

## Detroit 2013: Die deutschen Hersteller dominieren das Bild

Von Tim Westermann

**„Die deutschen Hersteller dominieren das Bild auf der North American Auto Show (NAIAS) in Detroit“, verkündet das US-Frühstücksfernsehen heute, am Montagmorgen. Das entspricht zwar den Erfahrungen in den vergangenen Jahren, und doch ist es erstaunlich; denn die US-amerikanischen Automobilhersteller – zumindest General Motors und Chrysler – sind ist dank Geld von Regierung noch im Geschäft, und diese Geschäfte laufen recht gut: Der US-Markt macht immerhin schon wieder rund 15 Millionen Stück aus nach 17 Millionen in 2007. Da könnte man doch auch mal dominieren.**

Die Ausstellungsflächen in der Cobo Hall geben ein deutliches Abbild der Lage des wichtigen Automobilmarktes USA. Die Amerikaner versuchen eher, mit Masse zu überzeugen, erheben aber mehr als in der Vergangenheit den Anspruch, auch bei Design, Ausstattung und Technik mithalten zu können.

Doch auch Volkswagen wiederholte in Detroit seinen Anspruch gegenzuhalten und auch in den USA zu wachsen: Wer weltweit die Nummer eins werden will, muss auf einem wichtigen Markt wie den USA Volumen haben. Im Jahr 2012 wollen wir hier eine halbe Millionen Fahrzeuge verkaufen“, formulierte Konzernchef Martin Winterkorn vor genau einem Jahr knapp. Er war damals zu bescheiden; denn der Absatz wuchs auf fast 600 000 Fahrzeuge.

Volkswagen hat sein US-Geschäft in den vergangenen Jahren nachhaltig ausgebaut und im Mai 2011 mit dem Produktionsstart des neuen Werkes in Chattanooga gekrönt. Hier läuft der US-Passat vom Band. Er setzt Toyotas Camry unter Druck und steht für „German Engineering“, ein wichtiges Kaufargument für amerikanische Kunden.

In Zeiten von Umweltdiskussionen und hohen Kraftstoffpreisen zeigt Europas größter Automobilhersteller passende Modelle und Technologien in Detroit. So auch den Jetta Hybrid. Diese umweltschonende Limousine ist für viele Kunden in Nordamerika interessant. Denn zum einen haben Limousinen in den USA die SUV als beliebteste

Fahrzeuge abgelöst. Zum anderen stehen Themen wie Benzinverbrauch und emissionsarmes Autofahren mehr denn je im Mittelpunkt des Interesses.

Einzig im kompakten SUV-Bereich ist Volkswagen in den USA noch zu wenig aktiv. Volkswagen erhofft sich daher den Erfolg für einen Mid Size SUV. Entwicklungschef Ulrich Hackenberg enthüllte den „Cross Blue“ auf dem Messestand in der Cobo Hall. „Mit dieser Studie wollen wir die Reaktionen des Publikums testen“, erklärt Hackenberg. Sollte dieses Modell tatsächlich gebaut werden „dann in einem Dollar-Markt“, gab Konzernchef Winterkorn zu Protokoll. Groß, funktional und dennoch nicht überdimensioniert - die Volkswagen-Designer unter Klaus Bischoff haben dieser Studie mit ihren markanten Linien ein bulliges Äußeres verliehen. Der mögliche Verbrauch: „2,64 Liter auf 100 Kilometer“, bestätigt Volkswagens Entwicklungschef Ulrich Hackenberg.

Die US-Hersteller scheinen den radikalen Wandel im Automobilgeschäft dieses Mal nicht verschlafen zu wollen. Die Big Three – wie die US-Hersteller General Motors, Chrysler und Ford genannt werden – kämpfen darum, wieder den Ton anzugeben. Alle zeigen kompakte Autos, die wie die Ford Modelle Focus und Fiesta zum Teil in Europa entstanden sind. Aber Pick-ups, Big-Block-Motoren verlieren zumindest an den Küsten und in den Großstädten bei der Kundschaft an Boden. Kompaktautos und Limousinen liegen dort mehr im Trend.

In diesem Terrain sind Marken wie Volkswagen zuhause. Nicht zuletzt auch wegen des neuen Werkes in Chattanooga im Bundesstaat Tennessee. Durch die Investitionen dort erlebt der „Volunteer-State“ Tennessee derzeit einen Boom wie nie zuvor. Mehr als 3000 Arbeitsplätze sind dort durch Volkswagen entstanden. In der Zulieferindustrie gar noch mehr.

Ein Tag im Lärm und Lichterglanz der North American Auto-Show im Cobo-Center von Detroit reichen, sich ein Bild vom Angebot der Automobilindustrie an Produkten und Ideen in diesem Markt zu machen. Doch wer die Stadt erleben will, muss dafür mehr aufwenden als ein paar Stunden am Rand der Messe. Es gibt sie immer noch, die zerklüftete Ruinenlandschaft aus zwei Automobilkrisen und einem Aufstand. Die Holzhäuser der Arbeitersiedlungen aus den goldenen 30-er Jahren faulen mit eingedrückten Dächern vor sich hin. Verwilderte Vorgärten, ausgebrannte Garagen, und aus vielen Fenstern flattern zerfetzte Gardinen. Wildtiere erobern die Stadt zurück, wie die "Detroit Free Press" berichtet.

Es gibt aber auch das neue Detroit, die rasche Veränderung von Jahr zu Jahr und den

unglaublichen Optimismus der Bürger von Detroit, die an die Zukunft ihrer Stadt glauben. Es wird noch Jahre dauern, bis die Wunden der Vergangenheit geheilt sind. Aber an vielen Ecken von Detroit erkennt man den Wandel. So, wie die Stadt mit dem Erfolg der Automobilindustrie auf Gedeih und Verderb verbunden ist, geht es jetzt mal wieder aufwärts.

Detroits Vergangenheit schimmert immer noch deutlich glorreicher als die Gegenwart. Die Stadt wurde 1701 vom französischen Kapitän Antoine Cadillac als Fort gegen die Huronen-Indianer gegründet und erlebte nach 1900 die Wucht der Industrialisierung. Motorbarone wie Henry Ford, Studebaker, Hudson oder auch die Dodge-Brüder ließen gigantische Automobilfabriken bauen. Oldsmobile, Buick, Packard, Pontiac, Chevrolet, Cadillac – alles Autos aus Detroit. Einige dieser Marken stehen heute mit dem Rücken zur Wand, kämpfen ums Überleben oder sind schon tot.

Volkswagen sieht sich stark genug für den wichtigen US-Markt und auch global gewappnet. „Dabei gehen wir davon aus, dass das Wachstum weiter außerhalb Europas stattfinden wird“, erläutert Christian Klingler, Vorstand für Vertrieb und Marketing in Detroit am Rand der Autoshow. „Aber wir dürfen nicht übermütig werden. 2013 wird ein entscheidendes Jahr“, mahnt Konzernchef Winterkorn und verbreitet gleichzeitig Zuversicht: „Wir sind nicht unzuversichtlich und bauen derzeit keine Kapazitäten ab. Volkswagen ist den Herausforderungen gewachsen.“ (ampnet/tw)

Bilder zum Artikel:



Volkswagen auf der Detroit Motorshow: Entwicklungschef Hackenberg mit dem VW Cross Coupé und der SUV-Studie Cross Blue.



Volkswagen auf der Detroit Motorshow.  
Volkswagen auf der Detroit Motorshow.

