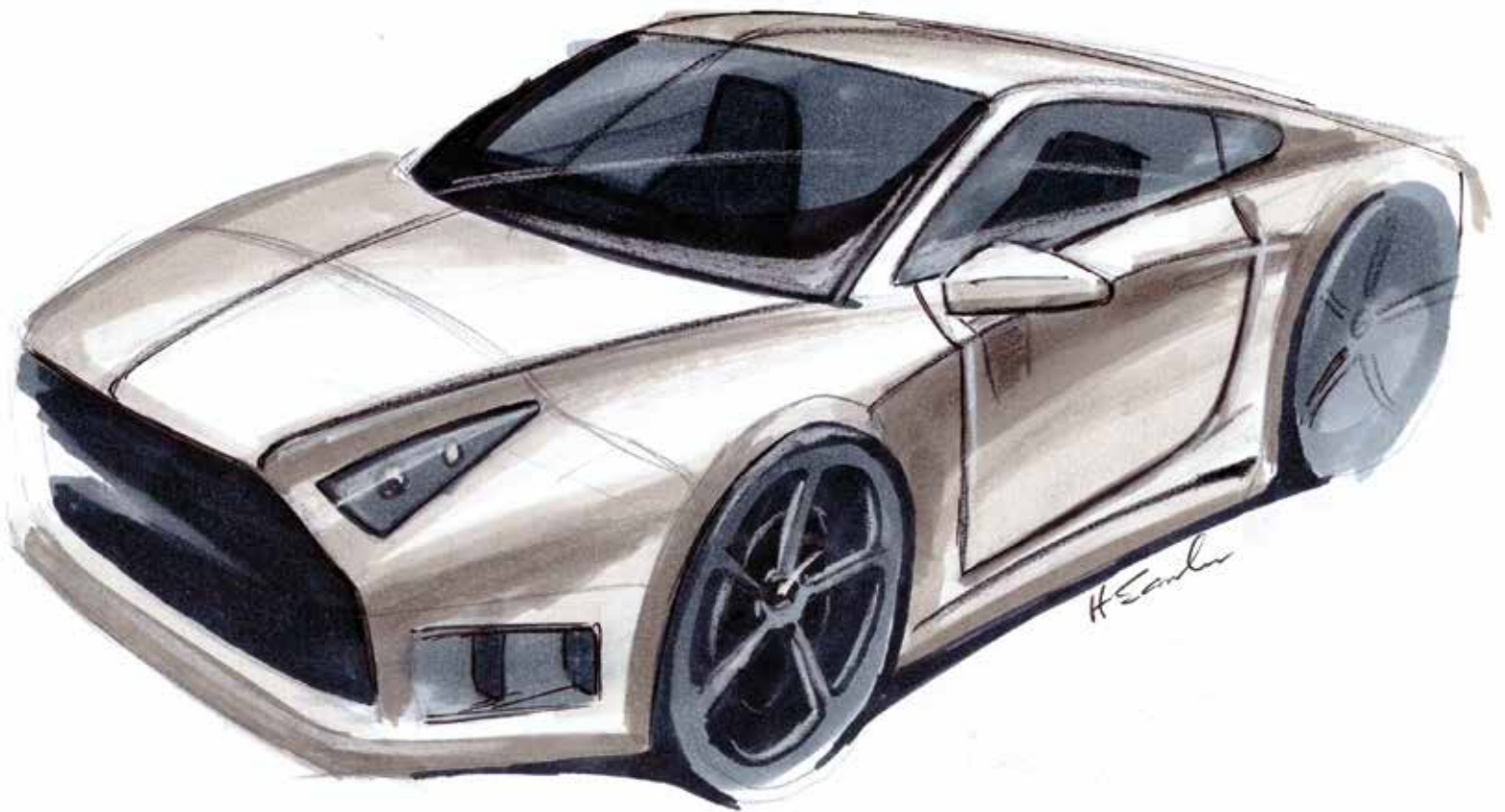


Die Zukunft der Mobilität



Interview:

Wettkampf an die Spitze bei E-Mobilität

mit Dr. Oliver Blume, Dr. Ing. h.c. PORSCHE AG

Im Porträt:

> **hsd GmbH**, Seite 22

> **Ibeo Automotive Systems GmbH**, Seite 30

**NEXT SYSTEM –
EXPERTE FÜR HAPTIC TOUCH TECHNOLOGIES.**



next system ist führender Technologie-Anbieter von maßgeschneiderten Gesamtlösungen in den Kernbereichen Antriebstechnik, Embedded Computer Solutions, Display & Touch Solutions, Medizintechnik sowie Haptic Touch Technologies.



Gewinner des embedded award 2017 im Bereich Hardware für Haptic Touch Technologie „Revolution in HMI Design“

ÖSTERREICH
next system
Vertriebsges.m.b.H.

Strohboogasse 4
A-1210 Wien
info@nextsystem.at
www.nextsystem.at

ÖSTERREICH
next system
technology center

Lambacherstr. 41a
A-4655 Vorchdorf
info@nextsystem.at
www.nextsystem.at

DEUTSCHLAND
next system Germany
Vertriebsgesellschaft mbH

Würmtalstraße 20A
D-81375 München
info@nextsystem.de
www.nextsystem.de

UNGARN
next system
Hungary

Leier City Center Irodaház
Hunyadi J. út. 14., H-9024 Győr
info@nextsystem.hu
www.nextsystem.hu

CHINA
next system
China

Dongcheng Tower
Shanghai / China
info@nextsystem.at
www.nextsystem.at

Editorial

Liebe Leserin, lieber Leser,

die vorliegende Sonderausgabe DIE ZUKUNFT DER MOBILITÄT zeigt vor allem eines: Die Wirtschaft ist in Bewegung. Das gilt natürlich in besonderem Maß für die Automobilindustrie, die einer bis dato unbekannteren Dynamik ausgesetzt ist. Die Fragen der Zukunft haben hier schon längst die Gegenwart erreicht.

Auf diese Fragen finden Sie in unserer digitalen Sonderausgabe passende Antworten:

Henrik Samuelsson von der hsd GmbH bringt mit seinem Unternehmen Design und Konstruktion von der Eifel in die ganze Welt. (Seite 22)

Dr. Oliver Blume von der Dr. Ing. h.c. F. Porsche AG hat uns beraten, wie Porsche den Weltlauf an die Spitze der E-Mobilität für sich entscheiden will. (Seite 10)

Der gebürtige Däne Henrik Fisker fordert mit seinem Unternehmen Fisker Inc Tesla heraus und setzt dabei auf emotionales Design. (Seite 6)

Vice President Felix Weller erläutert die Renaissance der amerikanischen Auto-Luxusmarke Cadillac (Seite 12)

Auto-Experte Professor Dr. Ferdinand Dudenhöffer spricht Klartext zum automatisierten Fahren sowie Mautprojekten. (16)

Lassen Sie sich von unseren Gesprächspartnern in Bewegung bringen, denn Zukunft braucht Mobilität.

Ich wünsche Ihnen viel Spaß bei der Lektüre



Manfred Brinkmann
Chefredakteur

Eine erfolgreiche Verkehrswende – Was ist konkret zu tun?



Seit der Sommerpause war es kaum noch möglich, Gespräche auf politischer Ebene zu entscheidenden Themen zu führen. Erst wurden wir damit getröstet, dass man die Bundestagswahl und die damit einhergehenden personellen Veränderungen in den Ministerien und im Bundestag abwarten müsse, dann haben die zähen Koalitionsverhandlungen erst zu Jamaika, dann zur GroKo zu weiteren Verzögerungen geführt. Ein Stillstand, der auch die eMobilitäts-Branche betrifft und wir sind uns nicht wirklich sicher, ob sich das nun mit der neuen Regierungsbildung tatsächlich verbessert. Wie es aktuell aussieht, kommen die zielführenden Impulse eher aus der Opposition; wie erst kürzlich von Cem Özdemir in einer beeindruckenden Rede im Parlament festgestellt, dass wir doch bereits vollumfänglich über alle notwendigen Technologien verfügen, um eine Neue Mobilität sauber, leise und wirtschaftlich umzusetzen. Und er prangert an, nicht noch länger eine rückständige Mobilität mit den falschen Freunden zu betreiben.

Wenn wir jetzt nicht aktiv an der tatsächlichen Umsetzung der Mobilitätswende arbeiten, werden wir erleben, dass sich auch die nächsten Jahre keine ernstzunehmenden Verbesserungen einstellen werden. So ist es unumgänglich, bereits jetzt langfristige Maßnahmen einzuleiten, um unsere Mobilität bis 2050 auf CO₂-neutrale Verkehrsträger umgestellt zu haben, so wie es das Pariser Klimaschutzabkommen vorsieht. Bei einer Fahrzeug-Lebensdauer von bis zu 20 Jahren bedeutet das, dass wir spätestens ab 2030 nur noch emissionsfreie Fahrzeuge zulassen dürfen.

Zusätzlich bedarf es einer Regelung für den Zeitraum bis 2030. Denkbar wäre vor dem Hintergrund der nahenden Dieseleinfahrverbote in deutschen Städten beispielsweise eine Ausnahmeregelung nur für Unternehmen, die ihre Fahrzeuge turnusmäßig jedes Jahr um 5-10% elektrifizieren. Nur diese erhalten im Sinne eines Bonus-Malus-Systems Einfahrgenehmigungen für den Innenstadtbereich - und zwar für ihre gesamte Flotte. Wenn wir es dann noch schaffen, gemeinsam mit der Politik eine von Jahr zu Jahr degressiv ausgelegte Differenz-Förderung für die Mehrkosten bei der Anschaffung zu vereinbaren, können wir den betroffenen Unternehmen eine machbare, weil wirtschaftlich tragbare, Lösung anbieten. Dies setzt ein breites Bündnis innerhalb der Branche, der Wirtschaft und insbesondere der Politik voraus.

Zudem muss klar sein, dass die Umstellung auf Elektrofahrzeuge auch Zweiräder, Busse und weitere Verkehrsträger betreffen muss, denn nur in einem intermodalen Ansatz werden wir erfolgreich eine saubere, leise und insgesamt nachhaltige Neue Mobilität auf Basis Erneuerbarer Energien umsetzen können. Elektromobilität sollte als ein Baustein in einer intermodalen Mobilitätskette verstanden werden, die verschiedene Verkehrsträger sinnvoll miteinander verknüpft und Nutzern eine komfortable Kombination mehrerer Verkehrsmittel ermöglicht. Neben der Förderung der Elektromobilität im PKW- und Zweiradbereich ist hier neben Carsharing-Konzepten auch der Öffentliche Nahverkehr entscheidend.

Kurt Sigl
Präsident Bundesverband eMobilität e.V. (BEM)

Persönlichkeiten aus der Branche

06



Henrik Fisker,
Unternehmer,
Designer und
Visionär

10



Dr. Oliver Blume,
Vorstandsvor-
sitzender der Dr. Ing.
h.c. F. Porsche AG

12



Felix Weller,
Vice President von
Cadillac Europe
GmbH

16



Ferdinand Dudenhöffer,
Professor für Automobil-
wirtschaft an der Universität
Duisburg-Essen

Porträts

22

hsd GmbH
Die ganze Automobil-
industrie muss komplett
umdenken

26

**Da Vinci Engineering
GmbH**
Die Kunst der Entwicklung

28

EURO M.A.R. Srl
Voll im Lack in See
stechen

30

**Ibeo Automotive Systems
GmbH**
Ibeo Automotive Systems
GmbH – Hidden Champion
in der Automotive-Industrie

32

**RRT Rhein-Ruhr Terminal
Gesellschaft für Container-
und Güterumschlag mbH**
Runter von der Straße

34

**Volkswagen Group Services
GmbH**
Top-Dienstleistungen für die
Herausforderungen des Volks-
wagen Konzerns

36

FRAMO GmbH
Ökologischer Effekt steht
beim E-Lkw im Vordergrund

39

**AURORA Konrad G. Schulz
GmbH & Co. KG**
Technologien von morgen –
heute

Service

40

Veranstaltungen

42

Buchtitel im Fokus

43

Kontakte

Interview mit Henrik Fisker, Unternehmer, Designer und Visionär

Es gibt keine Formel für emotionales Design

» Henrik Fisker ist im Geschäft mit der Zukunft – und er meint das wortwörtlich: Als unternehmerisches Kraftpaket, das von einem außergewöhnlichen Team unterstützt wird, designt er Kleidung, Yachten, Uhren – und das macht er nur nebenbei. Sein Hauptziel ist es, die Automobilindustrie mit EMotion zu revolutionieren, einem elektrischen Auto mit sehr großer Reichweite und einem fesselnden Fahrerlebnis, das eine direkte Herausforderung an Elon Musk und Tesla darstellt. Wie sprachen mit Henrik Fisker über seine Ambitionen als Unternehmer, seine Beiträge zu der Zukunft der Automobilbranche – und wie man sich gegen notorische Bedenkenträger im Geschäftsumfeld durchsetzt.



Was ist der einfachste Weg, ewigen Bedenkenträgern Paroli zu bieten?

Einfach mit dem weitermachen, was man macht und sie ignorieren. Wenn Bedenkenträger Ihnen sagen, dass Sie eine Geschäftsidee sein lassen sollten, dann ziehen Sie diese in jedem Fall durch! Höchstwahrscheinlich ist es fantastische Idee, vor der die Anderen einfach Angst haben.

Eines der zahlreichen Automobilprojekte an denen Sie arbeiten ist der EMotion, ein Elektrofahrzeug mit einer Reichweite von 400 Meilen in der höheren Preisklasse. Könnte die Technologie auf welcher der Wagen basiert künftig auch für Produkte im niedrigeren und mittleren Preissegment verfügbar werden?

Ja. Das ist genau der Punkt – etwas zu erfinden und neue Technologie früh in teure Autos einzubauen, um die Produktion mit höherem Volumen zum Laufen zu bringen, was wiederum niedrigere Herstellungskosten mit sich bringt. Genauso waren Flachbildfernseher zunächst teuer und nun sind sie günstige Massenprodukte. Unsere Technologie nutzt kosteneffizientere Materialien als die traditionellen Lithium-Ionen-Akkus und dementsprechend werden sie um die Hälfte günstiger sein. Eigentlich könnten wir sogar eine Reichweite von 750 Meilen (1.200 km) mit unserem Fisker EMotion erreichen, wenn wir unsere Solid State Batterientechnologie benutzen würden – die wir womöglich anbieten, „einfach, weil wir es können“.



VITA

Henrik Fisker

Werdegang:

Henrik Fisker wurde 1963 in Dänemark geboren. Während seiner Kindheit interessierte er sich zunehmend für Autos und begann erste Skizzen eigener Designs zu zeichnen. Diesen Weg ging er weiter und absolvierte das Art Center College of Design in Vevey, Schweiz, mit einem Abschluss in Transportation Design 1989.

Henrik Fisker arbeitete für Premium-Automarken wie BMW und Aston Martin. Zu seinen Kultdesigns gehört der BMW Z 8. Seit 2005 war er in diversen Positionen aktiv mit dem Fokus auf E-Mobilität in Kalifornien, USA.

2016 etablierte er Fisker Inc. als sein jüngstes Unternehmen mit dem Ziel, Elektrofahrzeuge mit größerer Reichweite bei geringeren Kosten zu schaffen. Das Ergebnis war EMotion, der auf der CES in Las Vegas zum Auftakt 2018 präsentiert wurde.

Links:

www.henrikfisker.org

www.fiskerinc.com



Sie sagten einmal, dass die Herstellung einer Handvoll von innovativen Autos relativ einfach sei, aber wenn es in die Tausende geht, seien die etablierten Hersteller kaum zu schlagen. Warum sind die Herausforderungen um die Skalierbarkeit ausgerechnet in der Automobilindustrie so groß?

Die etablierten Autohersteller hatten Jahrzehnte, um die Produktion von hohen Stückzahlen bei Autos zu perfektionieren. Sie sind wie gut geschmierte Maschinen, die einfach laufen. Wir, die neuen Hersteller, sollten das nicht unterschätzen. Das ist warum wir uns bei Fisker Inc. dazu entschieden haben, mit großen OEM zusammenzugehen und unsere Solid State Technologie sowie unsere unabhängige trendige Automarke mit ihnen im Austausch für Einblicke in die Massenproduktion von elektrischen Fahrzeugen zu teilen. Es ist eine Win-Win-Situation.

In Ihrem TEDx-talk, analysierten Sie, dass Autos in den letzten Jahrzehnten zu einem reinen Gebrauchsgegenstand geworden sind und nicht mehr so viel Spaß machen wie in Ihrer Jugend. Wie können Autos wieder Spaß machen – und wie könnten Autohersteller das erreichen?

Wenn Autos ausschließlich Gebrauchsgegenstände sind, verliert man gegen den, der sie am billigsten produzieren kann. Der Weg in das Herz des Konsumenten geht über ein emotionales Design und eine fesselnde Nutzererfahrung. Wenn man emotional kauft, ist man weniger preispfindlich. Bei Fisker schaffen wir emotionale Designs und Kundenerlebnisse, und so heben wir uns als Marke von der Masse der risikoaversen Marken ab. Zum Glück gibt es keine Formel für emotionales Design. Das ist in meiner DNA.





Ihre geschäftlichen Tätigkeiten sind nicht nur auf die Automobilindustrie beschränkt. Sie designen Kleidung, Uhren, Yachten und vieles mehr. Verstehen Sie sich selbst als Unternehmer im klassischen Sinne?



Ich wüsste nicht wie man einen Unternehmer im klassischen Sinne definieren sollte. Ich glaube einfach daran, begehrtere Produkte zu machen, die Menschen haben möchten. Fisker Inc. ist mein Vollzeitjob und ich werde alles dafür tun, um Fisker Inc. zu der aufregendsten und erfolgreichsten Elektromobilitätsfirma in der Welt zu machen. Alles andere ist Hobby! Und mein Hobby ist dort, wo ich die letzten Stunden an einem Sonntagabend nach einer Siebentagewoche verbringe.



Wie viele Innovatoren, entschieden Sie sich an einem Punkt in Ihrer Karriere von Europa in die USA zu ziehen und dort Ihre Projekte zu verfolgen. Was hat die USA im Vergleich zu Europa, dass die innovative Köpfe anzieht?

Wenn Sie in Europa in ein Investmentbüro gehen und sagen: „Ich möchte eine Firma für E-Autos schaffen, die mit den traditionellen Herstellern mithalten kann“, dann wird die Antwort lauten: „Das ist nicht möglich. Sie sind schon seit 100 Jahren im Geschäft und haben eine entsprechend alte Marke.“ Wenn Sie das gleiche in Amerika sagen, wird die Antwort sein: „Wow, das ist eine aufregende Möglichkeit in einen neuen Markt einzusteigen, in dem Menschen nach neuen Marken mit neuer Technologie Ausschau halten. Wenn Sie die Etablierten schlagen, werden Sie umso wertvoller sein“!



Die Realität ist: In Amerika geht es darum, ein künftiges Risiko einzugehen und fantastische Gewinne zu erzielen. In Europa geht es darum, wertvolle Geschichte zu schützen und vor Risiken Abstand zu nehmen. Beides an sich ist nicht schlecht. Ich liebe historische Marken und alte historische Gebäude. Aber ich bin im „Geschäft mit der Zukunft“.



FREEDOM DAYS

**BEREUEEN KANNST DU NUR,
WAS DU NICHT GETAN HAST.**

JETZT GRATIS HARLEY® FAHREN.

**BIS 31.5.2018 DIE NEUEN HARLEY® MODELLE TESTEN UND
EINE USA-REISE ZUR H-D® 115TH ANNIVERSARY PARTY GEWINNEN.**

**GLEICH ANMELDEN UNTER:
FREEDOMDAYS.HARLEY-DAVIDSON.COM**



WIN A 115TH ANNIVERSARY
DREAM
AMERICAN RIDE
★★★★★



**ALL FOR FREEDOM
FREEDOM FOR ALL™**

Wettlauf an die Spitze bei E-Mobilität



» Die digitale Transformation verändert das Fundament unzähliger Branchen und die Automobilindustrie wurde davon nicht unberührt gelassen. In Kombination mit dem Streben nach mehr Nachhaltigkeit ist das Ergebnis die Entwicklung von Hybrid- und Elektrofahrzeugen, die wenig oder überhaupt nicht auf fossile Brennstoffe angewiesen sind. In der Welt der Automobile wird der Name Porsche oft mit beneideten Hochleistungssportwagen gleichgesetzt, aber die Wurzeln des Unternehmens liegen in der Technik und im Design. Mit dieser Basis ist der Automobilhersteller bestens gerüstet, die Herausforderungen der digitalen Transformation zu meistern und zu übertreffen, wie Oliver Blume, Vorstandsvorsitzender der Dr. Ing. h.c. F. Porsche AG, im Interview mit Wirtschaftsforum verrät.

Mit Porsche Digital und der Kooperation mit dem Start-up „Home-iX“ steigt nun auch Porsche in den Markt der digitalen Transformation ein. Welche Ziele haben Sie in dieser Richtung?

Die Ansprüche der Kunden an individuelle Mobilität verändern sich massiv. Wir wollen Porsche zu einem führenden Anbieter für digitale Mobilitätslösungen im automobilen Premiumsegment entwickeln. Mittelfristig werden wir einen zweistelligen Prozentsatz unseres Umsatzes mit digitalen Diensten erwirtschaften. Die Digitalisierung betrifft vor allem die Kernbereiche im Unternehmen. Dazu gehören modernste Arbeitsplätze, Prozesse und die Produktion 4.0. Unsere Mitarbeiter sollen durch den Ausbau digitaler Kompetenzen zu Treibern der Digitalen Transformation werden – und damit eine neue Innovationskultur im Unternehmen schaffen.

Die Digitalisierung spielt natürlich auch bei unseren Fahrzeugen eine immer wichtigere Rolle. Connected Car und automatisiertes Fahren sind Themen, die aktuell jeden Automobilhersteller und damit auch uns beschäftigen. Mit der Gründung der Porsche Digital GmbH und des Porsche Digital Lab haben wir beste Voraussetzungen für unseren Weg in die digitale Zukunft des Automobils geschaffen.

Die Automobilindustrie befindet sich im Umbruch. E-Mobilität und neue Antriebstechnologien sind immer mehr gefragt. Wie wird Porsche in Zukunft auf diese Trends eingehen?

Die Zukunft gehört der Elektromobilität. Dennoch sehen wir für die nächsten Jahre einen Dreiklang in Bezug auf die Antriebskonzepte: Wir werden mit weiter optimierten Verbrennungsmotoren an den Start gehen, bieten sehr attraktive Hybridmodelle an und bringen Ende des Jahrzehnts den ersten rein elektrisch betriebenen



Der Mission E verbindet die traditionellen Porsche-Gene mit der Technologie von morgen

Sportwagen, den Mission E, auf den Markt. Mit ihm verbinden wir die traditionellen Porsche-Gene mit der Technologie von morgen.

Außerdem: Porsche war der erste Hersteller, der in drei Premium-Segmenten gleichzeitig hochmoderne Plug-in-Hybridmodelle angeboten hat – im 918, Cayenne und Panamera. Im neuen Panamera bieten wir jetzt schon zwei Hybrid-Versionen an; mit dem V8-Hybrid im Panamera Turbo S mit seinen knapp 700 PS und 50 Kilometer rein elektrischer Reichweite platzierten wir erstmals eine Hybridversion als Speerspitze einer Modellreihe.

Der Automobilstandort Deutschland hat immer noch die Führungsrolle inne, doch die Konkurrenz schläft nicht und gerade Marken wie Toyota und Tesla sind Marktführer im E-Mobile-Bereich. Kann die deutsche Automobilindustrie da langfristig mithalten?

Die Automobilindustrie verändert sich in den nächsten fünf Jahren stärker als in den 50 Jahren zuvor. Sie steht vor einem tiefgreifenden Systembruch. Elektrifizierung, Digitalisierung und Konnektivität sind die drei großen Trends. Neue Anbieter kommen mit neuen Geschäftsmodellen auf den Markt. Das stellt die etablierten Hersteller und ihre Zulieferer zweifellos vor große Herausforderungen – nicht nur in Deutschland. Wir bei Porsche nehmen diese Herausforderungen sehr ernst. Wir sehen den Wandel unserer Industrie aber nicht als Bedrohung, sondern vor allem als eine enorme Chance. Wir bereiten uns intensiv auf die Zukunft vor. Wir haben unsere Porsche Strategie 2025 konsequent danach ausgerichtet. Zu einer erfolgreichen Strategie gehört die Bereitschaft, sich ständig selbst zu hinterfragen und zu erneuern. Innovationen sind der Schlüssel für die Zukunft. Sie entwickeln sich, wenn Ideen in die Realität umgesetzt werden. Porsche lebt von Innovationen. Gerade im Rennsport fährt man als erster über die Ziellinie, wenn man innovativer ist als die anderen. Qualität und jahrzehntelange Erfahrung sind kein Garant, aber eine gute Basis für zukünftige Erfolge. Kurzum: Die deutsche Autoindustrie und Porsche werden in Zukunft nicht nur mithalten können, wir werden uns an der Spitze behaupten.

Ihre Autos stehen für sportliches Fahren, wird Porsche künftig auch mit alternativen Motoren diesem Anspruch gerecht?

Daran besteht überhaupt kein Zweifel. Der Sportwagen der Zukunft verbindet nicht nur die Tradition und die Werte von Porsche mit neuen Technologien und Nachhaltigkeit, sondern steht genauso für ein emotionales Fahrerlebnis. So steht beim Mission E ganz klar die sportliche Auslegung im Vordergrund. E-Mobilität und Performance ist für uns kein Widerspruch, im Gegenteil. Der „Mission E“ wird das sportlichste und technisch fortschrittlichste Fahrzeug in seinem Segment. Wir bauen Sportwagen in einer neuen Ära der Mobilität, die wie ein Porsche fahren, wie ein Porsche riechen und sich wie ein Porsche anfühlen. Wir kombinieren die emotionale Faszinationskraft, die unsere Produkte seit jeher auszeichnet, mit den innovativen Möglichkeiten, um den Sportwagen der Zukunft zu bauen. Ein Porsche wird immer ein Porsche sein, völlig unabhängig von seiner Antriebsart.



Großes wagen und mit Cadillac schon jetzt wie in der Zukunft fahren

»» Der Automobilmarkt muss sich gleichzeitig auf mehrere große Trends einstellen. Digitalisierung, fahrerloses Fahren und E-Mobilität sind nur drei der Hauptthemen der Branche. Weltweit wird Cadillac als eine der Top-Marken der Autobranche geschätzt. Die Marke ist ein Synonym für Design, Eleganz und – Status. Gleichzeitig war das Unternehmen immer schon einer der Pioniere in der Automobiltechnologie. Die Entwicklung des ersten elektrischen Startknopfes Anfang des 20. Jahrhunderts und die magnetische Fahrkontrolle,

das weltchnellste Suspensionssystem, das vor 21 Jahren eingeführt wurde, sind nur zwei der vielen "Firsts", die das Unternehmen im Laufe der Jahre präsentierte. Wir sprachen mit Vice President Felix Weller über die Herausforderungen der kommenden Jahre und die Pläne für die Marke in Europa.



PERSÖNLICHKEITEN AUS DER BRANCHE



Chevrolet Corvette Grand Sport



Was sind für Sie die großen Themen auf der Agenda von Cadillac Europa?

Wir sind zuversichtlich, dass wir von der Einführung unserer neuen Modelle profitieren werden. Im vergangenen Jahr haben wir verschiedene neue Autos vorgestellt, zum Beispiel den CT6, den XT5 und die Corvette Grand Sport. Mit diesem neuen Portfolio werden wir den Bekanntheitsgrad unserer Marke stärken. Ein Kernthema unserer Strategie ist dabei die Weiterentwicklung unseres Händlernetzwerks. Darüber hinaus werden wir in Zusammenarbeit mit unseren Partnern neue Distributionskonzepte entwickeln, mit denen wir die aktuellen Verkaufstrends im Automobilbereich aufgreifen und noch näher an unsere Kunden herankommen möchten. Im Vergleich zu den großen Volumenmarken sind wir relativ klein. Unsere Größe gibt uns ein hohes Maß an Flexibilität und ermöglicht es uns, einzigartige Markenerlebnisse zu schaffen – außerhalb der traditionellen Distributionskanäle. Zum Beispiel sind Mode-, Architektur- oder Design-Events hervorragende Plattformen, um unsere Marke darzustellen.“



Der XT5

Wie gut ist die Performance der neuen Autos?

Wir haben alle Tests mit hervorragenden Ergebnissen absolviert und vor allem für unsere Hochleistungs-Modelllinien CTS-V und ATS-V fantastisches Feedback bekommen. Beide Modelle sind fahrbereit, sobald sie aus der Produktion kommen. Sie benötigen keine extra Aufbereitung oder Ausstattung. Der ATS-V hat einen 3,6l Twin-Turbo Motor und 470 PS; der CTS-V bietet mit einem 6,2l V8 Motor 649 PS. Trotzdem sind beide Modelle auch für den alltäglichen Gebrauch geeignet. Die Chassis können vom Fahrer selbst in den Alltags-, Sport- oder Track-Modus umgestellt werden. Unser Track-Modus ist ein echter Track-Modus, was bedeutet, dass das Auto auch die Ansprüche von Rennliebhabern erfüllt.

Wie wichtig sind die digitalen Features für ihre Kunden?

Unsere Kunden sind sehr affin gegenüber digitalen Technologien. In diesem Bereich sind wir marktführend in unserem Segment. Wir waren unter den ersten Premium-Marken, die Apple Car Play über Cadillac CUE angeboten haben. Mit Apple Car Play sieht der Fahrer den Bildschirm seines Smartphones auf dem Autobildschirm. Cadillac CUE ist auch mit Android Car kompatibel. Wo es möglich ist bieten wir auch 4G LTE Hot Spots an. In Europa und in den USA setzen wir OnStar ein. Mit OnStar muss man nur noch einen Knopf drücken und die Route wird von einem Concierge in unserem Call-Center ins Navigationssystem geladen.

Autonomes Fahren ist ein weiteres Schlüsselwort der Branche geworden. Was sind hier ihre jüngsten Innovationen und wie wichtig ist Ihnen das Thema E-Mobilität?

Unser Mutterunternehmen verfolgt eine sehr stringente E-Strategie. Zum Beispiel bietet der Chevrolet Bolt, der letztes Jahr in den USA vorgestellt wurde, bereits eine Reichweite von 500 km. Das ist deutlich mehr, als andere E-Autos in diesem Segment anbieten. Die meisten haben Reichweiten zwischen 200 und 250 km. >>

Cadillac Rumbleseat Roadster





Gleichzeitig ist der Chevrolet Bolt aber auch preisgünstiger. Er kostet nur die Hälfte. Vor zwei Jahren haben wir den Cadillac ELR als E-Auto herausgebracht. Er verfügt über einen Reichweitenvergrößerer. Der Vorgänger des heutigen Escalade SUV war ein Hybrid-Auto. In den USA haben wir erst jüngst den CT 6 Hybrid vorgestellt. Innerhalb der GM Gruppe haben wir Zugang zu allen Schlüsseltechnologien und können uns schnell veränderten Marktanforderungen anpassen. In Europa hängt die Nachfrage nach E-Mobilität stark von dem jeweiligen politischen Rahmenwerk der einzelnen Länder ab. Wir beobachten die Entwicklungen sorgfältig und sind bereit, unseren Auftritt in diesem Bereich weiter zu stärken. In einigen Ländern, wie zum Beispiel in Norwegen, sind E-Konzepte schon weitgehend implementiert. Sicherlich folgen bald noch weitere Märkte.

Was sind zurzeit in Europa Ihre wichtigsten Märkte?

Deutschland ist der größte Automobilmarkt. Entsprechend ist es unser Hauptmarkt. Wir sind auch in der Schweiz und in Schweden gut aufgestellt. Aber es gibt noch einige weiße Flecken auf unserer Europakarte, vor allem in Zentraleuropa. Wir haben Österreich, Polen, Tschechien und die Slowakei auf der Agenda. Und wir sind zuversichtlich, dass wir auch in anderen europäischen Ländern, die selbst starke Eigenmarken haben, Fuß fassen können, wie in Frankreich und Italien.

Was ist Ihre Vision für Cadillac Europe? Wo würden Sie die Marke in Europa in einigen Jahren gerne sehen?

Unser Ziel ist es nicht, Cadillac in allen Auffahrten zusehen, aber in den richtigen. Natürlich möchten wir unseren Marktanteil in den für uns wichtigen Segmenten auf ein gewisses Niveau erhöhen. Aber es geht uns nicht um Wachstum um jeden Preis. Uns ist es wichtiger, adäquate Prozesse zu entwickeln und Voraussetzungen für Wachstum zu schaffen, um gut aufgestellt zu sein, wenn neue Modelle und Konzepte verfügbar sind.

Cadillac Europe GmbH



Im Inneren der Chevrolet Corvette Grand Sport





63% *der Deutschen sind generell an Elektroautos interessiert.*

55% *der Deutschen können sich grundsätzlich vorstellen, ein Elektroauto zu kaufen.*



66% *der Deutschen sind für eine staatliche Förderung der Elektromobilität.*

mehr als
2,05 MIO. *Elektroautos wurden im Jahr 2017 weltweit zugelassen.*



25K *Elektroautos wurden im Jahr 2017 in Deutschland neu zugelassen.*

84.675 *der PKW-Neuzulassungen in Deutschland hatten einen Hybridantrieb.*



nur
16% *der Deutschen glauben, dass bis 2020 eine Million Elektrofahrzeuge in Deutschland zugelassen sein werden.*

INFOGRAFIK



ELEKTROMOBILITÄT

Vorfahrt für automatisiertes Fahren statt "mittelalterlicher" Mautprojekte



» Für Automobilpapst Prof. Dr. Ferdinand Dudenhöffer ist das automatisierte Fahren die "größte Revolution" seit der Erfindung des Autos. Dass es in Deutschland nicht annähernd so weit fortgeschritten ist wie in den USA, kritisiert der Autoexperte im Interview mit Wirtschaftsforum mit aller Schärfe.

Herr Prof. Dr. Dudenhöffer, profitiert die Autowelt aus Ihrer Sicht schon von der digitalen Transformation – oder sieht sie sich einer scharfen Konkurrenz aus der digitalen Welt gegenüber, die selbst am Roboter-Auto tüfelt?

Zunächst einmal ist das automatisierte Fahren die größte Revolution seit der Erfindung des Autos. Die Autobauer und auch die Zulieferer wie Bosch und Conti sind schon sehr weit. Einen zusätzlichen Anstoß hat sicherlich Google gegeben, indem sie ein Video von alten Menschen in Fahrzeugen gezeigt haben, die vollautomatisch und ohne Lenkrad gefahren sind. Aber es glaubt gegenwärtig niemand daran, dass das in den nächsten sechs oder sieben Jahren so umgesetzt werden kann.

Warum nicht?

Weil das hochkomplex ist. Erinnern Sie sich nur an TV5Monde, der Sender war das Ziel einer Cyber-Attacke. Die IT-Sicherheit ist eine der wichtigsten Herausforderungen. Es darf nicht passieren, dass Autos geradeaus fahren statt um die Kurve, oder plötzlich alle stehenbleiben.

Gibt es weitere Gründe?

Automatisiertes Fahren kann man nur Schritt für Schritt voranbringen. Seit zwanzig Jahren haben wir bereits teilautomatisierte Systeme in unseren Autos, wie etwa das ESP (Elektronisches Stabilitätsprogramm). ESP überstimmt Sie, wenn Sie in der Kurve zu schnell fahren, reguliert die Geschwindigkeit herunter und bremst, damit kein Unfall passiert. Was bisher Fahrerassistenzsystem hieß, und jetzt – sicherlich durch die Anregung von Google in Richtung automatisiertes Auto weiterentwickelt wird - illustriert, was in Zukunft möglich ist.

Warum sehen Sie automatisiertes Fahren als größte Revolution seit der Erfindung des Autos?

Im Jahr sterben nach Angaben der Weltgesundheitsorganisation etwa 1,2 Millionen Menschen bei Verkehrsunfällen. Die Größe von diesem Friedhof können wir uns alle gar nicht vorstellen. Mehr als 95 Prozent der Fehler gehen auf menschliches Versagen zurück. Durch automatisiertes Fahren können wir die Vision umsetzen, ohne Verkehrstote auf den Straßen auszukommen.

Und der Treiber dieser Entwicklung ist nicht nur Sicherheit, sondern Komfort und Werthaltigkeit eines Fahrzeuges.

Ja, stellen Sie sich vor, Sie sind heute 105 Jahre alt, sehen und hören schlecht – können aber in der Zukunft trotzdem Auto fahren. Und stellen Sie sich vor, Sie haben einen Rundum-Service und müssen nicht länger auf irgendeinem heruntergekommenen Bahnhof bei Regen, Schnee oder Wind auf einen Zug warten, der drei Stunden Verspätung hat. Mit anderen Worten: Der Individualverkehr wird deutlich besser, sicherer und komfortabler werden. Zentrale Systeme wie die Bahn sind dagegen deutlich störanfälliger als dezentrale.

Eine wesentliche Veränderung im Individualverkehr betrifft doch die Eigentumsverhältnisse an diesem Transportmittel, oder?

Richtig, Sie sprechen das Thema Carsharing an, was sich in den Städten etabliert. Das ist der Hauptgrund, warum Google oder Apple in diesem Geschäft mitmischen wollen. Wir sprechen hier nicht von einem Automarkt, sondern von einem Markt für individuelle Mobilität. Das möchte ich mit Uber verdeutlichen: 120 Jahre lang war das Taxi-Business ein lausiges Gewerbe, nie gab es eine Innovation, immer wurden nur diese vierrädrigen Taxi-Autos verkauft. Und viele „arme Burschen“ sitzen drinnen und fristen ihr Dasein, indem sie warten, bis jemand aus dem Zug steigt und ein paar Meter Taxi fährt. Dann ist jemand mit einer simplen App an den Start gegangen – und lässt plötzlich fast das ganze System zusammenbrechen. So etwas könnte auch beim Auto auch passieren. Deshalb sieht Google einen riesigen Markt für Buchungen bei individueller Mobilität – das ist das Eigentliche, was Google interessiert.

Wie beeinflusst das Mobilitätsverständnis der Zukunft die Führungskräfte in den Autokonzernen?

Das ist eine spannende Frage. Premiummarken wie Mercedes, BMW, Porsche und Audi funktionieren nur deshalb, weil ein Lenkrad im Auto ist. Derjenige, der hinterm Lenkrad sitzt, ist der König. Noch vor 150 Jahren saß der König in der Kutsche und vorne auf dem Kutschbock der Diener. Das haben wir umgedreht – und nennen das im Marketing „Emotion“. Die Emotionen unserer Autos sind um dieses Lenkrad aufgebaut. Was passiert mit den mit guten Gewinnen verkaufbaren Emotionen, wenn Sie plötzlich kein Lenkrad in der Hand haben? Werden dann die schönen Marken „austauschbar“? Das Google-Video zeigt eine Revolution. Nicht in der Technik, das könnten die Ingenieure der Autobauer auch. Die Revolution liegt in der Markenführung. Das bisherige Paradigma vom „Helden hinter dem Lenkrad“ wird auf den Kopf gestellt. Es könnte wieder wie früher werden, als der König in der Kutsche saß und der Kutscher Nebensache war.

Welche Rolle werden Architekten und Verkehrsplaner spielen?

Sie können Städte lebenswerter gestalten. Morgen brauchen wir keine Straßen, die mit Betonplanken verstärkt sind. Die Straßen können leichter werden, vielleicht auch charmanter. Keine zehnspurigen Fahrbahnen durch die Großstadt legen, sondern mit neuen Routen die Städte wieder spannender machen.





Und man braucht vielleicht keine Mautdiskussionen mehr.

Mautdiskussionen, das ist typisch Bundesrepublik. Deutschland krankt nicht an seiner Industrie, nicht an der Kreativität, sondern an den Politikern. Wir sind im 21. Jahrhundert, in den USA dürfen autonom fahrende Fahrzeuge im öffentlichen Straßenverkehr bewegt werden, England ist an diesem Thema dran – und was macht Deutschland: unter anderem eine Maut für Österreicher einführen. Das sind die „großen“ Innovationen unseres politischen Systems in der Verkehrspolitik.

Die Politik stellt nicht genügend Weichen, damit die digitale Transformation in der Automobilbranche gelingen kann?

Digital sind wir viel weiter als die Politik. Die Politik hemmt momentan den Fortschritt.

Inwiefern?

Sie dürfen nicht mit dem automatisierten Auto auf die Fahrbahn kommen.

Audi testet doch bereits auf normalen Straßen.

Testen ist etwas anderes. Wo hat denn Audi getestet? Doch nicht in Deutschland, die sind in Amerika gefahren. Wenn einer in Deutschland testet, dann müssen Sie gleich die Autobahn sperren. In Amerika dürfen automatisierte Autos im normalen Straßenverkehr fahren, Sie dürfen Fahrzeuge dort in den Markt bringen. Die gesetzlichen Grundlagen für automatisiertes Fahren haben wir nicht in Europa. Hier gilt das sogenannte Wiener Abkommen, wonach der Fahrer die Kontrolle über das Fahrzeug haben muss.

Was fordern Sie denn konkret von den Politikern?

Gesetzliche Regelungen, nach denen automatisch fahrende Fahrzeuge zugelassen werden können. Die Haftungsgrundlagen zu definieren, ist Aufgabe des Justizministeriums. Das Verkehrsministerium muss sich um die Zulassungsbedingungen kümmern, um Fahrzeuge verkaufen und auf der Straße fahren zu dürfen.



**Kommen wir zur Automobilindustrie. Sehen Sie hier gute Ansätze, um die digitale Revolution zu meistern?
Audi-Chef Rupert Stadler beispielsweise hat Visionen, er spricht von einer urbanen Mobilitätsagenda.**

Das ist sehr vollmundig. Die Autobauer müssen aufpassen, dass sie sich nicht überschätzen, schließlich bauen sie weder Städte, noch Straßen oder Schulen. Wenn einer meint “Wir machen jetzt einen Architektenwettbewerb” und glaubt, damit die Zukunft erfunden zu haben, dann ist das Marketing, und vielleicht auch Selbstüberschätzung.

Dass Rolls Royce auf dem Genfer Autosalon ein Elektroauto vorgestellt hat, ist wohl auch nicht richtungsweisend für die Mobilität des 21. Jahrhunderts.

Nein, also Elektroautos gibt’s von Tesla. Übrigens auch wieder ein sehr schönes Beispiel, das die Autobauer aufpassen müssen. Tesla ist sicherlich derjenige, der bei den Elektroautos am weitesten ist. Das ist ein Quereinsteiger, der hat vorher keine Ahnung von Autos gehabt. Aber er hat das Denkmodell – Autos müssen immer nur einen Verbrennungsmotor haben – über Bord geworfen und hat gesagt: “Wir fangen von vorne an.” So ähnlich kann es auch dem Lenkrad ergehen.

Welche Chance geben Sie denn weltweit dem reinen Elektroauto wie dem von Tesla, auch im Vergleich mit anderen Antriebskonzepten?

Das hängt vom Rohölpreis. Rohöl ist deutlich billiger, als alle prognostiziert haben. Das Elektroauto wird es daher wohl nicht schaffen, sich in den nächsten 20 Jahren durchzusetzen. Aber hinsichtlich der Umweltgesichtspunkte hat es zumindest gute Chancen. Wenn es zum Wandel kommt, dann in China. Großstädte wie Shanghai, Peking und Chongching haben enorme Umweltprobleme, auch wegen des Verkehrs. Das Land bringt gerade die zweite Initiative für Elektromobilität auf den Weg. China ist der größte Automarkt der Welt. Dort wird definiert, welche Autos und Hersteller erfolgreich sind. Verlieren wird Deutschland, weil wir bei diesen Dingen einfach hinterherlaufen.

In China haben Sie erst kürzlich ein Car Symposium veranstaltet.

Wie gesagt, dort ist der wichtigste Automarkt. Wenn Sie den deutschen Zulieferern und Autobauern den chinesischen Markt wegnehmen würden, hätten sie nur noch zwei Drittel bis zur Hälfte ihrer Größe.





Und wo liegt der Zukunftsmarkt für automatisierten Fahren?

In Amerika. Die dortigen gesetzlichen Rahmenbedingungen lassen Freiraum zum Denken und zum Experimentieren.

Sind gelten als DER Rabattexperte und beschweren sich häufig über die hohen Rabatte auf Neuwagen. Rabattschlachten in Zeiten der digitalen Transformation haben zwei Gesichter. Einerseits lassen sie sich im Internet besser führen als in der analogen Welt. Andererseits sind sie eine Übersprungshandlung der Autobauer, die noch nicht in der Mobilitätswelt des 21. Jahrhunderts angekommen ist. Ist da was dran?

Beides ist sicherlich richtig.

Gibt es weitere Gründe für hohe Rabatte?

Nun, das Automobilvertriebssystem ist unendlich antiquiert. Autos werden verkauft wie vor 100 Jahren. Sie haben ein "Häuschen", in denen die Autos ausgestellt und verkauft werden. In der Internetzeit sind diese Häuschen langweilig, aber die Autobauer wollen nicht darauf verzichten. Wenn Sie und ich ein Auto kaufen, müssen wir mehr als zehn Prozent von dem Preis nur für dieses Häuschen ausgeben. Hinzu kommen andere Kosten, etwa für die Werbung. Gleichzeitig sind unsere Autofabriken relativ unflexibel, sprich, sie müssen ihre Kapazitäten nutzen, um keine roten Zahlen zu schreiben. Also es werden auch Autos gebaut ohne dass der Kunde da ist, ...und schon wird in die „Rabattkiste“ gegriffen. Rabatte ist, wenn einem nichts mehr einfällt.

Wie könnte sich das ändern?

Eine Wertgestaltung könnte sein, den Vertrieb neu aufzubauen und zwar mit Internet-Technologie.

Was raten Sie denn VW, aus den Rabattschlachten auszusteigen?

Bei VW ist das ein besonderes Problem. Wenn Sie Ihrer Kernmarke so aufbauen, dass Sie die gleichen Autos mit leichten Modifikationen und anderen Markenaufklebern zehn Prozent günstiger bekommen, bleibt nichts anderes übrig als der Rabatt. Der VW-Konzern hat zu viele Marken, die sich um dieselbe Zielgruppe kümmern. Skoda etwa greift nach VW-Kunden von „unten“ und Audi fischt die etwas besseren VW-Kunden von oben ab. In so einer Sandwich-Position lebt es sich sehr unkomfortabel.



Nimmt Google den Autokonzernen das Lenkrad weg?

Wobei die Škoda-Wagen noch günstiger als zehn Prozent zu haben sind.

Ja, noch günstiger, aber Škoda nimmt VW die Luft zum Atmen. VW ist durch die gute VW-Qualität von Skoda überflüssig. Entweder nehme ich Audi oder Škoda, aber zwischendrin ist kein Platz mehr.

Kennen Sie eigentlich ein Auto, das wirklich den Listenpreis wert ist?

Der Dacia, für den es nicht mehr als drei Prozent Rabatt gibt. Dacia steht außerhalb vom Wettbewerb, weil es ein System hat, das dem von Aldi ähnelt: Preisgünstige Mobilität statt Prestige! Es gibt keinen, der das so gut beherrscht wie Dacia.

Kehren wir zur digitalen Transformation zurück. Wie bewerten Sie das Thema Big Data?

Big Data hilft uns, das Produkt und die Wertschöpfungskette intelligent zu gestalten. Fahrzeuge, die bei den Kunden sind, können auch besser betreut werden. Künftig wird es Updates für Softwaresysteme beim Auto geben, die im Prinzip wie bei Handys automatisch geladen werden.

Wie gehen Menschen mit der neuen Mobilitätsära um?

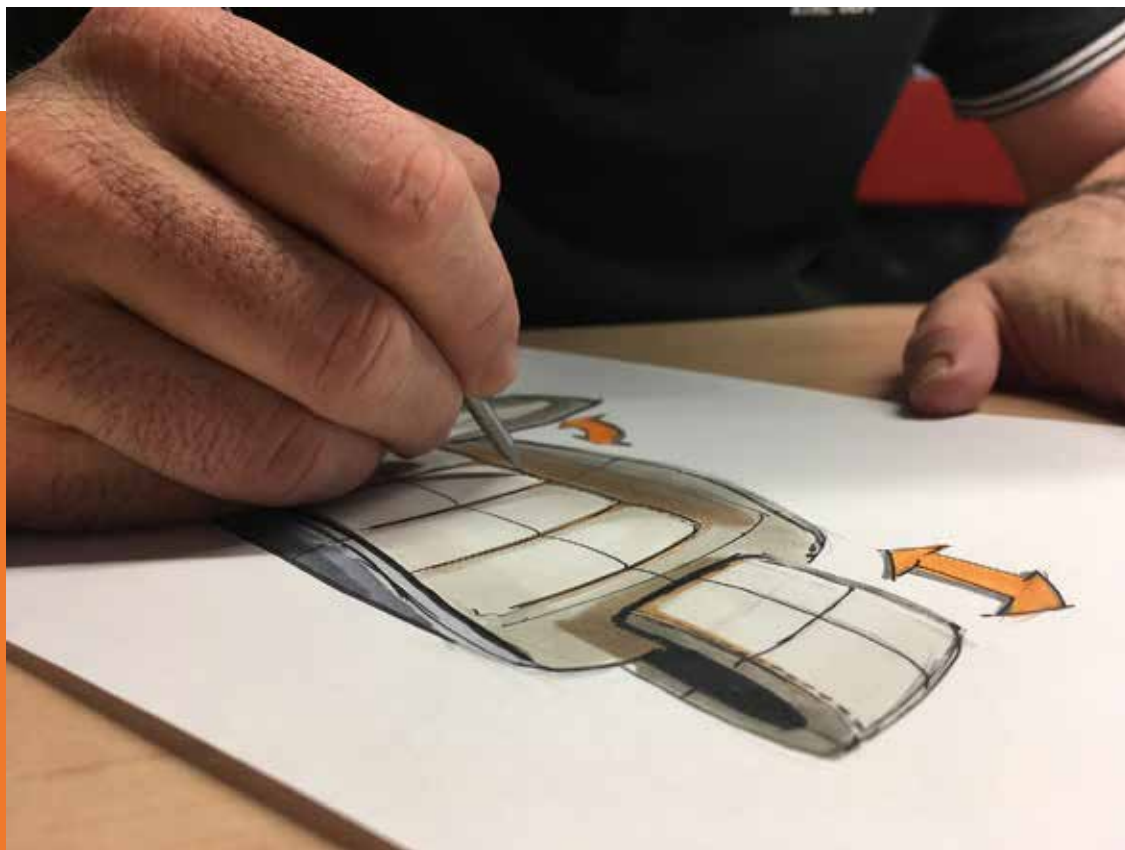
Sie werden Autos neu begreifen – eben nicht mehr als Statusobjekt vor der Haustür, sondern als Mobilitätsprodukt, das ich nehme, wenn ich es gerade brauche.

Auch bei den Mitarbeitern der Autobauer ändert sich die Beziehung zum Fahrzeug.

Die Mitarbeiter werden sich in den digitalen Welten gut bewegen können. Unsere Kinder freunden sich mit Neuem deutlich schneller an als wir und sind offener für neue Konzepte. Mit Spielkonsolen fangen sie an in digitalen Welten zu leben. Die ganze Digitalisierung entwickelt sich häufig aus einem Spieltrieb. Diejenigen, die sich mit Computerspielen beschäftigt haben, bringen heute die Gestikererkennung voran und arbeiten damit schon fast an der Vorfront der Forschung. Insofern wächst die junge Generation automatisch in diese neuen Schuhe hinein.



Die ganze Automobilindustrie muss komplett umdenken



hsd GmbH
Trierer Straße 30
53518 Kottenborn

☎ +49 (0)2691 - 937 9997

☎ +49 (0)151 - 4261 9043

✉ henrik@hsd-studios.com

PORTRÄT

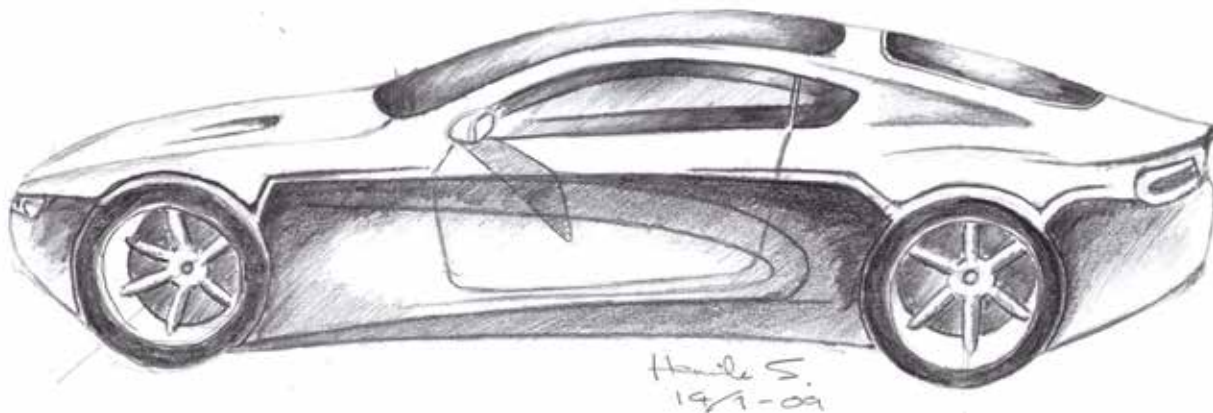
Henrik Samuelsson verbindet Design mit Konstruktion und kombiniert damit das Beste aus zwei Welten. Seit 2010 betreut er Weltmarken wie Audi und Porsche. Welche Designpunkte das perfekte Auto haben muss, wie er die Zukunft der E-Mobilität sieht und was er über autonomes Fahren denkt, erklärt er Wirtschaftsforum im Interview.

WF: Herr Samuelsson, Ihre Arbeitsfelder liegen sowohl in der Technischen Produktentwicklung als auch im Mechanical Design, Sie sind also gleichzeitig Konstrukteur und Designer. Eine perfekte Kombination, weil beide Bereiche Einfluss aufeinander haben – vor allem in technischen Branchen

wie im Automobilsektor, für den Sie hauptsächlich arbeiten. Andererseits ist es ungewöhnlich, dass jemand wirklich beides kann und auch macht. Wie sind Sie darauf gekommen, das eine mit dem anderen zu verbinden, und welche Leistungen bieten Sie Ihren Kunden im Detail?

Henrik Samuelsson: Technik ist eine Sache die mich, wie wahrscheinlich jeden Jungen, immer interessiert hat und auch heute noch sehr am Herzen liegt. Diese Neugier zu verstehen wie etwas funktioniert und die Kenntnis zu besitzen warum es auch so funktioniert, um es weiter in anderen

Fällen einsetzen zu können, darin liegt eine große Freude. Das Designinteresse kommt höchstwahrscheinlich daher, in einer kunstinteressierten und in der Kunst tätigen Familie großgeworden zu sein und es ist mir immer natürlich gewesen, Sachen aus ihrer visuellen Perspektive zu betrachten.



WF: Sie haben hsd im Jahr 2010 gegründet, damals noch unter dem Namen hsd studios. In der Selbstständigkeit sind nicht einmal acht Jahre eine verhältnismäßig kurze Zeit, um sich fest in den Sattel zu setzen – und Sie betreuen bereits Projekte für Weltmarken wie Audi und Porsche. Noch dazu als One-Man-Show, denn Sie arbeiten allein. Wie erklären Sie sich Ihren Erfolg?

Henrik Samulesson: Es heißt ja so schön, dass selbstständig mit „selbst und ständig“ gleich zu stellen ist. Dies mag in mancher Hinsicht richtig sein, aber wenn es um Kunden und Endkunden geht ist es eine andere Sache. Ich als „One-man-show“ kann nie direkt mit den Endkunden arbeiten, sondern bin auf Dienstleisterfirmen angewiesen, durch die ich als Sub-Contractor gehe. Hier ist ein großes Vertrauensverhältnis zu erarbeiten und man muss beweisen das man tatsächlich das kann, was man angibt. Also hier ein Lob an die Firmen, die mir vertraut haben und mein Erfolg ist zum großen Teil deren Offenheit zu verdanken.

WF: Als für die Automobilbranche arbeitender Konstrukteur und Designer liegt die Vermutung nahe, dass Sie ein Autonarr sind – ohne Liebe zur Sache kann ja niemand in seinem Bereich gute Arbeit leisten. Was macht für Sie unter technischen und Designgesichtspunkten ein wirklich gelungenes Auto aus, das Sie selbst gern fahren würden?

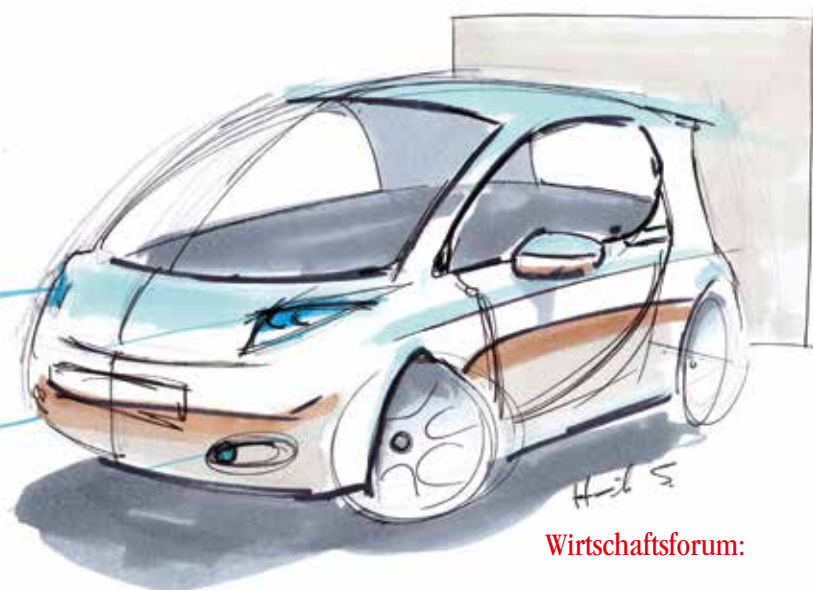
liches Fahren angesagt und dies liegt mir besonders gut. Die Frage muss ich in zwei Teile aufteilen, weil ich einen Unterschied mache was für mich ein gutes Auto ist und was ich gerne fahren möchte. Aus technischer Sicht ist für mich der vollständige Wagen noch nicht da, ich denke nämlich an elektroangetriebene Autos. Die sind heute noch nicht so weit, dass ich eins

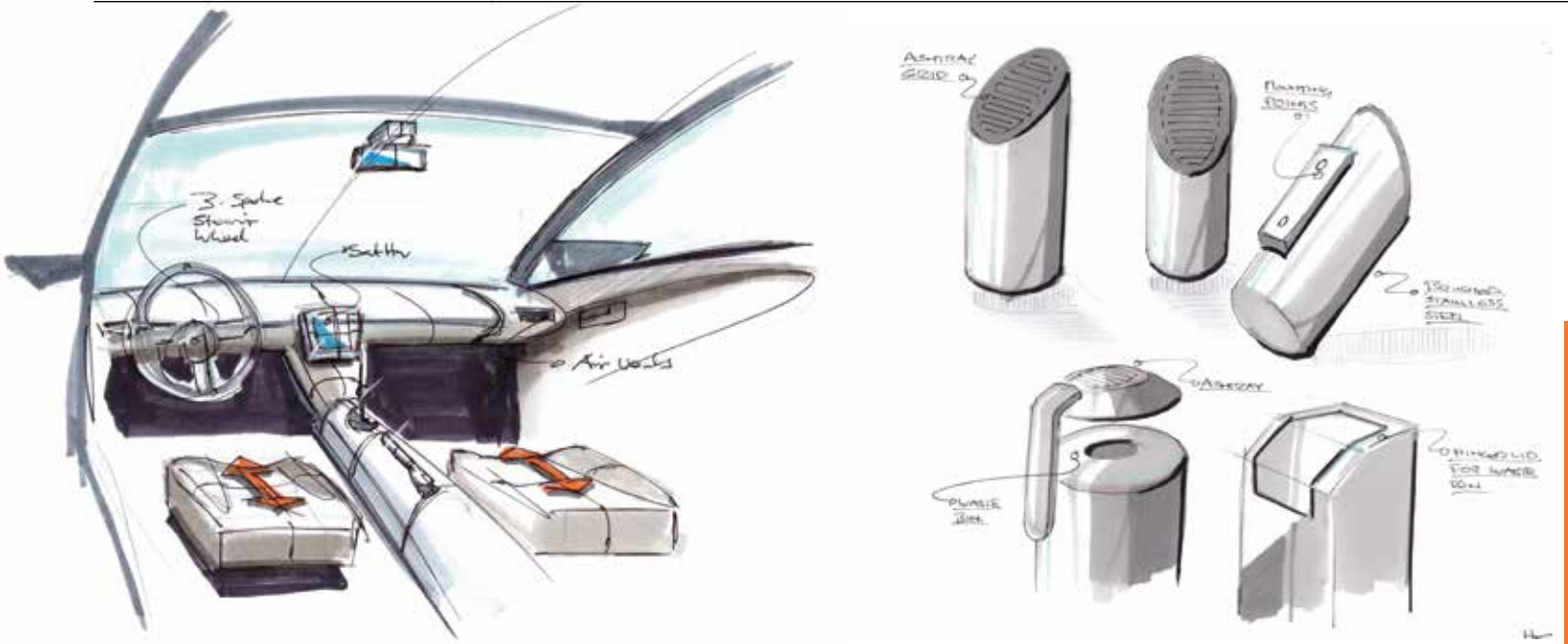
kaufen möchte. Es gibt welche die richtig gut sind, wie zum Beispiel Tesla, aber die sind in einer zu hohen Preiskategorie für jedermann. Ein Elektromotor als Antriebsquelle ist aus heutiger Sicht unschlagbar, aber die Batterie ist vielleicht nicht die richtige Lösung um Strom zu erzeugen. Es gibt ja heute schon Alternativen, obwohl diese noch nicht wirtschaftlich umsetzbar sind.

Aus Sicht des Designs ist es etwas anderes. Hier gibt es mehr Fahrzeuge, die ich als sehr gelungen und nahezu perfekt ansehe. Ein ganz wichtiger Punkt für mich ist die Zweckmäßigkeit des Designs. Das Design muss etwas über das

Ein Elektromotor als Antriebsquelle ist aus heutiger Sicht unschlagbar, aber die Batterie ist vielleicht nicht die richtige Lösung um Strom zu erzeugen.

Henrik Samulesson: Ich glaube, dass ich etwas anders bin als die große Menge, insofern dass ich etwas Ungewöhnliches fahren möchte, etwas das von der Menge heraussticht. Besonders gut gefallen mir kleine Fahrzeuge, weil diese sehr praktisch zu fahren sind und ich sowieso sehr häufig allein unterwegs bin. Dank des niedrigen Gewichts ist auch mit niedriger Motorisierung ein sport-





Auto sagen. Ein Stadtauto soll nicht so aussehen als würde es super mit 250 km/h fahren, dann ist das Ziel in meinen Augen verpasst. Nimm den Smart als Beispiel; es ist den Designer gelungen ein richtig hübsches Auto mit sehr hohem praktischem Wert zu entwickeln, die haben fast ein Lifestyleprodukt geschaffen. Aus einer anderen Sicht sind bei mir die Aston Martins ganz oben. Es gibt wenig Fahrzeuge die mit so wenig Linien einen so großen Eindruck hinterlassen. Die strahlen Sportlichkeit, Schönheit und Luxus in einer Art und Weise aus, die keinem anderen Hersteller bis heute gelungen ist. Um die Frage letztendlich zu beantworten, entscheide ich mich für zwei Fahrzeuge unterschiedlicher Kategorien; Aston Martin DB11 und Lotus Exige.

WF: Vom Standpunkt des Ingenieurs betrachtet: Wie stehen Sie zum Thema autonomes Fahren? Die jüngsten Vorfälle werfen die

Frage auf, wie sicher es tatsächlich schon ist. Woran muss Ihrer Meinung nach noch gearbeitet werden?

Henrik Samuelsson: Das Thema Autonomes Fahren ist bei mir Schritt für Schritt gewachsen. Es ist eine sehr positive Sache, wenn es, meiner Meinung nach, richtig eingesetzt wird. Ich sehe es als Kompliment zu normalem manuellen Fahren in gewissen Situationen wie zum Beispiel Stau, der „langweilige“ Weg zur Arbeit und ähnlichen Situationen. Ein komplett autonomes Fahrzeug ohne Lenkrad kann ich mir nicht vorstellen, einerseits weil wir Ge-

wohnheitstiere sind und es würde mindestens eine Generation dauern um es zu akzeptieren. Zweitens glaube ich, dass wir das Fahren vermissen würden. Wenn man in einem Stau unterwegs zur Arbeit steht, wird man es wahrscheinlich nie vermissen, aber auf einer wunderschönen Landstraße unter der Sonne würde das Lenkrad doch sehr fehlen. Meines Wissens nach, stehen die Unfälle mit autonomen Fahrzeugen in einem relativ guten Verhältnis zu Unfällen durch menschliches Versagen. Dies ist doch kein 1:1 Vergleich, weil wir es gewohnt sind, dass die „Roboter“ keine Fehler machen. Ethik und Moral sind hier die größeren

Hindernisse im Vergleich zu der Technik, obwohl auch hier noch viel zu tun ist.

WF: Die Skizze des flotten Sportwagens, der unser Titelbild ziert, stammt aus Ihrer Feder. Was ihn auf Touren bringt, muss heute nicht mehr unbedingt ein Verbrennungsmotor sein. Für die Automobilbranche ist neben dem autonomen Fahren E-Mobility das andere große Thema, nicht nur angesichts des Dieselskandals. Haben Sie schon einmal an einem E-Auto mitgearbeitet?

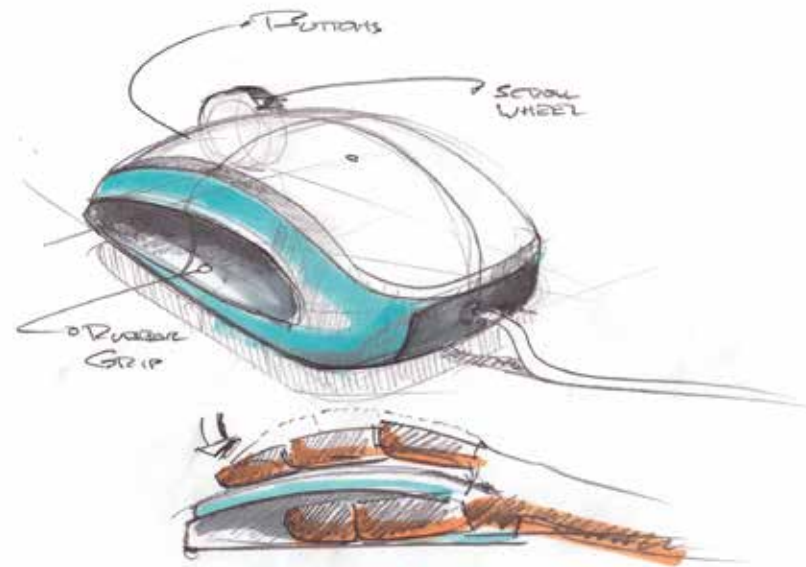
Henrik Samuelsson: Ich habe die Möglichkeit gehabt ein E-Auto mit



zu entwickeln, obwohl nicht im Antriebsbereich, sondern im Bereich der Interior- Exterior Trim. Obwohl es jetzt ein paar Jahre her ist, ist mir eine Sache besonders in Erinnerung geblieben. Die ganze

als „Zukunft der Mobilität“. Wie mobil kann aus Ihrer Sicht durch Elektrizität und automatisiert fahrende Automobile die Welt wirklich werden?

Henrik Samulesson: Ich glaube, die Möglichkeiten sind hauptsächlich nur von unserer Fantasie und deren Umsetzbarkeit begrenzt. Wenn wir das Thema, ohne den sehr Zeit fressenden Teil der Bürokratie und Gesetzgebung betrachten, sind die Möglichkeiten groß und vielversprechend. Die Schritt-für-Schritt



Ein ganz wichtiger Punkt für mich ist die Zweckmäßigkeit des Designs. Das Design muss etwas über das Auto sagen.

Automobilindustrie muss komplett umdenken und mit einem blanken Blatt Papier anfangen, wenn Sie ein E-Auto entwickeln will. So viele von den möglichen Vorteilen mit einem E-Antrieb sind mit konventionellen Strukturen im Rohbau und Antrieb verloren gegangen. Auch wenn man vom Beginn an loslegt, müssen wir die alten Denkweisen hinter uns lassen, um die Vorteile des neuen Antriebes vollends genießen zu können.

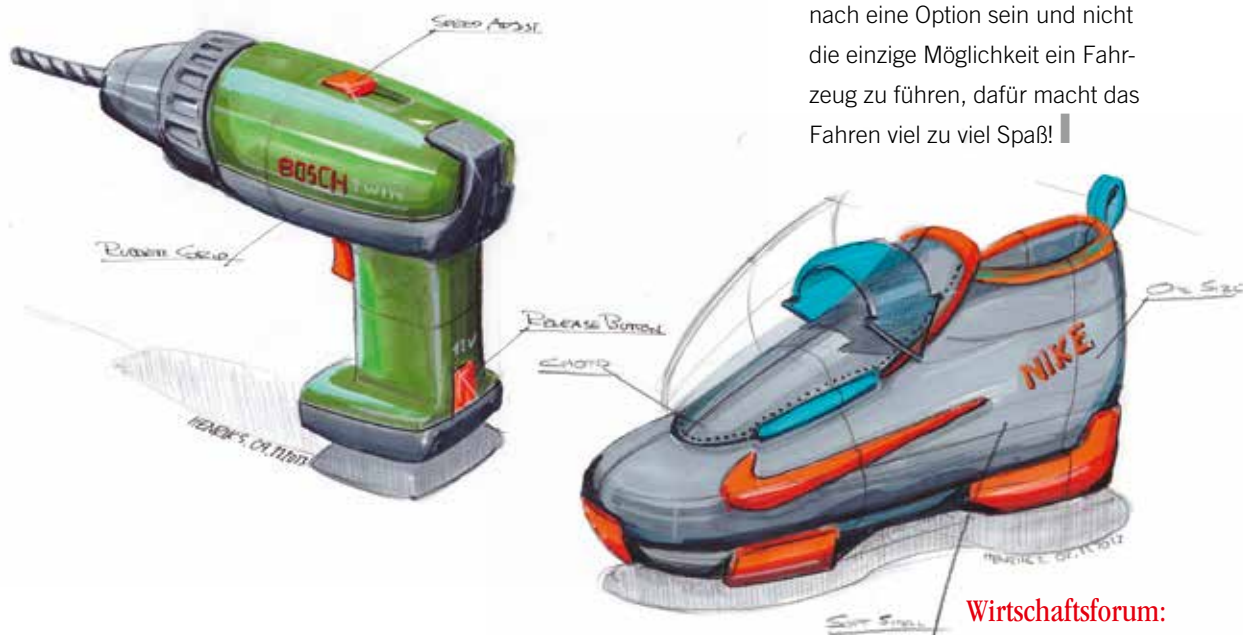
Es gibt viele Sachen die wir für selbstverständlich halten, die durch E-Autos in Frage gestellt werden. Der riesige Kühlergrill der fast jedes Auto verziert, wird nicht mehr in dem Sinn benötigt. Durch Entfallen der Auspuffanlage, wird das Styling des ganzen unteren Teils des Fahrzeughecks anders. Die Frontklappe wird vielleicht zu einem zweiten Kofferraum?

WF: Eine zentrale Frage unserer Sonderausgabe richtet den Fokus auf das Thema E-Mobilität

Einführung des Elektroantriebs hat ja schon, obwohl noch relativ klein, begonnen. Die Technik ist noch nicht ganz reif und es fehlt eine Haupteinrichtung der Energiequelle um die Endprodukte zu einem finanziell attraktiven Preis anbieten zu können. Die Entwicklung ist doch rasant und viele neue Start-ups in diesem Bereich geben ihr Bestes um den Prozess zu beschleunigen.

Das Autonome Fahren ist ein sehr komplexes Thema, das, wie schon erwähnt, nicht nur die technischen Aspekte in Betracht nehmen muss, sondern auch ethische und moralische Verantwortungen hat. Wenn alle Fahrzeuge autonom fahren würden, wäre es vielleicht einfacher ein komplexes Verkehrssystem zusammenzustellen. Um dies umsetzen zu können, müsste man vielleicht für einen bestimmten Bereich nur autonom fahrende Fahrzeuge erlauben, in einem geo-

grafisch abgegrenzten Testbereich. Das mag vielleicht ein Vorort sein oder ein Teil davon. Eine andere Möglichkeit wäre, einen separierten Bereich der Infrastruktur zu „reservieren“, wie zum Beispiel die heutigen Fahrspuren für Busse. Weil wir seit über hundert Jahren gewohnt sind unsere Fahrzeuge durch eigenen Willen und Können zu steuern, wird dieser Umstieg kein leichter sein und ich denke es ist auch gut so. Das autonome Fahren sollte meiner Meinung nach eine Option sein und nicht die einzige Möglichkeit ein Fahrzeug zu führen, dafür macht das Fahren viel zu viel Spaß! █



Die Kunst der Entwicklung

Technologie und Innovationen bestimmen seit jeher die Automobilindustrie. In den letzten Jahren verändert sich die Branche rasant, vor allem durch Elektromobilität und Konnektivität. Stetig entwickeln sich Produktpaletten und Techniken weiter, die Anforderungen der Kundschaft wachsen konstant. Hier muss auch das Engineering mitziehen, so wie es das Unternehmen Da Vinci Engineering vormacht. Das Unternehmen bietet Entwicklungsdienstleistungen an und trifft so den Zeitgeist – überlegt, zuverlässig und wegweisend für die gesamte Branche.

PORTRÄT

„Da Vinci war Ingenieur und Künstler. Unser Motto ist ‘The Art of Engineering’, außerdem bin ich Italiener. Das passt!“ Wenn Massimiliano Cava von seinem Unternehmen spricht, steckt er jeden mit seiner Leidenschaft an. Denn Leidenschaft ist auch das, was ihn antreibt und ihn aus einer Anstellung bei einem Automobilhersteller heraus in die Selbstständigkeit brachte. „Ich habe das Potenzial in der Engineering-Dienstleistungsbranche gesehen, aber die Wertschätzung für die Menschen hat gefehlt. Ich habe die Firma so aufgebaut, dass die Mitarbeiter bei

Da Vinci immer im Vordergrund standen.“ Das erste Büro noch in der eigenen Wohnung, begann die Firma schnell zu wachsen. Die Nachfrage nach der Produktpalette von Da Vinci ist hoch. „Wir sind ausschließlich im Bereich der Entwicklung tätig. Dazu gehören Elektrik und Elektronik, also Steuergeräteentwicklung, sowie Konnektivität, wie beispielsweise Telefonie im Fahrzeug. Außerdem bieten wir Dienstleistungen im Bereich Elektrofahrzeuge an, beschäftigen uns mit Autonomem Fahren und Infotainmentsystemen.“ Diese Vielfalt in Kombination mit der

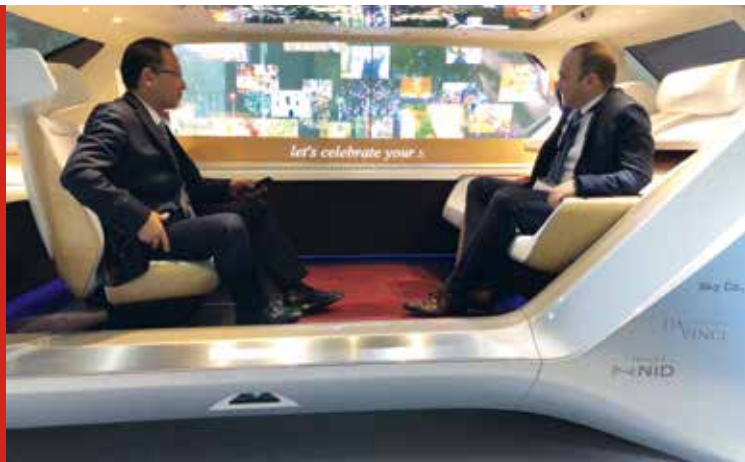


Pure Leidenschaft: Gründer und Geschäftsführer Massimiliano Cava steht voll hinter seinem Unternehmen

Leidenschaft des Gründers sorgen für einen Umsatz von rund 30 Millionen EUR im Jahr 2017, der kontinuierlich wachsen soll. Doch das wichtigste Kapital des Unternehmens sind seine Mitarbeiter. „Ich will die Menschen unterstützen,

zufriedene Kundschaft. „Unser erstes Kapital sind die Menschen, die in der Entwicklung arbeiten und sich mit den zukünftigen Themen beschäftigen. Wir identifizieren uns mit Menschen, mit unseren Dienstleistungen, mit unseren

**Wertschätzung ist das Stichwort:
Es muss Spaß machen, bei uns zu arbeiten.**



Panasonic präsentiert ein neues, fahrerloses SUV-Konzept auf der CES in Las Vegas

die die Firma nach vorn bringen. Keine Firma ist wie unsere.“ Denn: Mitarbeiter, die sich wertgeschätzt und wohl fühlen, sorgen für innovative Produkte und so auch für

Kunden.“ Wertschätzung sowohl auf Mitarbeiter – als auch auf Kundenseite ist das Erfolgsgeheimnis von Da Vinci. Und letztere kann sich sehen lassen: Panasonic,



Ein starkes Wir-Gefühl herrscht unter allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern von Da Vinci

Daimler, Porsche, Magneti Marelli, LG oder auch Maserati nutzen das Angebot des Unternehmens.

WEITER WACHSEN

„Im Exportbereich haben wir beispielsweise Projekte mit Maserati oder der Fiat-Gruppe in Italien. Wir sind auch selbst international: Unsere Mitarbeiter kommen aus 60 verschiedenen Ländern“, erklärt der Geschäftsführer. 370 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in Deutschland, Italien und Rumänien arbeiten aktuell für Da Vinci.

In Zukunft will Massimiliano Cava aber weiter aufstocken, um der wachsenden Kundennachfrage gerecht zu werden: „In 2020 wollen wir die 500-Mitarbeiter-Marke knacken, darauf liegt unser Fokus. Hinzu kommt das Ziel, unter den Top 25 der Engineering-Dienstleister in Deutschland gelistet zu werden. Und: 40 Millionen EUR Umsatz sollen erreicht werden!“

DA ENGINEERING
VINCI

Da Vinci Engineering GmbH
Hauptstätter Straße 149
70178 Stuttgart
Deutschland

+49 711 722400
+49 711 72240198

info@davinci-e.de
www.davinci-e.de



NICHTS IST
UNMÖGLICH

MEHR PLUS OHNE MINUS.

**Freie Fahrt in jede Stadt,
frei von externem Aufladen.**



**HYBRID
UN=PLUGGED**

Toyota C-HR

JETZT DURCHSTARTEN >

ToyotaBusiness
Plus



Voll im Lack in See stechen

In der Krise wachsen? Warum nicht, sagte man sich bei der Euro M.A.R. srl im italienischen La Spezia. Der Mut des Schiffslackierers zahlte sich aus. Heute ist er ein namhafter und gefragter Ansprechpartner, wenn es um den Neubau oder die Wartung von (Luxus-)Yachten und Booten geht. Die Bearbeitung und Lackierung der Oberflächen schützt die Karosserie vor den Einflüssen des Meeres, denen ein Schiff ständig ausgesetzt ist. Und auch, wenn nicht nur die Optik zählt: Der schönste Lohn ist es für die Mitarbeiter, wenn die fertige Yacht schließlich voll im Lack steht.

PORTRÄT



Verwandlung: Ein 'Haufen Metall' wird zum Luxusliner

In dieser Familie dreht sich alles um Schiffe, und das nicht erst seit heute. Die Brüder Maurizio und Roberto Russo nutzten 2001 einen Boom in der Touristikbranche und gründeten das Unternehmen, zunächst mit nur wenigen Mitarbeitern. „Beide hatten schon im Betrieb meines Großvaters gearbeitet, der allerdings mit großen Schiffen zu tun hatte“, erzählt Davide Russo, der zusammen mit

seinem Cousin 2012 ins Familienunternehmen einstieg und für die administrativen Aufgaben und das Personal verantwortlich ist. „Sie hatten Glück, denn die Konjunktur war gut und bis 2009 ist die Firma konstant gewachsen. Dann kam die große Krise“, berichtet Davide Russo weiter. Auch wenn diese spürbar war, begann mit ihr ein neuer Aufschwung. Von 2013 an verzeichnete



Der Außenanstrich darf auch einmal etwas ausgefallener sein

Euro M.A.R. wieder konstantes Wachstum: Die Mitarbeiterzahl stieg von 50 auf 200. Der Jahresumsatz betrug 2017 rund zehn Millionen EUR. Im selben Jahr wurde Euro M.A.R. von der Financial Times unter die 1.000 am schnellsten wachsenden Firmen Europas gewählt und ist auch für dieses Jahr nominiert.

KNACKPUNKT OBERFLÄCHE

Euro M.A.R. hat sich auf Boote ab einer Länge von 46 m spezialisiert und bearbeitet sowohl den Außen- als auch den Innenbereich. Doch auch größere Kaliber sind kein Problem. Zu den Kunden gehören Unternehmen wie Sanlorenzo, Baglietto, Perini Navi, Gruppo NCA, Palumbo-ISA oder CRN-Ferretti.



Vor dem Lackieren muss die Oberfläche optimal vorbereitet werden ...

„Gerade haben wir zwei 80-Meter-Boote. Die Arbeiten, die immer bei den Reedereien stattfinden, dauern bei dieser Größe etwa ein Jahr. Die Reedereien wissen, dass wir ein hohes Arbeitspensum absolvieren können“, betont Davide Russo. Meist handelt es sich um

neue, manchmal auch um wieder-aufzuarbeitende Boote. Entscheidend für ein gutes Ergebnis sei die Qualität der Oberflächen. „Sie sollen wie ein Spiegel sein. Wenn sie schlecht vorbereitet sind, kann die Lackierung Defekte aufweisen.“



200 Mitarbeiter, darunter viele Karosserie- und Lackiertechniker, sind am Hauptsitz in La Spezia und vor Ort in zahlreichen Reedereien im Einsatz



... am Ende soll es glänzen

RESPEKT UND VISIONEN

Trotz ihrer Größe hat die Firma ihre Familienunternehmenskultur beibehalten. Und auch der Generationswechsel wird problemlos ablaufen. „Mein Cousin und ich sind jetzt komplett in die Unternehmensführung involviert. Doch mein Vater und mein Onkel haben so unglaublich viel Erfahrung, die kann man nicht durch ein Studium kompensieren“, ist Davide Russo überzeugt. Gegenseitigen Respekt und Visionen, die sich ergänzen, nennt er als Erfolgsrezept für eine optimale Zusammenarbeit und betont außerdem: „Wir sind gut darin, Probleme in Möglichkeiten zu verwandeln und haben

mutige Entscheidungen getroffen. In der Krise ab 2009 zu wachsen, war ein Risiko.“ Seine Motivation schöpft er aus seinen organisatorischen Aufgaben und dem sichtbaren Erfolg: „Am Anfang ist ein Boot nichts anderes als ein Haufen Metall, der zu einem Luxushotel auf dem Meer wird. Wenn ein Auftrag abgeschlossen ist, sehen wir, was wir geschaffen haben.“

EURO M.A.R. Srl

Viale Giovanni Amendola 172
19121 La Spezia (SP)
Italien

+39 0187 779670

davide@euromar-srl.it

www.euomarlaspazia.com

Am Anfang ist ein Boot nichts anderes als ein Haufen Metall, der zu einem Luxushotel auf dem Meer wird.



Ibeo Automotive Systems GmbH – Hidden Champion in der Automotive-Industrie

Die Firmengeschichte von Ibeo begann vor 20 Jahren mit einem Notbremsmanöver. Seitdem bereitet Ibeo den Weg für die Zukunft der Mobilität. Die Vision war es immer schon, die Straße zu einem sicheren Ort zu machen und Ibeo zum dem Spezialisten für LiDAR-Technologie und autonomes Fahren zu machen, der das Unternehmen heute ist.

PORTRÄT

Autonomes Fahren ist derzeit in aller Munde. Für das Hamburger Unternehmen Ibeo Automotive Systems ist automatisiertes Fahren jedoch viel mehr als nur ein Trend. Denn das Entwicklungsunternehmen ist weltweit führend in der Lidar-Technologie. 'Lidar' steht für 'Light detection and ranging'. „Wir sind Spezialisten in Sachen Laserscanner für den Bereich Automotive“, beschreibt Mario Brumm, Gesellschafter und Head of Marketing & Sales der Ibeo Automotive Systems GmbH, das Geschäftsfeld. Dabei kombiniert

Ibeo Automotive Systems die LiDAR-Technologie mit speziellen Softwaresystemen für Fahrerassistenzsysteme sowie autonom fahrende Fahrzeuge.

PIONEERING THE FUTURE OF MOBILITY

Unter diesem Motto feiert Ibeo dieses Jahr sein 20-jähriges Firmenjubiläum. Alles begann im Jahr 1998, als Ibeo ein automatisiertes Notbremsmanöver für die Dissertation von Ibeo-Geschäftsführer Dr. Ulrich Lages entwickelte.

Seitdem hat Ibeo mit zahlreichen Sensormodellen und Forschungsprojekten die LiDAR-Technologie zukunftsfähig gemacht.

„Derzeit arbeiten wir an den Leveln 2 bis 4. Wobei Level 4 bedeutet: höchstmögliches, aber nicht vollständig automatisiertes Fahren. Der Fahrer bleibt verantwortlich für alles“, sagt Mario Brumm.

„Das Umschalten auf Level 5 wird daher eines Tages ganz einfach per Knopfdruck erfolgen können, sobald alle Voraussetzungen gegeben sind.“

Bereits 2017 hat Ibeo Automotive Systems in Kooperation mit dem französischen Zulieferer Valeo einen Laserscanner in Serie gebracht. Dieser Sensor ist mit einem mechanisch drehenden Spiegel ausgestattet. Aktuell wird der Sensor im Audi A8 für den sogenannten Staupiloten verbaut.

NÄCHSTE SENSORGENERATION: 3D SOLID STATE

Da Ibeo Automotive Systems im LiDAR-Segment weltweit führend ist, stieg ZF vor zwei Jahren ein.



Die Lidar-Technologie stattet Fahrzeuge mit zahlreichen Sensoren aus. So gelingen Abstands- und Bremskontrolle



Zur Zukunft des Autofahrens gehört das freihändige Fahren. Bei Ibeo Automotive Systems ist das schon jetzt keine Zukunftsmusik mehr

Ibeo Automotive Systems GmbH

Merkurring 60-62
22143 Hamburg
Deutschland

+49 40 298 6760

+49 40 298 67610

presse@ibeo-as.com

www.ibeo-as.com

2016 erwarb ZF eine 40%-Beteiligung an Ibeo Automotive Systems und ist dank seiner System- und Produktionskompetenz als idealer Partner für das Entwicklungsunternehmen.

Ziel der Zusammenarbeit mit der ZF Friedrichshafen AG ist die Entwicklung und Serienproduktion einer neuen Sensorgeneration. Der 3D Solid State LiDAR kommt nun gänzlich ohne bewegliche Teile aus und ist dadurch kleiner, leichter und noch einfacher in das Fahrzeugdesign zu integrieren. Zudem ist es dank verschiedener Sens-

orköpfe möglich, die individuellen Bedürfnisse der Kunden zu erfüllen. Der Großserienstart mit ZF als primärem Produktionspartner ist ab etwa 2020/2021 geplant.

Entsprechend groß ist der Bedarf an neuen Mitarbeitern. Deren Zahl soll noch in diesem Jahr auf über 200 wachsen. █



Sie wissen nicht, was auf Sie zukommt? Kein Problem.

Es geht nicht darum, alles vorherzusehen. Es reicht, darauf vorbereitet zu sein.

Kameras, Radarsysteme sowie Sensoren von ZF erkennen Gefahren besser als das menschliche Auge und unsere vernetzten Sicherheitssysteme helfen, blitzschnell die richtigen Reaktionen einzuleiten. Mit innovativen Assistenzsystemen von ZF verliert auch das Unvorhersehbare seinen Schrecken.



Runter von der Straße



Zahlreiche Konsumgüter benutzen wir täglich, ohne uns Gedanken darüber zu machen, welchen langen Weg sie bis dahin oft zurückgelegt haben und welcher logistische Aufwand dafür erforderlich ist. Zeit ist in der Logistikbranche Geld. Umso wichtiger ist es, dass alle Räder ineinandergreifen. Das ist die Spezialität der RRT Rhein-Ruhr Terminal Gesellschaft für Container- und Güterumschlag mbH. Der Logistikdienstleister, der ein Terminal im Duisburger Hafen betreibt, bringt Container auf dem Wasser und an Land sicher zum Ziel.

PORTRÄT

Container, so weit das Auge reicht – das Terminal von RRT im Duisburger Hafen ist seit der Firmengründung 1986 stetig gewachsen, von anfangs 35.000 m² auf rund 150.000 m². An zwei Standorten

an Land weitertransportiert. „Wir bieten einen trimodalen Service, das heißt sowohl die Binnenschifffahrt, den Lkw- als auch den Schienenverkehr an“, erklärt der Geschäftsführer Kevin Gründer.

bewegt – zwei TEU entsprechen etwa einer Lkw-Einheit. Der Komplettanbieter für logistische Dienstleistungen rund um den Container beschäftigt 87 Mitarbeiter. Sein Terminal ist eines von fünf deutschen Hafenterminals der Groupeniska intermodal, die übrigen befinden sich in Köln, Dormagen, Düsseldorf und Krefeld. Zusätzlich verfügt man über Büros in Rotterdam und Hamburg. Die neska-Gruppe beschäftigt 680 Mitarbeiter und realisiert einen Umsatz von 195 Millionen EUR.

LÖSUNGEN FÜR SPEZIELLE BEDÜRFNISSE

„Die Container kommen in der Regel in den Seehäfen in Rotterdam, Antwerpen, Bremerhaven oder Hamburg an“, so Kevin Gründer. „Dort übernehmen wir sie mit einem unserer Containerschiffe und bringen sie zu unserem Terminal oder anderen Häfen. Bei uns werden sie kurzfristig gelagert; wir reparieren sie auch bei Bedarf und transportieren sie anschließend weiter.“ Je nach den spezifischen Bedürfnissen wird der Transport

Unser Ziel ist es, die letzten Meilen auf der Straße so gering wie möglich zu halten.

mit jeweils zwei Krananlagen – der zweite Standort wurde 2009 in Betrieb genommen – werden hier Container umgeschlagen und meist zu anderen Häfen oder auch

„Unser Schwerpunkt liegt in speziellen Lösungen, die optimal auf die Kundenbedürfnisse zugeschnitten sind.“ Mit 325.000 Kranbewegungen werden pro Jahr 530.000 TEU



Im Terminal werden seit über 30 Jahren Container umgeschlagen



Schwerstarbeit: RRT verzeichnet 325.000 Kranbewegungen im Jahr

RRT Rhein-Ruhr Terminal Gesellschaft für Container- und Güterumschlag mbH

Richard Seiffert Straße 43
47249 Duisburg
Deutschland

☎ +49 203 318560

☎ +49 203 31856329

✉ info@rrt.container-terminal.de

🌐 www.rrt.container-terminal.de

RRT
RHEIN-RUHR TERMINAL



An zwei Standorten im Hafen Duisburg betreibt RRT je zwei Krananlagen



Auch die kurzfristige Lagerung und Reparatur von Containern im Terminal gehört zum Angebot

individuell organisiert. Dabei gilt es im Sinne der Umwelt, den Verkehr so weit wie möglich von der Straße zu nehmen.

Geschäfts liegt mit 65% im Import von Konsumgütern, vor allem aus Asien.

ordinate. So wird jedem Container ein bestimmter Platz zugewiesen. Wir nutzen die Radiofrequenz-technologie und sind damit just in time mit jedem Job verbunden“, so Kevin Gründer. Das System ist intern entwickelt worden und die Gruppe investiert viel in die IT.

pazitäten von RRT sind bisher zu 80% ausgeschöpft. Das Auftragsvolumen soll entsprechend gesteigert werden. Im Mittelpunkt steht dabei immer die Verbindung von Binnenschifffahrt, Lkw und Eisenbahn. „Die Schiffe brauchen heute aufgrund unseres eng getakteten Fahrplans nicht so viel länger als ein Lkw oder ein Zug, dafür vermindern sie den Verkehr und den CO₂-Ausstoß.“

Bei uns gibt es keine Staus und wir garantieren einen glatten Ablauf

„Bei uns gibt es keine Staus und wir garantieren einen glatten Ablauf. Unser Ziel ist es, die letzten Meilen auf der Straße so gering wie möglich zu halten. Deshalb nutzen wir in größtmöglichem Umfang die Binnenschifffahrt oder aber die Eisenbahn“, erklärt Kevin Gründer. Bei zwei Dritteln der von den Speditionen und Reedereien in Auftrag gegebenen Transporte sind individuelle Speziallösungen gefragt. Der Wettbewerb im Hafen Duisburg sei bei neun Terminals vor Ort groß. „Mit unseren Speziallösungen heben wir uns aber deutlich vom Markt ab“, sagt der Geschäftsführer. Ein Vorteil sei auch die Möglichkeit, Komplettpakete mit den verschiedenen Häfen der Gruppe anbieten zu können. Der Schwerpunkt des

JEDEM CONTAINER SEIN PLATZ

Die Abläufe sind heute komplett digitalisiert. „Unser Terminal ist in ein Raster aufgeteilt und jeder Stellplatz hat eine spezifische Ko-

ordinate. So wird jedem Container ein bestimmter Platz zugewiesen. Wir nutzen die Radiofrequenz-technologie und sind damit just in time mit jedem Job verbunden“, so Kevin Gründer. Das System ist intern entwickelt worden und die Gruppe investiert viel in die IT. „Wir sind qualitätsbewusst und innerhalb der Gruppe sehr flexibel, wir können auch die Mitarbeiter umschichten. Das gewährleistet einen optimalen Ablauf.“ Die Ka-





Interview mit Sebastian Krapoth, Sprecher der Geschäftsführung der Volkswagen Group Services GmbH

Top-Dienstleistungen für die Herausforderungen des Volkswagen Konzerns

PORTRÄT

Die Volkswagen Group Services GmbH, eine 100%ige Tochtergesellschaft des Volkswagen Konzerns, ist der Dienstleistungs-Partner für zahlreiche Kunden im Volkswagen Konzern entlang der automobilen Wertschöpfungskette. In den fünf Geschäftsbereichen Engineering, Fertigung, Logistik, Data Engineering (IT), Kaufmännische Dienstleistungen (inklusive Gastronomie und Event und Gesundheitsdienstleistungen) steckt viel Potenzial für eine erfolgreiche Weiterentwicklung in Deutschland und auch international. Sebastian Krapoth, Sprecher der Geschäftsführung der Volkswagen Group Services GmbH, beschreibt im Interview mit Wirtschaftsforum die strategische Zielrichtung seines Unternehmens.



WF: Ihr Unternehmen sieht sich vor allem als fachlicher Dienstleister für den Volkswagen Konzern und dessen zugehörige Marken und Gesellschaften. Ist so ein Fokus im Hinblick auf unternehmerisches Wachstum denn sinnvoll?

Sebastian Krapoth: Das ist absolut sinnvoll: Der Volkswagen Konzern ist auf dem Weg, sich zu einem der führenden Mobilitätsanbietern zu entwickeln. Zukunftsfelder und Innovationsthemen wie E-Mobilität,

Digitalisierung, autonomes Fahren, etc. sind auch für uns als Fachdienstleister interessant, da wir den Konzern, seine Marken und Gesellschaften in all ihren Herausforderungen als „Partner an der Seite“ bei diesem Wandel unterstützen können.

Gegenüber externen Mitbewerbern im Automotive-Bereich haben wir als Konzerngesellschaft zahlreiche Vorteile, so können wir beispielsweise viele IT-Systemlandschaften von Volkswagen nutzen, wir haben

langjähriges Know-how und Prozesskenntnisse in der Automotive-Welt des Konzerns und letztlich auch der ökonomische Aspekt: Wir sichern Arbeitsplätze im direkten Konzernumfeld und unser wirtschaftlicher Erfolg fließt in den Konzern zurück. So tragen wir auf vielen Wegen zum Konzern Erfolg bei.

WF: Ihre Mitarbeiter bilden die Basis für Ihr breites Angebot an Dienstleistungen. Wie binden Sie

dauerhaft qualifiziertes und motiviertes Personal in Zeiten eines Arbeitnehmermarktes?

Sebastian Krapoth: Gerade als Anbieter von fachlichen Dienstleistungen sind wir auf Top-Personal angewiesen, um unseren eigenen Anspruch an Qualität, Fachkenntnis und Engagement für den Kunden zu erfüllen. Als Konzerngesellschaft bieten wir unseren Mitarbeitern zum einen viele zusätzliche Benefits, die auch

VOLKSWAGEN

GROUP SERVICES

Volkswagen bietet: Ob es Werksangehörigen-Leasing ist, Gesundheits- und Fitnessangebote oder weitere Vergünstigungen durch Kooperationen. Wichtig ist uns aber, die persönliche Karriere- und Weiterentwicklungsplanung aktiv zu unterstützen, unter anderem durch individuelle Qualifizierungs-Planungen, Zielvereinbarungen für Fach- und Führungskräfte und vielfältige Projekterfahrungen. So bietet sich unseren Mitarbeitern insgesamt ein attraktives Paket, das uns zu einem sehr interessanten Arbeitgeber macht.

WF: Sie sind auf fünf Social-Media-Kanälen aktiv, andere Unternehmen kämpfen noch mit einem Account bei Facebook. Sehen Sie sich in einer Vorreiterrolle?

Sebastian Krapoth: Wir müssen in der Tat neue Wege gehen, um potenzielle Bewerber und künftige Mitarbeiter auf uns aufmerksam zu machen. Hierzu gehören eindeutig auch eine professionelle Präsenz und die aktive Bespielung von digitalen Angeboten und Social-Media-Kanälen, um Fachkräfte gezielter anzusprechen – und somit neben unseren fachlich sehr interessanten Tätigkeiten auch unsere positive Unternehmenskultur zu vermitteln, unsere Mitarbeiter-Benefits zu zeigen und Einblicke in unser Tagesgeschäft zu geben. Ob wir eine Vorreiterrolle einnehmen, müssen andere entscheiden, wir bemerken jedoch an den Zugriffszahlen auf unser Karriereportal und der Qualität der Bewerber, dass uns diese digitalen Aktivitäten

Volkswagen Group Services GmbH

Major-Hirst-Straße 11

38442 Wolfsburg

Deutschland

+49 5361 897-2434

+49 5361 897-1060

info@volkswagen-groupservices.com

www.volkswagen-groupservices.com

heutzutage helfen, neue und engagierte Fachkräfte zu finden.

WF: Eine abschließende Frage: Welcher Trend im Automobilbau wird die Branche langfristig am meisten verändern und warum?

Sebastian Krapoth: Die Automobilindustrie ist im Moment aufgrund vieler Themen im Umbruch – Digitalisierung, autonomes Fahren, Elektromobilität, um nur einige zu nennen. Im Umkehrschluss bedeutet dies viele tiefgreifende Veränderungen in Produktions-, Logistik- und IT-Prozessen sowie in

Organisations- und Personalstrukturen. Hierbei muss die Veränderungsbereitschaft der Belegschaft und die Offenheit für diese Zukunftsthemen hochgehalten werden. Ebenso muss frühzeitig in die Kompetenzen und Qualifikationen der Mitarbeiter investiert werden, um sich Wettbewerbsvorteile im globalen Wettbewerb zu sichern. Nur das Unternehmen, was dies erkennt und auch danach handelt, wird zu den Gewinnern zählen. Mit unseren kompetenten Fachkräften können wir hier den Volkswagen Konzern auf diesem Umbruchprozess optimal begleiten. ■





André Beuchold

Ökologischer Effekt steht beim E-Lkw im Vordergrund



Andy Illgen

Emissionsfreie Logistik – was auf den ersten Blick als ein frommer Wunsch daherkommt, ist tatsächlich schon Realität dank zukunftsweisender Technologie im Bereich der Elektromobilität. Letztere lässt sich nicht nur bei Pkw, sondern auch bei Lkw gewinnbringend anwenden. Wirtschaftsforum hat sich mit André Beuchold und Andy Illgen, Geschäftsführer der FRAMO GmbH und E-Lkw-Pioniere, im Interview zum Stand der Technik ausgetauscht. Dabei erklärten sie auch, warum es wichtig ist, besonders die Fahrer für die neuen Fahrzeuge zu begeistern.

PORTRÄT



WF: Herr Beuchold, Herr Illgen, E-Bikes sind inzwischen sehr beliebt und auch E-Autos sind langsam auf dem Vormarsch. E-Lkw scheinen jedoch bislang eher ein Nischenprodukt zu sein. Lohnen diese sich

für Unternehmen angesichts der übermächtigen Konkurrenz an Dieselfahrzeugen, bislang noch kürzerer Reichweiten, längerer Ladezeiten und vor allem höherer Anschaffungskosten überhaupt schon?

André Beuchold: Der ökologische Effekt eines Elektrofahrzeuges steht hier ganz deutlich im Vordergrund. So vermindern sich die Lärmimmissionen, besonders in den Städten, immens – die Belästigung von

Anwohnern wird durch die beinahe Geräuschlosigkeit unserer Fahrzeuge deutlich vermindert.

Je nach Anwendung lassen sich zudem die Verbrauchs- und Betriebskosten um bis zu 60% senken. Im Bereich der Just-in-Time-Logistik steigt die Einsatzzeit sogar, da Fahrten zu Tankstellen und Regenerationsphasen für die Abgasanlage entfallen. Das Laden geschieht quasi nebenbei. Die Amortisationszeit liegt je nach Anwendung bei fünf bis zehn Jahren. Der Imagegewinn wird hier nicht berücksichtigt. Dieser ist aktuell immens.

Fahrverbote, wie zum Beispiel das Einfahrtverbot von Diesel-Lkw in geschlossene Hallen, zählen für einen E-Lkw nicht. Zudem gibt es viele Logistikprozesse, bei denen die Reichweiten und Ladezeiten keine entscheidende Rolle spielen, wie zum Beispiel beim innerbetrieblichen Werkverkehr.

Es ist hip E-Lkw zu fahren.
Fragen Sie die Fahrer.
Die wollen nicht zurück in den Diesel.



WF: Für welche Branchen und welche Anforderungen sind E-Lkw Ihrer Meinung nach besonders geeignet?

Andy Illgen: Die durchschnittliche km-Leistung eines Lkw lag 2014 bei unter 132 km und die Hälfte aller Transporte entfielen auf den Nahverkehr unter 50 km. Somit ist heute schon nahezu jede Anwendung im urbanen und suburbanen Bereich darstellbar.

Hier zu nennen sind vor allem der City-Verteilerverkehr, Werkverkehr und Zwischenwerkverkehr, Automotive Just-in-Time-Logistik, Häfen und Flughäfen, aber auch im kommunalen Bereich wie Müllfahrzeuge und Kehrmaschinen – die Einsatzmöglichkeiten von E-Lkw sind vielfältig.

WF: FRAMO ist kein Fahrzeughersteller, sondern ein Umrüster.

Ihr Unternehmen versteht sich als Partner für alle Dienstleistungen rund ums Umrüsten auf E-Mobility, normale Diesel-Lkw werden bei Ihnen zu E-Lkw. Arbeiten Sie nur mit Neufahrzeugen oder können Unternehmen auch hinsichtlich der Umrüstung vorhandener Fahrzeuge an Sie herantreten?

Ein Diesel-Lkw oder -Bus erzeugt so viel Emissionen
wie zehn bis zwölf Pkw!

André Beuchold: Unsere Fahrzeuge sind umgerüstete fabrikneue Diesel-Lkw, welche einen Fahrzeugbrief mit der Herstellerbezeichnung FRAMO erhalten. Im Bereich der Lkw macht die Umrüstung von gebrauchten Fahrzeugen wenig Sinn, da wir eine langlebige Antriebs- und Batterietechnologie einbauen und die Fahrzeuge viele

Jahre im Einsatz sein sollen. Weiterhin sind wir bestrebt, die neuesten Assistenz- und Sicherheitssysteme sowie Komfortfunktionen bieten zu können. Wir müssen die Fahrer für uns gewinnen. Das stärkt den Bezug zu unserer jungen Marke und die Bindung der Fahrer an das Logistikunternehmen.

men. Es ist hip E-Lkw zu fahren. Fragen Sie die Fahrer. Die wollen nicht zurück in den Diesel. Ein weiteres, im Aufbau befindliches Geschäftsfeld, ist die Umrüstung bestehender Diesel-Busse. Wir nennen das eBus-Retrofit. Diese Fahrzeuge haben einen anderen Lebenszyklus und sind von Haus aus auf die spezifischen

kommunalen Bedürfnisse ausgelegt und nicht so einfach am Markt zu beschaffen. Hier gibt es auch ein neues Förderprogramm des Bundesverkehrsministeriums.

WF: Diesel-Skandal, Diesel-Fahrverbote in den Innenstädten – in letzter Zeit rüttelt in dieser Hinsicht manches die Halter von Dieselfahrzeugen auf, und natürlich sind davon auch Transportunternehmen mit ihren Lkw betroffen. Was wünschen Sie sich von der Politik, um die Umrüstung auf E-Mobility für Unternehmen attraktiver und schneller umsetzbar zu machen?

Andy Illgen: Die E-Mobilität sollte in Bereichen mit hohem Fahraufkommen etabliert werden. Das betrifft im Pkw-Bereich Flotten sowie im städtischen Bereich den ÖPNV und den Lieferverkehr. Dieser Bereich ist hauptsächlich für die

Das Nutzfahrzeug wird vom Universalgerät zum Spezialgerät und die Bedürfnisse der Kunden zu erkennen, hat für uns die oberste Priorität.



Treibhausgas-Emissionen im Verkehr verantwortlich. Ein Diesel-Lkw oder -Bus erzeugt so viel Emissionen wie zehn bis zwölf Pkw! Hier gibt es den größten Hebel und mittlerweile auch entsprechende Förderprogramme!

Weiterhin sollte die Maut für E-Lkw abgeschafft werden, um einen Anreiz analog dem Beispiel der Schweiz zu schaffen. Das ist für den Logistikunternehmer klar rechenbar.

Der Fokus sollte zudem auf modernen und nachhaltigen Logistiklösungen liegen und somit die Vernetzung der einzelnen Logistikbereiche verstärken. Hier zu nennen ist der kombinierte Verkehr Schiene-e-Lkw Dies würde auch dem akuten Fahrermangel etwas entgegenwirken und die Autobahnen etwas entlasten.

WF: Wenn Sie in die Zukunft blicken: Wie lange, schätzen Sie, wird es dauern, bis sich E-Lkw flächendeckend durchgesetzt haben werden, und wo möchten Sie FRAMO im Zuge dieser Entwicklung in den nächsten zehn Jahren sehen?

André Beuchold: Wir erwarten, dass sich bis 2025 der Markt im Kurzstreckenbereich flächendeckend umgestellt hat. Die Technologie ist bereit und muss nun den Weg in die mittlere Serienproduktion schaffen. Wir arbeiten zum Beispiel intensiv an der Automatisierung der Batterieproduktion bis Ende 2018. Damit sinkt der Preis und das Produkt rechnet sich schneller. Die Logistikbranche steht vor einer gewaltigen Veränderung und wir wollen diese gemeinsam mit unseren Kunden aktiv gestalten und vorantreiben. Das Nutzfahrzeug wird vom Uni-

versalgerät zum Spezialgerät und die Bedürfnisse der Kunden zu erkennen, hat für uns die oberste Priorität. Deshalb sind wir aktuell die ersten am Markt, welche eine Sattelzugmaschine mit 44 t Nutzlast und auf Wunsch auch in der Konfiguration Low-Liner batterieelektrisch anbieten.

WF: Eine zentrale Frage unserer Sonderausgabe richtet den Fokus auf das Thema E-Mobilität als ‚Zukunft der Mobilität‘. Wie mobil kann aus Ihrer Sicht durch Elektrizität und automatisiert fahrende Automobile die Welt wirklich werden?

Andy Illgen: Notwendig ist eine deutliche Veränderung der Infrastruktur und der Vernetzung der Mobilität. Die Fahrzeuge werden Teil des Energienetzes und stabilisieren dieses. Daraus ergibt sich ein zusätzliche Business Case.

Dann wird sich die Zukunft der Mobilität definitiv wegentwickeln von fossilen Kraftstoffen hin zu den erneuerbaren Energien. Nicht umsonst heißt es bei uns: „Decarbon your business!“



FRAMO GmbH
Leedenstrasse 2
04626 Löbichau
Deutschland

☎ +49 36608 205033

☎ +49 36608 205039

✉ info@framo-et.de

🌐 www.framo-et.de

Technologien von morgen – heute

E-Mobility zählt zu den technologischen Entwicklungen, denen die Zukunft gehört. Gleichzeitig ist sie längst keine Zukunftsmusik mehr. E-Busse etwa sorgen bereits in immer mehr Innenstädten für sauberen und leisen öffentlichen Nahverkehr. Als Zulieferer der Automobilindustrie unterstützt die Aurora Konrad G. Schulz GmbH & Co. KG die Weiterentwicklung dieser und anderer Fahrzeuge durch innovative Produkte.



Aurora Konrad G. Schulz ist Spezialist für Heizungslösungen bei Bussen

Seit 90 Jahren ist die Aurora Konrad G. Schulz GmbH & Co. KG bereits am Markt aktiv und überzeugt ihre Kunden durch Kontinuität,

einem System integrieren.“ Heute bietet die mittlerweile international aufgestellte Aurora Gruppe viele eigene Komponenten an. Zum

**Unsere Wärmepumpe
reduziert den Energiebedarf nun um ganze 25%.**

Qualität und Innovationsvermögen. „Von Beginn an gehörten Heizungsanlagen zum Portfolio“, berichtet Geschäftsführer Hannes Wolf. „Vor 30 Jahren kamen dann auch Lösungen zur Klimatisierung hinzu. Unsere Kernkompetenz liegt somit bei Heiz- und Klimasystemen. Über eine Wärmepumpe lassen sich beide Eigenschaften in

Produktspektrum gehören Wärmetauscher, Verflüssiger, Gebläse, Wasserventile und Gehäuse aus Blech oder Kunststoff ebenso wie mechanische und elektronische Bedienteile oder Düsen. „Die heutige Produktpalette kommt in Landwirtschaft, Bau, Bergbau, beim Militär und in der Nutzfahrzeugbranche, bei Linien- und Rei-

sebussen zum Einsatz“, so Hannes Wolf. Den Hauptschwerpunkt stellen dabei Heizungslösungen für Busse dar; diese machen etwa 50% des Umsatzes der Aurora Gruppe aus.

Zu den Kunden des Unternehmens, das seit 27 Jahren Teil der INDUS Gruppe ist, gehören die Top Ten der Hersteller: „Wir arbeiten zum Beispiel für den nordirischen Hersteller Wrightbus; diesen kennt man weniger über seinen Namen als durch sein berühmtestes Produkt: die Londoner Doppeldeckerbusse“, erläutert Hannes Wolf. „Weitere namhafte Bus-Kunden sind Daimler, MAN und VDL. Im Bereich Land- und Baumaschinen finden Sie unsere Produkte unter anderem bei John Deere, Caterpillar und im Unimog.“

REVOLUTIONÄRE WÄRMEPUMPE

Aktuell macht die Aurora Gruppe durch eine Kooperation mit der Sileo GmbH mit Sitz in Salzgitter von sich reden: „Unter wesentlicher Beteiligung unserer niederländischen Tochterfirma HEAVAC B.V. ist es uns gelungen, eine komplett neuartige Wärmepumpe für E-Busse zu entwickeln, in denen die Frage der Heizung und Klimati-

sierung bisher sehr problematisch war“, betont Hannes Wolf. Mit herkömmlicher Technik kostete das Heizen eines E-Busses auf 15 °C doppelt so viel Energie wie der Bus für den Antrieb, also das Fahren selbst, benötigt. „Unsere Wärmepumpe reduziert den Energiebedarf nun um etwa 25% über das ganze Jahr.“ Dadurch erhöht sich die Reichweite der E-Busse deutlich, es werden Betriebskosten reduziert und die Lebensdauer der eingesetzten Batterien verlängert. Bei Politikern und Presse fand diese Innovation, die in der neuen Generation von SILEO-Bussen eingesetzt wird, großen Anklang. █

PORTRÄT

AURORA 
Advanced HVAC Solutions

**AURORA Konrad G.
Schulz GmbH & Co. KG**
Joachim-Schulz-Straße 4
69427 Mudau
Deutschland

+49 6284 92020

info@aurora-eos.com

www.aurora-eos.com

Messe-Ausblick 2018

18.-21.09.2018 - Frankfurt am Main

automechanika
FRANKFURT

11. – 15. September 2018 | Frankfurt am Main

Die Messe automechanika in Frankfurt ist die internationale Leitmesse der Automobilwirtschaft. Mehr als 4.000 Aussteller präsentieren auf der automechanika Messe in Frankfurt Werkstattausrüstung, Fahrzeugteile, -komponenten und -systeme, Elektronik, Versorgung und Pflege bis hin zu Umwelt- und Recycling-Konzepten. Darüber hinaus ist die automechanika Frankfurt eine Plattform für Erstausrüster in der Automobilwirtschaft.

www.automechanika.messefrankfurt.com

20.-27.09.2018 – Hannover

IAA

Die IAA Nutzfahrzeuge in Hannover ist die Leitmesse für Transport, Logistik und E-Mobilität. Mehr als 2.000 Aussteller präsentieren auf der Nutzfahrzeugmesse, welches Potenzial für mehr Transporteffizienz, mehr Umweltschutz und mehr Sicherheit in diesen dynamischen Schlüsselbranchen steckt. Zudem ist die New Mobility World Logistics als Plattform für Transport und Logistik ein weiterer Teil der IAA Nutzfahrzeuge in Hannover.

www.iaa.de

Messen

29.04.2018 – Rostock

Auto Motor Schau - Regionale Automesse

27.-27.05.2018 – München

E-Bike Days - Messe für Elektrofahrräder

04.-06.05.2018 – Solothurn/Schweiz (CH)

Bike Days - Das Velo-Festival rund um Motor-Bikes

10.-13.05.018 – Friedrichshafen

Tuning World Bodensee - Messe-Event für Auto-Tuning und Lifestyle

05.-06.05.2018 – Berlin-Brandenburg

Oldtimer-Tage - Oldtimer, Teile und Zubehör

31.05.-03.06.2018 - Bad Kissingen

Abenteuer & Allrad - Größte Off-Road-Messe der Welt

05.-07.06.2018 – Stuttgart

Automotive Interiors Expo - Fachmesse für Fahrzeuginnenausstattungen

05.-07.06.2018 – Stuttgart

Global Automotive Components & Suppliers Expo

Buchtitel im Fokus



PROFESSOR DR. FERDINAND DUDENHÖFFER

Professor Dr. Ferdinand Dudenhöffer ist Direktor des CAR-Instituts an der Universität Duisburg-Essen sowie Inhaber des Lehrstuhls für allgemeine Betriebswirtschaftslehre und Automobilwirtschaft an der Universität Duisburg-Essen. Er gilt als „Autopapst“ und „PS-Professor“ und ist der bekannteste und meistzitierte Autoexperte Deutschlands.

Wer kriegt die Kurve?

Zeitenwende in der Autoindustrie – Das Ende des Autos, wie wir es kennen, ist gekommen, sagt Deutschlands bekanntester Autoexperte Ferdinand Dudenhöffer. Die Automobilbranche muss sich rasch auf den Wandel einstellen, die Zukunft einer der zentralen Industrien steht auf dem Spiel.

Die Autobranche betritt eine völlig neue Welt. In Zukunft fährt das Auto elektrisch, es wird intelligent und nutzt die Datenströme des Internets. Apple, Google und andere IT-Unternehmen werden zu direkten Konkurrenten von Daimler, VW und Co. Doch ist die hiesige Industrie überhaupt gerüstet, um ihre führende Rolle zu behaupten? Ferdinand Dudenhöffer nimmt die großen Themen und aktuellen Trends der Autoindustrie kritisch unter die Lupe und zeigt, wie sich Geschäftsmodelle, Denken und Strategie der Autohersteller und ihrer Zulieferer verändern müssen, um nicht vom größten Wandel seit 130 Jahren überrollt zu werden.

Mehr Informationen unter: www.campus.de



MATTHIAS KOLBUSA

Matthias Kolbusa ist Redner, Denker und Unternehmer. Bereits mit 14 Jahren gründete er sein erstes Unternehmen. Es folgten eine Karriere in einer internationalen Beratungsfirma und eigene Firmengründungen, die teilweise florierten, teilweise scheiterten. Gerade das Scheitern festigte seine Haltung und führte zum Erfolg. Heute ist Matthias Kolbusa als Unternehmer tätig, Mitglied der Deutschen Gesellschaft des Club of Rome und berät u. a. das Top-Management zahlreicher DAX-30-Unternehmen. Im Ariston Verlag ist bereits sein Titel Gegen den Schwarm erschienen.

Konsequenz

Management ohne Kompromisse Führen mit Klarheit und Aufrichtigkeit – Matthias Kolbusa ist keiner der üblichen Weichspüler, der den Menschen nach dem Mund redet. Mit seinem Ansatz, unbequeme Wahrheiten auch auszusprechen, liefert er wertvolle Management-Denkstöße. Hier bricht er eine Lanze für mehr Klarheit und Aufrichtigkeit und vermittelt anhand zahlreicher Beispiele die Prinzipien und Methoden, wie man mit einer klaren Zielsetzung zum Erfolg kommt.

Dafür brauchen wir nicht unbedingt ständige Meetings, Planungen und Kontrolle, sondern Mut, Geschwindigkeit und allen voran Konsequenz. Ein Buch für alle Manager und Führungskräfte, die ihren Blick auf die eigene Persönlichkeit schärfen und an sich selbst arbeiten wollen, um beruflich voranzukommen.

Mehr Informationen unter: www.randomhouse.de



Kontakte

Dr. Ing. h.c. F. Porsche AG

Porscheplatz 1
70435 Stuttgart
Deutschland

☎ +49 711 9110
🌐 www.porsche.com

Cadillac Europe GmbH

Stelzenstrasse 4
8152 Glattpark
Schweiz

☎ +41 44 8282900
🌐 www.cadillaceurope.ch

Henrik Fisker

🌐 www.henrikfisker.org
🌐 www.fiskerinc.com

Bundesverband eMobilität e.V.

Oranienplatz 5
10999 Berlin
Deutschland

☎ +49 30 8638 1874
🌐 www.bem-ev.de

hsd GmbH

Trierer Straße 30
53518 Kottenborn

☎ +49 (0)2691 - 937 9997
📠 +49 (0)151 - 4261 9043

✉ henrik@hsd-studios.com
🌐 www.hsd-studios.com

Da Vinci Engineering GmbH

Hauptstätter Straße 149
70178 Stuttgart
Deutschland

☎ +49 711 722400
📠 +49 711 72240198

✉ info@davinci-e.de
🌐 www.davinci-e.de

EURO M.A.R. Srl

Viale Giovanni Amendola 172
19121 La Spezia (SP)
Italien

☎ +39 0187 779670

✉ davide@euomar-srl.it
🌐 www.euomarlaspeszia.com

Ibeo Automotive Systems GmbH

Merkurring 60-62
22143 Hamburg
Deutschland

☎ +49 40 298 6760
📠 +49 40 298 67610

✉ presse@ibeo-as.com
🌐 www.ibeo-as.com

RRT Rhein-Ruhr Terminal Gesellschaft für Container- und Güterumschlag mbH

Richard Seiffert Straße 43
47249 Duisburg
Deutschland

☎ +49 203 318560
📠 +49 203 31856329

✉ info@rrt.container-terminal.de
🌐 www.rrt.container-terminal.de

Volkswagen Group Services GmbH

Major-Hirst-Straße 11
38442 Wolfsburg
Deutschland

☎ +49 5361 897-2434
📠 +49 5361 897-1060

✉ info@volkswagen-groupser-
vices.com

🌐 www.volkswagen-groupser-
vices.com

FRAMO GmbH

Leedenstrasse 2
04626 Löbichau
Deutschland

☎ +49 36608 205033
📠 +49 36608 205039

✉ info@framo-et.de
🌐 www.framo-et.de

AURORA Konrad G. Schulz GmbH & Co. KG

Joachim-Schulz-Straße 4
69427 Mudau
Deutschland

📠 +49 6284 92020

✉ info@aurora-eos.com
🌐 www.aurora-eos.com



Was immer Sie bewegt – sprechen wir darüber!

Präsentieren Sie Ihr Unternehmen und Ihre Ideen in einem persönlichen Interview im nächsten Special-ePaper von Wirtschaftsforum.

Erfahren Sie mehr über geplante Themen!

Ihr Ansprechpartner:

Andreas Detert
+49 5971 921640
media@wirtschaftsforum.de

IMPRESSUM

Herausgeber:

Wirtschaftsforum Verlag GmbH

Redaktion:

Sassestraße 14
48431 Rheine
Deutschland
Tel.: +49 5971 92164-0
Fax: +49 5971 92164-838
info@wirtschaftsforum.de
www.wirtschaftsforum.de

Chefredakteur:

M. Brinkmann, Dipl.-Kaufmann

DIE ZUKUNFT IST JETZT.



DER NEUE BMW i3s.



Freude am Fahren

BMW i3s (94 Ah) mit reinem Elektroantrieb BMW eDrive: Stromverbrauch in kWh/100 km (kombiniert): 14,3; CO₂-Emission in g/km (kombiniert): 0; Kraftstoffverbrauch in l/100 km (kombiniert): 0. Die Verbrauchswerte wurden auf Basis des ECE-Testzyklus (NEFZ) ermittelt. Abbildung zeigt Sonderausstattungen.