Stelly. Chefredakteur STEFAN VOSWINKEL





Predaktion@autobild.de

twitter.com/autobildonline

facebook.de/autobild

"Elektro und autonomes Fahren drohen das Profil unserer Premiummarken zu verwischen."

DIE NEUEN AUTO-BOSSE MÜSSEN IHRE MARKEN NEU ERFINDEN

M ENDE GING ES GANZ SCHNELL. Erst vor 14 Tagen kam der alte BMW-Chef Harald Krüger seinem drohenden Rausschmiss zuvor, verzichtete auf eine zweite Amtszeit ab Mai 2020. Jetzt ist Oliver Zipse neuer Boss, fängt schon Mitte August an.

Ein Generationenwechsel, den Audi zwangsweise (weil der alte Chef zwischenzeitlich im Knast saß) bereits im Januar und Daimler planmäßig im Mai vollzog.

Die Herausforderungen für die neuen Bosse sind riesig. Grade erst schockte Daimler mit einer Gewinnwarnung, hat im zweiten Quartal fast zwei Milliarden Euro verbrannt. Bei Audi stagniert der Absatz – und BMW droht den Anschluss bei der so wichtigen E-Mobilität zu verpassen (siehe auch rechts). Und das, obwohl die Bayern mit dem i3 vor sechs Jahren Vorreiter waren.

Was steht also an? Zum einen müssen Mercedes und BMW Partner suchen, allein sind sie zu klein zum Überleben – wie die Mega-Allianz zwischen VW und Ford zeigt. Zu hoch sind die Investitionen in die neue Technik, zu ungewiss ihre monetären Erfolgschancen.

Viel wichtiger ist aber: Sie müssen ihre Marken neu erfinden, allen voran BMW. Wer sich bisher über Freude am Fahren, Heckantrieb und Sechszylinder definiert hat, muss in der autonomen, elektrischen Zukunft wissen, wofür er steht.

WER ÜBER AUTOS SCHREIBT, MUSS SIE AUCH FAHREN. MEINE TESTWAGEN DIESER WOCHE



Ford Fiesta Active

Das SÜVchen für SUV-Hasser. Halbhoch, einer zum Mögen.



Toyota GR Supra 3.0

Boah, was ein Sportler! Aber Kopfnuss-Gefahr beim Einsteigen.



Mercedes E 400 d T 4Matic

Platz, Sahnemotor, Stil - der Benz ist perfekt.

AUTO BILD - AUCH ALS APP







Jede Ausgabe gibt es auch als eMagazine für Smartphone und Tablet

385%

mehr Popularität für Tesla als vor zehn Jahren

Das Vergleichsportal "comparethemarket" aus Großbritannien fragt einmal im Jahr bei seinen Kunden ab, welche Automarken sie mögen. Die großen Gewinner im Vergleich zu 2009: Tesla, Jeep und McLaren – mit fast 400 Prozent mehr Popularität als vor zehn Jahren. Verlierer? Die Flop 3 sind: Aston Martin, Rolls-Royce und Lotus.



BMW fährt vieleckig in die Zukunft

Noch dauert es zwei lange Jahre, bis der iNext bei BMW nach i3 und i8 die neue Elektro-Ära einläutet. Um die Zeit zu überbrücken, präsentieren die Bayern häppchenweise Details des großen SUV. Nach dem gekrümmten Display ist jetzt das Lenkrad dran. "Mit seiner polygonen Geometrie ist es perfekt auf den Wechsel zwischen hochautomatisiertem und aktivem Fahren ausgerichtet", weiß BMW zu berichten. Wir sind gespannt...

Heute wieder modern

Platz maximal, Preis minimal – so warb Yugo Anfang der 1990er für den Florida. Die Marke gibt's nicht mehr, wegen Qualitätsproblemen ("You go when you drive a Yugo"). Schade, die Tugenden sind heute wieder modern. Wer denkt, damals war alles billiger: Der Florida kostete 15 860 Mark (8109 Euro), einen ähnlich großen Dacia Sandero gibt's für 6990 Euro.

