



TEAM FÜR MARKETING-ERFOLGE

## Presseinformation

08.10.2013

Treff.punkt.mobil

### Wie stellen wir uns die Mobilität der Zukunft vor?

**Wie stellen wir uns unsere Mobilität von morgen vor? Eine Frage, die eine hochrangig besetzte Diskussionsrunde versuchte zu beantworten. Zur Premiere von treff.punkt.mobil des ADAC Württemberg traf sich das who-is-who der Baden-Württembergischen Automobilindustrie in der Phönixhalle im traditionsreichen Stuttgarter Römerkastell.**

Und es war zu erwarten, dass die Antworten auf diese Frage unterschiedlich ausfallen sollten. Zumal die Diskussionsrunde mit dem baden-württembergischen Minister für Verkehr und Infrastruktur, dem grünen Winfried Hermann, dem Porsche-Forschungsvorstand Wolfgang Hatz, dem Daimler-Forschungsvorstand Dr. Thomas Weber, mit Birgit Priemer aus der auto motor und sport Chefredaktion und dem ADAC Vorstand Dieter Rosskopf sehr bunt besetzt war. Interessant waren ihre Aussagen allemal, spiegelten sie doch in Summe das Machbare zum Thema „Mobilität“ wider. Im Folgenden die Kernthesen der Diskussionsteilnehmer:

**Wolfgang Hatz:** Für uns als Sportwagenhersteller sind Fahrspaß und Fahrperformance auch in Zukunft ganz wichtige Argumente. Mit unserem Panamera S E-Hybrid plug-in und dem neuen Porsche 918 Spyder haben wir gezeigt, wie wir uns



TEAM FÜR MARKETING-ERFOLGE

die Mobilität der Zukunft vorstellen. Sie zeigen, dass auch ein Sportwagen trotz hoher Fahrleistung mit geringsten Emissionen oder sogar emissionsfrei fahren kann.

**Dr. Thomas Weber:** Mobilität ist nicht nur Auto, hat aber unheimlich viel mit Auto zu tun. Können wir das umsetzen, was uns derzeit antreibt, haben wir riesige Chancen. So haben wir die Vision vom emissionsfreien Fahren und sind derzeit dabei unsere Konzepte über eine roadmap auch umzusetzen. Die nächsten, für uns wichtige Visionen, sind die Visionen vom unfallfreien und autonomen Fahren. Also ich freue mich auf diese Zukunft.

**Dieter Roszkopf:** Unsere Vision beim ADAC ist die Vorstellung, dass sich alle unsere Mitglieder über ihre individuelle Mobilität freuen können, wenn die Politik einmal eingesehen hat, dass Mobilität ein menschliches Grundbedürfnis ist. Ob privat, im Beruf oder nur zum Vergnügen. Umweltfreundlich und kostengünstig. Daran wollen wir arbeiten.

**Winfried Hermann:** Ich glaube, dass wir ein gesamtheitliches Bild der Mobilität in der Zukunft haben müssen und die Politik gut beraten ist, alle Verkehrsträger zu betrachten. Politik und Wirtschaft müssen sich den großen Herausforderungen, wie dem Klimawechsel oder dem geografische Wandel annehmen. Bezogen auf das Auto glaube ich, dass wir am Beginn eines ziemlich revolutionären Prozesses stehen, der das Auto sehr stark verändern wird.

**Thomas Weber:** Ich erwarte, dass wir zu einer „Was-muss-man-denn-machen-dass-es-so-kommt“ Diskussion kommen, also weg von der Einstellung alles schwieriger zu machen, weg von der Verbotsdiskussion.

**Dieter Roßkopf:** Für den ADAC ist das dringendste Thema, den Verkehr zu vernetzen. Dafür zu sorgen, dass jeder für seine aktuelle Verkehrsanforderung auch eine passende Lösung findet.



TEAM FÜR MARKETING-ERFOLGE

**Winfried Hermann:** Mobilität hat viele Facetten, für verschiedene Bedarfe gibt es verschiedene Angebote. Unser Ziel muss ganz generell sein, dass Mobilität kein Problem mehr darstellt und dass die großen Entwicklungspotenziale ausgeschöpft werden.

**Birgit Priemer:** Es muss keinen Widerspruch zwischen Vernunft und Fahrspaß geben. Unser Problem ist, dass es viele Elektrokonzepte gibt, die aber auch angenommen werden müssen. Und um das zu erreichen, müssen alle Parteien ganz eng zusammenarbeiten.

**Wolfgang Hatz:** Gerade wir bei Porsche haben die Chance, mit unserem Klientel Technologien einzuführen, die am Massenmarkt eigentlich nicht finanzierbar wären. So sind wir Wegbereiter für neue Technologien. Wichtig ist, dass solche Konzepte keine Verzichtskonzepte sein dürfen. Sie müssen Spaß machen, dann werden sie auch von den Kunden angenommen.

**Winfried Hermann:** Wir müssen neue Wege gehen, wie zum Beispiel beim Car-to-go. So fahren jetzt in Stuttgart 450 smarts durch die Gegend. Das ist auch die Chance, Elektromobilität auszuprobieren, ohne dass sie gleich gekauft werden muss. Ich glaube auf Dauer kann man nur das verkaufen, was weltweit funktioniert.

**Birgit Priemer:** Wir werden Städte mit 20 Millionen Einwohner haben und brauchen dazu neue Ansätze, um die Mobilität zu lösen. Doch glaube ich, dass wir gut unterwegs sind.

**Dieter Roßkopf:** Eine Megacity hat einen ganz anderen Bedarf als unsere heutigen Städte. Es muss ganz individuelle Angebote geben. Die innerstädtischen Anbieter, die Bahn, alle müssen daran arbeiten, Mobilität neu zu schaffen, was dann mit Spaß angenommen wird. Die Frage ist, wie machen wir uns zukunftssicher.

**Thomas Weber:** 2020 werden gerade einmal drei Prozent der Neuzulassungen Elektrofahrzeuge sein. Wir dürfen also nicht zuviel erwarten. Die Aussage „alte



TEAM FÜR MARKETING-ERFOLGE

Technologie der Verbrennungsmotoren“ ist völlig falsch. Wir haben heute total effiziente Verbrennungsmotoren. Auch das Basisauto muss total auf Effizienz getrimmt werden, dazu gehören Luftwiderstand, Rollwiderstand, Down sizing, etc. Unsere Roadmap heißt effiziente Basiskonzepte mit einem Verbrennungsmotor, die Hybridisierung als den zweiten Schritt und dann die neuen Technologie, an denen wir schon heute arbeiten, mit Batterie oder Brennstoffzelle. Ein langer Weg, aber ein Anfang ist gemacht.

(740 Wörter - 5.287 Zeichen)