
Interview Steffen Cost: „Wir sind schon heute eine elektrische Marke“

Von Walther Wuttke, cen

Vor knapp 20 Jahren startete die koreanische Marke Kia auf dem deutschen Markt. Damals standen vor allem preiswerte und technisch einfach konstruierte Modelle im Angebot. Das hat sich inzwischen gründlich geändert. Heute steht die Marke für technisch anspruchsvolle Fahrzeuge und bringt in diesem Jahr den vollelektrischen EV6 auf den Markt. Über die Zukunft des Herstellers sprach das Auto-Medienportal mit Kia-Deutschland-Chef Steffen Cost.

Mit dem EV6 beginnt für Kia eine neue Epoche. Wann ist Kia eine vollelektrische Marke?

„Das ist für uns kein Auftakt, sondern eine Weiterführung unserer Modellpolitik. Wir haben in Deutschland bereits seit 2014 Elektromodelle und seit 2016 auch Plug-in-Hybride im Angebot und waren damit deutlich schneller als die meisten Wettbewerber. Der nächste große Schritt ist der EV6, der vor allem bei der Ladetechnik schon heute über die Technologie der Zukunft verfügt. Der EV6 stößt bei unseren Kunden übrigens auf großes Interesse. Bis jetzt haben wir bereits mehr als 1000 Vorreservierungen. Kia ist also heute schon eine elektrische Marke, allerdings werden wir nicht so schnell eine rein elektrische Marke werden, weil wir glauben, dass es den Verbrennungsmotor noch eine lange Zeit geben wird. Es ist wenig sinnvoll zu sagen, wir setzen nur noch auf Elektro. Schließlich brauchen selbst Plug-in-Modelle immer noch einen Verbrennungsmotor.“

Nach den offiziellen Erklärungen der Politik soll der Verbrennungsmotor in Europa wenigstens im Jahr 2030 Geschichte sein. Da bleibt nicht mehr viel Zeit.

„Wir kennen natürlich diese Diskussionen, und das mag vielleicht auch Realität werden. Darauf sind wir eingestellt, und wir arbeiten an einer vollelektrischen Palette, die keine Wünsche offenlässt. Da sind wir weiter als viele unserer Wettbewerber. Aber weltweit – und Kia ist nun einmal ein global agierender Konzern – wird es weiter Fahrzeuge mit Verbrennungsmotoren geben. Darüber hinaus sind wir auch in der Lage, mit Wasserstoff zu arbeiten und die Brennstoffzelle als Antrieb anzubieten. Daher sind wir unabhängig davon, was kommt, gut aufgestellt.“

Es wird also bei Kia über ein Brennstoffzellenmodell nachgedacht?

„Denkbar ist das schon, aber das hängt vor allem von der Infrastruktur ab. Wir werden kein Modell in Deutschland einführen, so lange die Infrastruktur nicht vorhanden ist. Die 100 Wasserstofftankstellen sind einfach nicht ausreichend. Wir haben aber die Technik im Konzern und können sie bei Bedarf sehr schnell einsetzen. Wasserstoff sollte auf jeden Fall ein Teil der zukünftigen Mobilität werden. Ich glaube nicht, dass wir allein mit batterieelektrischen Fahrzeugen die Mobilitätsbedürfnisse der Menschen erfüllen werden. Vor allem beim Schwerlastverkehr ist es wohl wenig sinnvoll, einen 35-Tonner zusätzlich mit Batterien zu belasten. Wenn wir eine Wasserstoff-Infrastruktur wirklich aufbauen wollen, müssen wir nur bereit sein, entsprechend zu investieren. Dann hätten wir innerhalb von zwei Jahren eine ausreichende Anzahl von Tankstellen. Die batterieelektrische Elektromobilität allein wird nicht die Lösung sein. Wir sollten deshalb nicht nur auf ein Pferd setzen.“

Nicht nur die Elektromobilität bringt eine Neuorientierung für die Industrie, auch das veränderte Verhalten der Kundschaft zwingt zu einem neuen Denken. Wie reagiert Kia darauf?

„Wir stehen aktuell in der gesamten Branche vor einer Vielzahl großer Herausforderungen. Allen voran der Wechsel der Antriebstechnologie. Außerdem ändert

sich gerade das Mobilitätsverhalten der Kunden. Eine wachsende Zahl tendiert zum Kauf von Mobilität. Auf diesen Wechsel müssen wir vorbereitet sein und haben daher unseren Plan S entwickelt. Das S steht für Shift oder Wechsel vom Automobilhersteller zum Mobilitätsanbieter, der auf zwei Säulen steht. Zum einen wollen wir unsere führende Rolle bei den alternativen Antrieben weiter ausbauen. Die zweite Säule ist das Mobilitätsangebot. In Deutschland denken wir zum Beispiel über Carsharing- und oder Abo-Modelle nach.“

Welche Rolle wird bei diesen Plänen das autonome Fahren einnehmen?

„Bisher ist Carsharing für die meisten Anbieter nicht profitabel, weil man viele Fahrzeuge benötigt, um den Bedarf zu decken, wenn die Autos keinen festen Standort haben, sondern überall in der Stadt abgestellt werden können. Mit dem autonomen Fahren lässt sich mit einer relativ kleinen Flotte eine Stadt vollständig abdecken, und so kann der Anbieter rentabel arbeiten. Wenn die Technik so weit ist, könnte man einen EV6 ordern, und das Fahrzeug käme dann selbstständig zu einem verabredeten Standort. Doch das ist noch Zukunftsmusik, und niemand weiß, wann die Technik so weit sein wird.“

Welche Rolle wird der Online-Vertrieb in Zukunft bei Kia spielen?

„Der Online-Vertrieb wird in Zukunft kommen, wir sehen aber noch nicht, dass dieser Kanal aktuell einen riesigen Anteil einnimmt. Um vorbereitet zu sein und Erfahrungen zu sammeln, haben wir eine Online-Vertriebsstrecke und jetzt auch einen Online-Showroom in unserem Trainingszentrum aufgebaut, der von den Kunden sehr gut angenommen wird. Gerade im Bereich der alternativen Antriebe können wir jenen, die an dieser Technik interessiert sind, eine besonders ausführliche Beratung liefern.“

Wo wird Kia in fünf Jahren stehen, und hat der Diesel bei Kia noch eine Zukunft?

„In fünf Jahren werden wir in Deutschland 100.000 Autos verkaufen und einen hohen Anteil alternativer Antriebe haben, der bei den vollelektrischen Modellen bei 25 bis 30 Prozent liegen wird. Wir entwickeln Dieselantriebe weiter, weil die Technik weltweit noch eine Rolle spielen wird. Wir werden deshalb den Diesel nicht frühzeitig aufgeben und auch in Deutschland weiter anbieten. Außerdem ist unser globales Diesel-Kompetenzzentrum in Rüsselsheim.“ (ampnetww)

Bilder zum Artikel



Steffen Cost.

Foto: Auto-Medienportal.Net/Kia



Steffen Cost.

Foto: Auto-Medienportal.Net/Kia
