



Dieter Zetsche

Geboren am 5. Mai 1953 in Istanbul, aufgewachsen in Oberursel bei Frankfurt. Studium der Elektrotechnik an der Universität Karlsruhe. 1976 Einstieg bei der Daimler-Benz AG. 1982 Promotion zum Dr. Ing. 1987 Leiter des Entwicklungsbereichs bei Mercedes-Benz do Brasil. 1991 Wechsel zur kriselnden Freightliner Corp. in Portland, USA. 1992 stellv. Vorstandsmitglied der Mercedes-Benz AG. 1995 Vorstand und Vertriebschef bei Mercedes-Benz. 2000 Führung und Sanierung der fusionierten Chrysler Corporation in USA. Seit 2006 Vorstandsvorsitzender des Gesamtkonzerns, der sich seit 2007 wieder Daimler AG nennt.

Dr. Dieter Zetsche

Vorstandsvorsitzender der Daimler AG und Leiter Mercedes-Benz Cars

„Das zweite Jahrhundert des Automobils“

In my 30 years with Daimler I've had the pleasure of meeting people from Finland time and again. Quite a few of them won racing awards. Some of them became shining world champions – even though Kimi did it in the wrong car. But all of them were and are great guys. I feel privileged to meet the head of state today. Madame President, it's an honour.

Natürlich ist es auch eine Ehre, im Übersee-Club zu sprechen, noch dazu am Übersee-Tag. Allein die Liste Ihrer früheren Redner, Herr Dr. von Foerster, liest sich wie das reinste „Who is Who“. Die Palette ist breit, sie reicht von Jassir Arafat bis Joseph Ratzinger. In dieser welt-offenen Hansestadt ging scheinbar Unvereinbares also immer schon zusammen, lange vor Verwirklichung der schwarz-grünen Koalition.

Es gibt dementsprechend wenige Themen, die in den hier gehaltenen Reden nicht schon behandelt wurden. Eines davon ist allerdings das Thema Automobil. Ich bedanke mich ganz herzlich für die Gelegenheit, das heute Abend zu ändern. Zwei Aussagen sind mir besonders wichtig. Erstens möchte ich in Erinnerung bringen, warum man das 20. Jahrhundert mit vollem Recht als Jahrhundert des Automobils bezeichnet hat, und zweitens werde ich Ihnen darlegen, warum die besten Tage des Autos noch kommen. Das zweite Jahrhundert des Automobils hat gerade begonnen. Das ist kein Marketingslogan, sondern eine belegbare Tatsache.

Blicken wir aber zunächst zurück zu den Anfängen. Bis heute behauptet der Automobile Club de France, dass der Erfinder des Autos ein Franzose namens Nicolas Gugnot gewesen sei. Ob man Gugnots dampfgetriebenes Ungetüm allerdings als Auto bezeichnen kann, lässt sich zumindest bezweifeln. Sicher ist nur, dass es den ersten Autounfall verursachte. 1771 rammte Gugnot eine Pariser Mauer. Der Erfinder überlebte seine Erfindung nicht.

Ein gutes Jahrhundert später erhielt ein weiterer Franzose das Patent auf den ersten benzinbetriebenen Motorwagen. Er war dem Auto schon deutlich näher, aber leider explodierte der Prototyp kurz nach der Fertigstellung. Der Erfinder konnte sich retten, konzentrierte sich danach aber ganz auf die Austernzucht.

Gottlieb Daimler und Carl Benz mussten ebenfalls diverse Rückschläge hinnehmen. Aber sie ließen nicht locker. Und der Erfolg gab ihnen recht. 1886 entwickelten sie, unabhängig voneinander, die ersten Autos, die auch tatsächlich fuhren. Das war nicht alles. Hinzu kamen der Omnibus, der Lkw, das Motorrad und sogar das Motorboot – in Hamburg ja besonders wichtig. Manche sagen im Scherz: Die beiden hätten am liebsten alles motorisiert, was nicht bei drei auf den Bäumen war.

Den Mumm für eine längere Fahrt hatte interessanterweise aber erst eine Frau, genauer gesagt: Carl Benz' Gattin Bertha. 106 km fuhr sie mit ihren beiden Söhnen von Mannheim nach Pforzheim. Unfallfrei. Das war im August 1888. Doch dauerte es noch geraume Zeit, bis die verbreitete Autoskepsis überwunden war. Denn viele Europäer sahen in Neuerungen schon damals eher Risiken als Chancen. Die Begeisterung für das Auto hielt sich entsprechend in Grenzen. Zu laut, zu schnell, zu gefährlich, lauteten die gängigen Vorurteile.

Besonders vielsagend ist ein Zitat Kaiser Wilhelms II: „Ich glaube an das Pferd. Das Automobil ist eine vorübergehende Erscheinung.“ Spätestens da dürfte das Schicksal der deutschen Monarchie besiegelt gewesen sein ...

So kam es, dass bereits die Anfänge des Autos ein Muster zeigen, das sich später bei diversen Innovationen wiederholen sollte: Erfunden haben es die Europäer, zur breitenwirksamen Vermarktung kam es aber zuerst in Amerika oder anderswo. Der Weg von der patentierten Idee zum ersten Automobil im Jahrhundert führte jedenfalls über die Fließbandproduktion. Sie machte das Auto für breite Käuferschichten erschwinglich und die individuelle Massenmotorisierung zum beherrschenden Trend. Ein Ford Modell T, auch unter dem Spitznamen Tin Lizzy bekannt, kostete 1914 ganze 370 \$. Das waren umgerechnet rund 1.400 Mark. Zum Vergleich: Der günstigste Mercedes war nicht unter 5.000 Mark zu haben. Parallelen zur Gegenwart sind bereits hier mit Händen zu greifen. Die neue Tin Lizzy könnte der neue Tata Nano werden. Angeblich soll er in diesem Herbst auf den Markt kommen und ganze 1.700 € kosten. Vielleicht wird es auch ein anderes Billigmodell sein. Natürlich wird ein solches Auto nicht mehr in Amerika oder Europa gebaut werden, sondern in Indien oder China. Aber die Wirkung auf die soziale und ökonomische Entwicklung dieser Länder wird eine ähnliche sein. Das Auto wird Wachstum und Wohlstand beflügeln. Es steht für die Emanzipation von der dörflichen Enge, für den Blick über den Tellerrand, für mehr Möglichkeiten bei der Wahl des Wohnorts, des Arbeitsplatzes, der Freizeitgestaltung und, und, und ... Manche bezeichnen das Auto deshalb als „Kapitalismus auf Rädern“. Das ist als Kompliment gemeint. Trotzdem sollte man ausdrücklich hinzufügen: Das Auto bedeutet auch mehr persönliche Freiheit. Es gibt dazu eine schöne Formulierung aus einem Brief, den eine amerikanische Farmerin 1918 an Henry Ford geschrieben hat: „Ihr Auto hat uns aus dem Dreck geholt. Es brachte Freude in unser Leben. Wir lieben jedes Rattern unter seiner Haube.“ Ich finde diese Sätze besonders sympathisch. Sie bringen auf den Punkt, wie sehr das Auto vielen Menschen aus schwierigen, bis dahin unüberwindlichen Verhältnissen geholfen und ihre Entwicklungschancen vergrößert hat.

Gerade diesen emanzipatorischen Aspekt sollte man auch im Blick auf die Gesellschaften der Emerging Markets nie unterschätzen. Automobilisierung ist immer auch ein Stück Demokratisierung. Kein Wunder also, dass sich die „Tin Lizzy“ bis 1927 mehr als 15 Millionen Mal verkauft hat. Noch 45 Jahre nach Produktionsende war der Wagen das meistverkaufte Auto der Welt. Diesen Platz hat ihm erst 1972 der Käfer streitig gemacht.

Und heute? Heute ist der Automobilsektor in vielerlei Hinsicht das Rückgrat der Weltwirtschaft. Über 50 Millionen Arbeitsplätze hängen weltweit am Auto. Über 430 Milliarden Euro an Steuern hat unsere Industrie 2006 global generiert. Über 80 Milliarden Euro investieren wir Jahr für Jahr in Forschung und Entwicklung, mehr als jeder andere Industriezweig. Man könnte noch viele solcher Zahlen nennen. Sie alle belegen die ökonomische Ausnahmestellung des Automobils, gehören gewissermaßen zur rationalen Ebene.

Klar ist aber auch: Wo Menschen im Spiel sind, geht es selten nur ums Rationale. Es geht auch um Emotionen, um Wünsche, um Träume, gerade beim Auto. Machen Sie die Probe aufs Exempel, meine Damen und Herren: Wie war das mit Ihrem ersten Auto? Mein erstes war ein Käfer, grau melierte Polster, 34 PS, luftgekühlt. Ich war so was von stolz! Mit einem Mal war ich unabhängig von Busfahrplänen und von den Eltern – und ich war ganz sicher kein Einzelfall. Wer hat schon mit 18 eine eigene Immobilie? Umso wichtiger wird die eigene Mobilität.

Gerade das Auto verbindet Öffentlichkeit und Privatsphäre wie kein anderes Verkehrsmittel. Man ist gleichzeitig mitten im Getümmel und bleibt doch in seinen eigenen vier Wänden. Das macht das Auto zum legitimen Ort ungenierter Gefühlsausbrüche. Manchmal ruft es sie überhaupt erst hervor. Denken Sie an die Flüche, die Ihr eigenes Auto schon mit anhören musste. Denken Sie aber auch an die Lieder, die Sie im Auto gesungen, gesummt oder vielleicht auch gepfiffen haben. Erst vorletzte Woche war in einem Hamburger Nachrichtenmagazin zu lesen: „72 % aller Deutschen singen regelmäßig beim Autofahren.“ Ich selbst komme leider nicht mehr oft dazu. Mein Fahrer hat es mir verboten. Aber Sie wissen, was ich meine.

Wer genau hinsieht, wird feststellen: Das Auto beeinflusst mehr Lebensbereiche, als man sich auf Anhieb klarmacht. Auch die mit Autos verbundenen Markenwelten sind ein fester Bestandteil unserer Alltagskultur. So kommt etwa die Marke mit dem Stern nach Recherchen des britischen Journalisten Leslie Butterfield in rund 300 Popsongs vor. Das beginnt mit Janis Joplin's legendärem „Oh Lord, won't you buy me a Mercedes Benz“, und es geht bis zum Hamburger Hip-Hop-Musiker Jan Delay, dessen letzte Hit-CD unter dem Titel „Mercedes Benz“ im Herbst 2006 die deutschen Charts eroberte. Natürlich ist das nur eine Randnotiz. Aber aufschlussreich ist sie schon, vor allem, wenn man weiß, dass Jaguar nur siebenmal und BMW nur viermal vorkommen.

In jedem Fall steht fest: Was als Transportmittel erfunden wurde, ist im ersten Jahrhundert des Automobils zum Kulturgut geworden, manchmal sogar zum Kultobjekt. Das Stichwort Statussymbol gehört ebenfalls in diesen Zusammenhang. Und das wird sich im zweiten Jahrhundert des Automobils nicht ändern. Im Gegenteil. Die Gesellschaften in den Emerging Markets sind bevölkerungsreich und jung. Ihre Wirtschaft wächst dynamisch – und mit ihr der Wunsch nach selbstbestimmter Mobilität. In China werden monatlich 5.000 km Straßen gebaut. In Peking werden täglich 1.000 Autos neu zugelassen. Das Land ist voller sozialer Aufsteiger, Menschen mit einem starken Bedürfnis nach sichtbarer Differenzierung. Die Wahl der Automarke ist ein gern genutztes Mittel dazu.

Es ist also gut, wenn bereits heute drei von vier weltweit zugelassenen Prämienmodellen in der oberen Mittelklasse deutsche Markenzeichen tragen. In der Oberklasse sind es sogar vier von fünf. Das spricht für das Image von „German Engineering“ und ist ganz eindeutig ein Pfund, mit dem wir wuchern können. Nehmen Sie beispielhaft die Marke Mercedes-Benz, die traditionsreichste Automobilmarke überhaupt, die wertvollste Premium-Marke der Welt und einer aktuellen Studie zufolge auch nach wie vor die begehrteste Automobilmarke in Deutschland – ich hoffe, auch in Hamburg.

Wir haben 2007 in Indien um 17 % zugelegt, in Russland um 61 %, in China um 64 %. Das klingt gut, auch wenn der weltweite Anteil der Emerging Markets insgesamt erst ein Fünftel unserer Verkäufe ausmacht. Dabei gibt es in China nach offiziellen Angaben schon über 300.000 Dollarmillionäre. Und die haben noch längst nicht alle eine S-Klasse. Insgesamt läuft die nachholende Automobilisierung der sogenannten Schwellenländer auf Hochtouren. Sie sind der entscheidende Grund dafür, dass der weltweite Automobilbestand heute fünfmal schneller wächst als die Weltbevölkerung.

Es hat gut 100 Jahre gedauert, um den heutigen Bestand von weltweit 800 Millionen Fahrzeugen zu erreichen. Es wird aber kaum 30 Jahre brauchen, diesen Bestand mindestens zu verdoppeln. Bis zum Jahr 2050 erscheint sogar eine annähernde Verdreifachung denkbar. Das ist die Faktenbasis, auf deren Grundlage ich anfangs sagte, das zweite Jahr-

hundert des Automobils ist kein Slogan, sondern eine Tatsache. Die Frage ist nicht, ob dieses Jahrhundert vom Automobil geprägt sein wird, die Frage ist wie.

Und hier kommen wir nun zu einem zentralen Punkt, meine Damen und Herren, denn möglicherweise oder sogar wahrscheinlich fragen Sie sich bereits: Was bedeutet das alles für unsere Umwelt? Natürlich kann und will niemand den Schwellenländern ihr Recht auf Mobilität absprechen. Aber klar ist trotzdem, dass sich unsere Klimaprobleme verschärfen würden, wenn die Emerging Markets beim heutigen Stand der Technik eine ähnliche Automobilisierungsquote hätten wie wir.

Um Missverständnisse zu vermeiden: 90 % der weltweiten CO₂-Emissionen aus Verbrennungsprozessen gehen schon heute nicht vom Pkw aus, auch wenn die politische Debatte manchmal einen anderen, also falschen Eindruck vermittelt. Selbst in Bezug auf die 10 %, die durch Pkws verursacht werden, liegt ein beträchtlicher Teil außerhalb dessen, was wir als Automobilindustrie durch fahrzeugseitige Maßnahmen beeinflussen können. Genauso klar sage ich aber: Wir als Automobilindustrie sind ebenfalls am Zug – und Daimler nimmt diese Herausforderung ausdrücklich an. Wir haben das Automobil erfunden; wir werden alles daransetzen, auch seine Zukunft sauber und sicher zu machen.

Konkret setzen wir uns beispielsweise das Ziel, in allen Mercedes-Benz Kernbaureihen mit mindestens einem Modell jeweils in puncto Verbrauch und Emission weltweit führend zu sein. Bereits im nächsten Jahr bringen wir den S 400 HYBRID auf den Markt, die sparsamste Luxuslimousine der Welt. Der Verbrauch wird bei 7,9 l auf 100 km liegen – ohne Abstriche bei Themen wie Sicherheit, Fahrspaß oder Komfort. Im Jahr darauf folgt unser E 300 Diesel Hybrid mit sage und schreibe 5,2 l pro 100 km.

Das zeigt, der Verbrennungsmotor hat noch lange nicht ausgedient. Trotzdem ist klar: Je knapper das Öl und je drängender das Klimaproblem, desto wichtiger werden die Alternativen. Wir arbeiten dementsprechend intensiv an der Entwicklung innovativer Antriebstechnologien für emissionsfreies Fahren mit Batterie oder Brennstoffzelle.

Gerade beim Thema Batterie haben wir in diesem Frühjahr einen wichtigen Schritt nach vorn gemacht. Sie alle kennen Lithium-Ionen-Batterien aus Ihren Handys, Laptops oder Kameras. Es gab bisher aber immer ein Problem. Für die sehr viel höheren Anforderungen im Auto war die Technologie nicht geeignet. Genau das haben unsere Mercedes-Ingenieure jetzt gelöst. Der Energiespeicher arbeitet durch die Integration in den Kühlkreislauf des Fahrzeugs nun immer bei optimalen Systemtemperaturen. Das maximiert seine Leistung, erhöht die Lebensdauer und macht diese hochleistungsfähige Technologie auch im Auto einsetzbar. Im nächsten Jahr werden wir das erste Produkt weltweit mit dieser Technologie im Markt einführen. Diese Forschungsleistung haben wir mit 25 Patenten geschützt.

Ist die Zukunft des Automobils also elektrisch? Ganz so leicht ist es leider nicht. Für längere Strecken beispielsweise sind batterieelektrische Fahrzeuge ungeeignet. Offen ist auch, wie oft, wie lange und mit welchem Aufwand die Batterien wiederaufgeladen werden müssen, ob genügend Ladestationen verfügbar sind und wie umweltfreundlich der zusätzlich benötigte Strom erzeugt wird.

Sachgerechter als pauschale Elektroeuphorie ist deshalb ein differenziertes Plädoyer. Im Stadtverkehr und auf sonstigen Kurzstrecken werden elektrische Antriebe ein zunehmend wichtiger Faktor sein, erst recht, wenn clevere Dienstleistungen hinzukommen, zum Beispiel die Vermietung von Stadtparkplätzen mit Steckdosen. Für das emissionsfreie Fahren im Überlandverkehr bieten sich Elektroautos mit Brennstoffzelle

an. Der dafür notwendige Wasserstoff ist das häufigste Element im Universum. Bei Mercedes-Benz werden wir bereits ab 2010 die nächste Brennstoffzellengeneration mit deutlich verbesserten Eigenschaften in unserer B-Klasse als Kleinserie anbieten. Ungewiss ist allerdings auch hier, wie schnell und wie flächendeckend eine Versorgung mit Wasserstofftankstellen sichergestellt und der Wasserstoff regenerativ erzeugt werden kann. Die Antwort darauf gibt nicht die Automobilindustrie. Trotzdem steht für Daimler fest: Was wir tun können, werden wir tun.

Im Jahr 2007 haben wir 4,1 Milliarden Euro in Forschung und Entwicklung gesteckt. In den nächsten Jahren werden wir dieses Budget noch einmal deutlich aufstocken und bis 2010 rund 14 Milliarden Euro in Forschung und Entwicklung investieren. Damit unterstreichen wir: Wir wollen der Motor für nachhaltige Mobilität sein. Das ist eines unserer wichtigsten Ziele überhaupt. Nehmen Sie mich beim Wort.

Von der Politik erwarten wir im Gegenzug Rahmenbedingungen, die uns bei der Erreichung dieser Ziele unterstützen. Was heißt das konkret? Zum Beispiel bessere Harmonisierung gesetzlicher Vorschriften. Heute gibt es in den USA, Europa und Japan drei verschiedene Standards, um die Verbrauchseffizienz eines Autos zu beurteilen. Innerhalb der USA sind die Regelungen von Bundesstaat zu Bundesstaat noch einmal verschieden. Im Zweifel will jeder dem Wähler beweisen, noch energischer gegen den drohenden Klimawandel vorzugehen. Das Problem ist nur: Gut gemeint ist manchmal das Gegenteil von gut.

Der paradoxe Effekt allzu vieler verschiedener Regeln ist, dass Neufahrzeuge verschiedene Testzyklen durchlaufen und verschiedene Grenzwerte einhalten müssen. Das verhindert ihre Markteinführung im schlechtesten Fall, verteuert sie im wahrscheinlichen Fall und verzögert sie in jedem Fall. Vermeidbare Verzögerungen sollten wir uns aber nicht leisten. Dafür ist der Einsatz zu hoch. Wenn alle Beteiligten zusammenarbeiten, Politik, Mineralölindustrie, Automobilindustrie und Autofahrer, habe ich nicht den geringsten Zweifel, dass wir die weltweite Automobilisierung umweltfreundlich gestalten werden.

Mein Fazit ist dementsprechend optimistisch. So wie das Auto im 20. Jahrhundert Europa und Nordamerika erobert hat, setzt es seinen Triumphzug heute in China, Indien, Russland und anderen Schwellenländern fort. Auch dort wird es dazu beitragen, Menschen „aus dem Dreck“ zu holen. Auch dort wird es ein Motor der sozialen und wirtschaftlichen Entwicklung sein. Auch dort hat es alle Chancen, ein im besten Sinne emotionales Kulturgut zu werden. Was sich ändern wird, sind die Antriebstechnologien. Am Ende werden wir emissionsfrei fahren.

Leonardo da Vinci war seiner Zeit in mancherlei Hinsicht weit voraus. Das gilt auch für seinen bemerkenswerten Ratschlag: „Binde deinen Karren an einen Stern.“ Wie Sie wissen, hat unser Unternehmen das wörtlich genommen. Zum ersten Jahrhundert des Automobils haben wir einiges beigetragen. Ich verspreche Ihnen, für das zweite haben wir uns mindestens genauso viel vorgenommen.

Herzlichen Dank! ■