

GOODYEAR

Im Fokus: Neue Reifenkonzepte

GENF. Der Reifenhersteller Goodyear präsentierte auf dem Genfer Automobilsalon mit dem „Eagle 360 Urban“ und dem „IntelliGrip Urban“ zwei neue Reifenkonzepte.

Besonders interessant ist dabei der kugelförmige Eagle 360 Urban mit künstlicher Intelligenz, der in der Lage sein soll, zu fühlen, Entscheidungen zu treffen, sich an die Fahrsituation anzupassen und zu interagieren. Er wird per 3D-Druck produziert und soll laut Jürgen Titz, Vorsitzender der Geschäftsführung D-A-CH bei Goodyear, als Antwort „auf die Herausforderungen einer sich rasant verändernden mobilen Welt“ verstanden werden.

Schnittstelle zur Fahrbahn

„In einer Welt mit vernetzten Autos, die autonom fahren, wird Reifentechnologie eine entscheidende Rolle spielen“, so Titz. „Um sicher zu navigieren, werden autonome Fahrzeuge in der Lage sein müssen, mit der Vielzahl an Unbekannten umzugehen, die alltägliche Verkehrssituationen mit sich bringen. Hierfür brauchen sie Zugang zu Informationen, die zum Beispiel Reifen an der Schnittstelle zur Fahrbahn bereitstellen können, sowie die Fähigkeit, zu lernen und sich anzupassen.“ (red)



© Goodyear Dunlop

Ära der Allianzen

Opel und Peugeot waren erst der Anfang: Die Chefs der großen Hersteller rechnen mit weiteren Zusammenschlüssen.



© AFP/Alain Grosclaude

Peugeot-Chef Carlos Tavares, Opel-Boss Karl-Thomas Neumann und GM-Präsident Dan Ammann demonstrierten Einigkeit.

GENF. Waren Peugeot und Opel nur der erste Schritt? Geht es nach den Chefs der großen europäischen Autokonzerne, dann stehen der Autobranche in den kommenden Jahren jedenfalls weitere Allianzen und Zusammenschlüsse bevor. Fiat-Chef Sergio Marchionne, der seinen italienischen Autokonzern vor gar nicht so langer Zeit um Chrysler erweiterte, ist sich jedenfalls sicher: „Ich habe keine Zweifel, dass zu gegebener Zeit VW auftauchen könnte, um sich zu unterhalten“, so der Manager am Rande des Genfer Automobilsalons.

Undenkbares wird denkbar

BMW-Chef Harald Krüger schätzt die Situation ähnlich wie Marchionne ein: „Die Digitalisierung verlangt neue Allianzen“, denn „was an Anforderungen auf uns zukommt, ist schon ein gigantischer Sprung.“

Zusammen könnten Unternehmen neue Kompetenzen schnell

ler und günstiger aufbauen und auch gemeinsame Standards schaffen. Der milliardenschwere Kauf des Kartendienstes Here durch Audi, BMW und Daimler sei nur ein Beispiel dafür. „In diesem Bereich sehen wir Allianzen, die früher nicht denkbar waren“, sagte Krüger.

Auch für Renault-Nissan-Chef Carlos Ghosn ist es „keine Überraschung, dass die Konsolidierung in der Autoindustrie weitergeht“. Die technischen Umbrüche und die erforderlichen hohen Investitionen seien Treiber dieser Entwicklung.

Eigenständigkeit wahren

Währenddessen bemühen sich Peugeot und Opel nach dem Zusammenschluss, ihre jeweilige Eigenständigkeit zu betonen. PSA-Chef Carlos Tavares sagte in Genf, Opel müsse als *deutsche* Marke erkennbar bleiben; das Geschäft der chronisch klammen ehemaligen GM-Tochter will er bis 2020 profitabel machen.

Opel-Chef Karl-Thomas Neumann sieht das – naturgemäß – ähnlich: „Es ist wichtig, dass Opel eine echte deutsche Marke bleibt, und dass Vauxhall eine echte britische Marke bleibt.“ Neumann sieht die Zusammenarbeit mit PSA pragmatisch: „Wir werden von der Größe profitieren und von der gemeinsamen Entwicklung und Herstellung von Autos – zwei sehr starke Ingenieurteams bündeln ihre Kräfte.“

Finanzergebnisse im Vergleich

Welche Freiheiten der Opel-Chef dabei genießen kann, hängt laut Tavares von den nächsten Finanzergebnissen ab: „Mit der Freiheit ist es sehr simpel: Sie hängt stark von der Profitabilität ab – je profitabler du bist, desto mehr Freiheit hast du.“

Während Peugeot 2016 ein operatives Ergebnis von 2,61 Mrd. € einfuhr, setzte es für Opel zum 17. Mal in Folge rote Zahlen: minus 241 Mio. €. (red)