



Mobilität im Wandel – die Zukunft fährt elektrisch?

Visionen und Roadmaps mobiler Zukunft bei BMW

Elektrisch, autonom, vernetzt – dies könnte ein Szenario der Mobilität von morgen sein. Trotz dieser Perspektive kommt die Elektromobilität hierzulande nur langsam in Gang. Die zunehmende Digitalisierung, ein sich rapide wandelndes Mobilitätsverhalten kommender Generationen und neue Marktteilnehmer erhöhen allerdings stetig den Druck zum Wandel. Der bayerische Automobilbauer BMW ist deutscher Vorreiter dieser möglichen Mobilitätsrevolution und hat mit der Produktlinie „BMW i“ eine erste Initialzündung gesetzt. Wie können entsprechende Visionen und Roadmaps der Zukunft dazu aussehen? Dirk Arnold, seit Juni 2016 Leiter Produktmanagement BMW i und e-Mobilität, im Gespräch mit Dr. Johann Schwenk, Leiter Kompetenzstelle eMobilität Bayern bei der Bayern Innovativ GmbH.



Dr. Johann Schwenk: Herr Arnold, auf der einen Seite scheint es offensichtlich, dass wir mittelfristig elektrisch fahren. Auf der anderen Seite springt die Elektromobilität noch nicht so richtig an. Wie sieht BMW die mobile Zukunft?



Dirk Arnold: Die Zukunft der Mobilität ist elektrisch, daran besteht kein Zweifel. Dass sie hierzulande noch nicht so zügig auf dem Vormarsch ist wie andernorts, stellt das übergeordnete Ziel einer CO₂-freien Gesellschaft nicht in Frage. Und inzwischen ist ja auch in Deutschland die Erkenntnis gereift, dass wir zum Anschub der Elektromobilität eine temporäre Förderung bei der Fahrzeuganschaffung, Ladeinfrastruktur und zum Beispiel präferiertes Parken benötigen. Norwegen, Kalifornien und die Niederlande zeigen uns, wie es geht.

Es wird nicht mehr lange dauern, bis neben elektrischen PKW auch CO₂-freie und leise Taxis, Lieferwagen, Busse, Straßenreinigungen und Müllabfuhr die Lebensqualität in den Metropolenregionen erhöhen. Auch die ersten elektrischen Fähren, LKW und Flugzeuge wurden schon gesichtet. Wir rechnen damit, dass in 2017 bereits 100.000 unserer Neufahrzeuge elektrifiziert sind, in 2025 dann schon um 20 Prozent des Gesamtabsatzes. Klar ist, die nötigen Umwälzungen sind enorm und eher mit einem Marathon als einem Sprint vergleichbar. Mit BMW i sind wir bereits heute gut aufgestellt und gestalten die mobile Zukunft aktiv mit. Elektromobilität verstehen wir als großartige Chance, nicht als Bürde.

Wie übersetzt sich diese mobile Vision in Strategie und Roadmaps zur Elektrifizierung Ihres Portfolios?

Seit 2013 sind wir bereits mit dem vollelektrischen BMW i3 im Markt und haben mit ihm im Segment der Elektrofahrzeuge schon heute deutlich höhere Marktanteile erreicht als die Muttermarke BMW bei den konventionellen Fahrzeugen – inklusive Deutschland. Der BMW i3 ist übrigens seit seiner Markteinführung hier das meist-verkaufte Elektroauto. Seit 2016 ergänzen BMW iPerformance Modelle, das sind unsere Plug-In Hybrid Fahrzeuge,



das Portfolio. Auch hier sind wir Marktführer im Premiumsegment – und das weltweit. Darüber hinaus gibt es wohl keinen zweiten Anbieter, der sich in Summe so umfassend auch all jenen Aspekten gewidmet hat, die über das Fahrzeug hinaus mit der Elektromobilität zusammen hängen. Ich spreche da von intelligenten Lösungen für das Laden daheim, unserem Engagement auf dem Energiesektor, Standardisierung von Ladeverfahren, Zugang und Bezahlssysteme für öffentliche Ladepunkte, Battery2ndLife-Konzepte und eine Fülle von Elektromobilität-Forschungsprojekten in Bayern, Deutschland und weltweit. Der Begriff von BMW i als „Systemanbieter“ für nachhaltige Mobilität ist da bestimmt nicht übertrieben.

Inzwischen haben wir diese 1.0-Phase der Elektromobilität bereits hinter uns gelassen und sind jetzt bei 2.0, wo es um die konsequente Elektrifizierung aller Kernbaureihen des Konzerns geht. Dabei sind die Erkenntnisse, die wir mit den Pilot-Fahrzeugen BMW i3 und BMW i8 gewonnen haben, extrem wertvoll.

Wir sind also stolz auf das bisher mit BMW i Erreichte – gerade wenn man sich vergegenwärtigt, dass andere noch bei 1.0 oder gar noch bei der Ankündigung von 1.0 sind.

Einige Untersuchungen sehen das Automobil in Zukunft als „just another device.“ Wie wichtig ist für BMW die Positionierung als Mobilitätsdienstleister?

Die Freude am Fahren bleibt im Kern der Marke BMW. Die Möglichkeiten, die sich mit automati-

siertem Fahren, Vernetzung und künstlicher Intelligenz ergeben, werden unsere Kunden als enorme Bereicherung ihres Lebens empfinden. Da tun sich fantastische Möglichkeiten auf. Und sie kommen ohne Einschränkungen. Denn auch das Lenkrad wird bleiben – zumindest bei BMW und für all diejenigen Strecken, bei denen wir lieber selbst steuern, als uns fahren zu lassen. Das Automobil der Zukunft bei BMW wird viel mehr sein als „just another device“, wobei es diese Funktion gleichwohl auch erfüllen könnte, wenn gewünscht.

Gemeinsam mit Audi und Daimler hat BMW letztes Jahr den Nokia Kartendienst HERE gekauft. Ein wichtiger Meilenstein für autonomes Fahren und gegen einen künftigen Wettbewerber „Google“?

Für unsere Kunden wird auch in Zukunft das „Erlebnis Automobil“ viel mehr bedeuten, als sich rechnergesteuert und vernetzt von A nach B bewegen zu lassen. Von den Anbietern wird derjenige erfolgreich sein, dem es gelingt, die neuen Technologien in ein emotional ansprechendes Gesamtkonzept und Erlebnis zu integrieren. Auf dem Gebiet haben wir bei BMW viel Erfahrung. Kooperationen stehen dem nicht entgegen, denn es bleiben genug Möglichkeiten zur Differenzierung. Über den Erwerb von HERE hinaus haben wir uns inzwischen in einer weiteren Kooperation auch mit Intel und Mobileeye zusammengetan. Ziel ist immer die Schaffung offener Standards mit individuellen Möglichkeiten, statt paralleler Basis-Entwicklungen bei jedem Anbieter.

Kontakt: Dr. Johann Schwenk, schwenk@bayern-innovativ.de

