

Wirtschaft

Miniaturisierung der Mobilität

Klein und billig heißt der Trend bei den Autos der Zukunft. Den jüngsten Beweis lieferte der indische Mischkonzern Tata mit seinem 1700 Euro-Auto namens „Nano“. Derartige kleine und sparsame Billigautos werden zunehmend zur automobilen Massenware für breite Kundenschichten.

Antonio Malony

Ratan N. Tata, 70-jähriger Chef des indischen Konzernriesen Tata, hat vor Kurzem trotz seines relativ fortgeschrittenen Alters mit einer erfrischend jungen Idee von sich reden gemacht: Tata baut das billigste Auto der Welt. Das Fahrzeug mit dem bezeichnenden Namen „Nano“ wird „in der Basisversion“ nicht mehr als 100.000 Rupien kosten, das sind nach aktuellem Wechselkurs etwa 1700 Euro oder knapp 2500 US-Dollar. Dafür gibt es einen Viertürer, der 33 PS leistet und weniger als fünf Liter Benzin pro 100 Kilometer verbraucht.

Mit dem Billigauto will Ratan Tata vor allem das eigene Land mit Mobilität versorgen. Es sei aber nicht auszuschließen, dass das Fahrzeug früher oder später auch in Südostasien, Afrika und sogar Europa auf den Markt kommen werde.

Recht auf Transport

Hinsichtlich der Kritik, die massenhafte Verbreitung des „Nano“ könne zu einer Verschärfung des Verkehrschaos in indischen Städten beitragen, verwies Ratan Tata darauf, dass sein Konzern „nicht für die Verbesserung der Infrastruktur verantwortlich“ sei. Man dürfe „den Massen nicht das Recht auf individuelle Transportmittel verweigern“. Der Wagen richte sich zudem nicht nur an die Bevölkerung in den Städten, sondern auch an die zahlreichen Menschen auf dem Land.

Der Billigauto-Gedanke ist nicht neu, doch so richtig billig schaffen es derzeit offensichtlich nur die Inder. Der Pionier in dieser Sparte, die Renault-Marke Dacia, erzielt mit ihrem „Logan“ hierzulande ja bekanntlich 7990 Euro Erlös für die „Basisversion“, wobei der kleine Rumäne sich hart mit dem billigsten Lada matcht.

Selbst Volkswagen will in diesem Segment nachziehen. Nachdem es den Deutschen bisher beim Begriff „Billigauto“ immer die Haare aufgestellt hat, soll das schon von der letzten Frankfurter Autoshow bekannte Modell „Up“ in einer Sparversion um rund 5000 Euro auf den Markt kommen. Möglich wird dies durch die Fertigung in Russland. Und eine kleinere Variante des „Polo“ soll „zum Preis von unter 10.000 Euro“ auch in Indien vom Band laufen. Vorsicht ist bei VW aber offenbar die Mutter der Porzellankiste: Man dürfe eine Marke nicht verwässern, heißt es beim größten Autohersteller Europas. Wo Volkswagen draufstehe, müsse auch Volkswagen drin sein. Die Qualitätshersteller hätten gewisse Mindestanforderungen an Sicherheit, Qualität und Technologie. Zudem bezweifeln viele in der Branche, dass sich ein Auto zu diesem Preis wirklich profitabel bauen lässt.

Europäische Autokäufer dürften nach der Begeisterung über den niedrigen Preis des „Nano“ tatsächlich ernüchert feststellen, was dem indischen „Volksauto“ an gewohnter Aus-

stattung alles fehlt: Die Basisversion hat weder Klimaanlage noch Heizung. Unter dem enormen Kostendruck verzichtete Tata auf eine Servolenkung ebenso wie auf elektrische Fensterheber. Wer mit dem „Nano“ auf Reisen geht – was sich auf einer Autobahn bei einer Höchstgeschwindigkeit von etwas über 100 Stundenkilometern recht langwierig gestalten würde – muss auf schweres Gepäck verzichten: In den vorne im „Nano“ untergebrachten Stauraum passt maximal ein Koffer.

Billigautos werden aber für die Massenhersteller nicht nur nach Ansicht von Renault-Chef Carlos Ghosn trotzdem immer wichtiger. Wer nicht im Billigsegment unterwegs sei, drohe den Anschluss zu verlieren, so Ghosn. Knackpunkt sei aber die Profitabilität. „Die Schwierigkeit liegt darin, ein Billigauto zu bauen, mit dem man Geld verdient.“

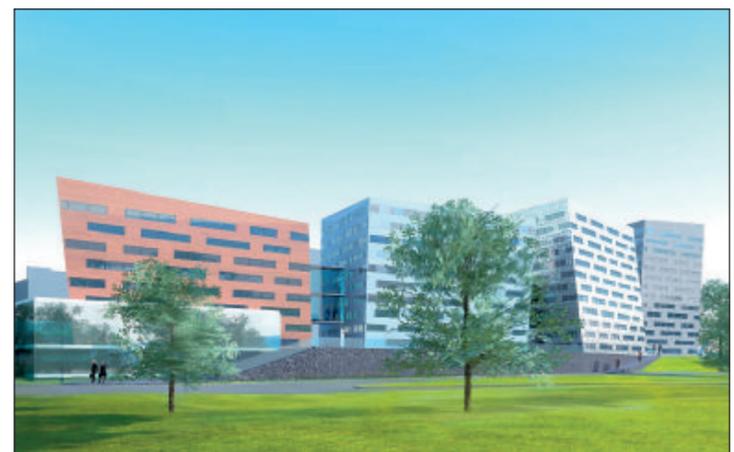
Boomendes Segment

Der viel zitierte deutsche Autoexperte Ferdinand Dudenhöffer geht jedenfalls davon aus, dass in acht Jahren weltweit mindestens zehn Mio. Autos unter dem Preis von 10.000 US-Dollar verkauft werden. In boomenden Ländern wie Indien oder China dürfte dann jedes dritte Auto ein Billigauto sein. Heute seien es knapp acht Prozent. Noch vor dem Jahr 2010 werde Renault jährlich eine Mio. Exemplare verkaufen, schätzt Dudenhöffer.

Wider Erwarten verkaufe sich der Dacia Logan auch in Österreich und Deutschland verhältnismäßig gut. In dem weltweit am schnellsten wachsenden Autosegment werden sich nach Einschätzung des Experten neben Renault und Tata vor allem Fiat, Toyota und chinesische Autobauer wie Chery oder Geely tummeln. Wie die

Strategie von VW hier hineinpasst, ist noch offen.

Der große Vorteil der Miniatur-Autos sei zudem der zwangsläufige Öko-Bonus. So verbrauche der „Nano“ mit seinem Zweizylindermotor und 33 PS denkbar wenig Sprit, und auch der CO₂-Ausstoß liege mit 97 Gramm pro Kilometer (g/km) deutlich unter dem EU-Limit von 120 g/km.



WIRTSCHAFTSZENTRUM
INFORMATION & SERVICE



Innovative Serviceleistung für eine innovative Wirtschaft

- Information und Service unter einem Dach
- Kompetente Beratung, rasch und unbürokratisch
- Effiziente Unterstützung

www.wirtschaftszentrum.at



Große Marken, kleine Autos? Die Mobilisierung der Massen erfolgt in Zukunft jedenfalls durch Billigautos, wenn es nach den Vorstellungen der Hersteller in Indien und China geht. Foto: epa