
Jeep-Chef Antonio Filosa: „Die Auto-Welt ist in Norden und Süden geteilt.“

Von Walther Wuttke

Seit der Gründung 1941 ist Jeep vor allem für seine Eigenschaften im Gelände berühmt. In Europa verkaufte die Marke im vergangenen Jahr 130.000 Fahrzeuge. Die Marke sieht sich aktuell im Umbruch und bereitet sich auf eine elektrische Zukunft vor. Im Jahr 2030, so Jeep-Chef Antonio Filosa, plant das Unternehmen, nur noch vollelektrische Modelle anzubieten. Allerdings sieht der aus Neapel stammende Ingenieur durchaus strategische Unterschiede, wenn es um den globalen Absatz der E-Modelle geht.

„Die automobilen Welt ist in den Norden und Süden aufgeteilt. Während der Norden die Elektrifizierung vorantreibt, handelt der Süden anders. In Brasilien zum Beispiel spielt Ethanol die Hauptrolle. Andere Länder beginnen mit Regulierungen, die verschiedene Energieträger zulassen. Und dann sehen wir, dass die ursprüngliche Orientierung in Europa in Zweifel gezogen wird. Wir bleiben bei unserem Ziel, doch wenn die politische Führung neu entscheidet, können wir uns sehr schnell anpassen.“ Die beiden nächsten neuen Jeep-Modelle Wagoneer S und Recon werden bereits als batterieelektrische Geländegänger mit Allradantrieb auf den Markt rollen. (aum)

Bilder zum Artikel



Jeep-Chef Antonio Filosa.

Foto: Autoren-Union Mobilität/Stellantis
