

Automessen im Wandel

Die Autoschau in Detroit zeigt einmal mehr: Hersteller setzen immer weniger auf klassische Messen, bevorzugen eigene Events und Alternativen wie die CES.

••• Von Jürgen Zacharias

DETROIT/LAS VEGAS. Es ist noch gar nicht so lang her, da fieberten Medien, Öffentlichkeit und Hersteller gespannt der Eröffnung den großen Automobilmessen in Genf, Paris oder Detroit entgegen. Dort gab es absolute Weltneuheiten zu bestaunen, nur wenige davon waren im Vorfeld bekannt gegeben oder gar zu sehen gewesen. Heute ist das Interesse des Publikums an diesen Veranstaltungen immer noch groß – viele Highlights konnten zuvor allerdings schon im Netz bestaunt werden oder gar bei Eigenveranstaltungen der Hersteller.

Ringens um mehr Exklusivität

Die Autobauer versuchen sich mit dieser Strategie mehr Exklusivität zu sichern, ähnlich wie das Technologiekonzerne wie beispielsweise Apple seit Jahren tun. Wer sein Fahrzeug *allein* ins Rampenlicht schiebt – so die Devise –, erzeugt trotz kleineren Publikums mehr Aufmerksamkeit, weshalb zuletzt viele Automessen ihre Anziehungskraft verloren haben und immer mehr Hersteller Messeauftritte absagen.

Anders sieht es allerdings bei branchenfremden Veranstaltungen wie Elektronikmessen aus, die für Hersteller – parallel zum schleichenden Niedergang der



© nialas.com

Interessante Alternative

Die Elektronikmesse CES in Las Vegas zieht seit einigen Jahren auch immer mehr Autobauer und Zulieferer an – heuer waren neben Toyota und Mercedes u.a. auch Bosch, Magna und Honda vor Ort.

klassischen Messen – immer interessanter zu werden scheinen. Dort können sie zugleich hohe Innovationskraft demonstrieren und eine jugendliche Markenbotschaft transportieren.

Beleg dafür ist aktuell etwa der italienisch-amerikanische Fiat Chrysler-Konzern, der seinen neuen Elektro-Van lieber auf der wenige Tage vor der Detroit Automesse stattfindenden Elektronikmesse CES in Las Vegas präsentierte, als in Detroit selbst.

Highlights auf der CES

Auch andere Hersteller waren in Las Vegas präsent; Toyota zeigte dort beispielsweise seine futuristische Studie „Concept-i“ mit einem eigenen persönlichen Assistenten an Bord. Knöpfe sollen Sprachbefehlen weichen, zudem soll die künstliche Intelligenz die Bedürfnisse der Insassen sogar voraussehen; sie könne damit ein Freund werden, der auf einen aufpasse, sagte Forschungschef Gilles Pratt.

Audio-Spezialist Harman wiederum zeigte die gemeinsam

800.000

Besucher kommen trotzdem

Während die Hersteller immer öfter auf Messealternativen setzen, ist das Interesse der Konsumenten nach wie vor hoch. Bei der aktuell laufenden Autoshow in Detroit erwarten die Veranstalter rund 800.000 Besucher.

mit Rinspeed entwickelte Studie „Oasis“, die neben großen Panorama-Displays nicht nur für den Straßenverkehr geeignete Drehsessel bietet, sondern auch einen kleinen Garten hinter dem Cockpit, der für angenehmen Duft sorgen soll.

Hersteller zurück im Rennen

Was auffällt: Sah es vor einigen Jahren noch so aus, als könnten die Tech-Giganten die Initiative bei der Vernetzung und beim Umbruch des Autogeschäfts übernehmen, scheinen die Autobauer das Heft des Handelns nun wieder in Händen zu halten. Allerdings machen sie immer öfter mit Zulieferern und Technikfirmen gemeinsame Sache; es werden im Paket Neuheiten und Innovationen entwickelt und vermarktet.

„Man hat auf beiden Seiten verstanden, dass man es allein nicht hinbekommt, sondern dass es um Partnerschaften und Plattformen geht“, zitierte die APA den Branchenexperten Axel Schmidt von der Unternehmensberatung Accenture.



© AP/AF/PP/David McNew