BMW ist seit über 25 Jahren in USA, wir haben dort unsere größte Fabrik in Spartanburg in South Carolina und sind gleichzeitig der größte Fahrzeugexporteur Amerikas. Das ist der aktuelle Status Quo. Ich war gerade vor drei Monaten in den USA und habe ein 1,7 Milliarden-Dollar-Investment verkündet. Und das unabhängig davon, was wir jetzt mit dem Inflation-Reduction-Act vor uns haben. Uns ist wichtig, egal was wir tun, dass ein Level-Playing-Field existiert, d.h. dass alle Marktteilnehmer zu gleichen Bedingungen agieren können. Und das gilt insbesondere auch hier in den USA.

Die Biden-Idee ist vielleicht eine Idee, die der deutschen Bundesregierung nicht ganz so toll vorkommen wird. So hat der deutsche Bundeskanzler zu einem Spitzentreffen der Automobilindustrie eingeladen. Erhoffen Sie sich daher mehr staatliche Unterstützung?

Wir begrüßen es zunächst einmal, dass so ein Treffen überhaupt stattfindet. Die Automobilindustrie ist neben der Chemieindustrie die größte volkswirtschaftliche Kraft auf der industriellen Seite in Deutschland. Allerdings muss man sehen, was wir perspektivisch tun, bezüglich Rohstoffabhängigkeiten, bezüglich Wettbewerbsfähigkeit. Auch bezüglich Wettbewerbsvorteile, die die deutsche Automobilindustrie im weltweiten Konzert des Wettbewerbs hat. Darüber müssen wir reden. Zunächst bin ich einfach dankbar, dass wir einen runden Tisch haben, wo wir uns in dieser sehr komplexen Industrie austauschen können.



TEAM FÜR MARKETING-ERFOLGE

Also erwarten Sie mehr staatliche Unterstützung, dass Unternehmen wie das Ihre nicht abwandern.

Ich glaube, dass es erst einmal wichtig ist, über unsere eigene Wettbewerbsfähigkeit nachzudenken. Denn am Ende des Tages entscheiden nur gute Produkte darüber, ob eine Firma überlebensfähig ist. Und Transformation ist keine staatliche Aufgabe. Transformation ist eine Unternehmensaufgabe. Wir haben unser Werk in München transformiert hin zur E-Mobilität. Wir schließen dort ein Motorenwerk und verlieren dabei keine Arbeitsplätze. Eine Abwanderung von Arbeitsplätzen ist bei uns nicht in der Debatte. Wir konzentrieren uns nur auf die Wettbewerbsfähigkeit unserer Produkte. Dabei gilt es natürlich Dinge, die wir nicht beeinflussen können und auf die wir hinweisen müssen. Zum Beispiel Rohstoffabhängigkeit oder Datenzugriff auf Fahrzeuge. Wir haben uns schon immer lautstark für Technologieoffenheit ausgesprochen, das sind Anforderungen an die Rahmenbedingungen. Aber was die Wettbewerbsfähigkeit betrifft, braucht die Automobilindustrie keine staatliche Unterstützung. Das müssen wir schon selber machen.

Das Interview führte Caren Miosga von den Tagesthemen.