

Die Zukunft der Automobilbranche liegt in der Diversität des Produktportfolios

August 16, 2021 / [Allgemein](#), [Interviews](#)

Die Automobilbranche ist wie kaum eine andere Branche mit der klimapolitischen Diskussion verknüpft. Dabei geht es fast ausschließlich nur noch um alternative Antriebsstränge, während der Verbrenner in die Ecke des Umweltsünders gedrängt wird. Das sieht Ferry M. M. Franz, Direktor Hydrogen Affairs Europe & Group Representative Office Berlin bei Toyota Motor Europe durchaus kritisch. Wir sprechen unter anderem darüber und warum das „Fit for 55“-Paket der Europäischen Kommission, welches ein Verbrenner-Aus ab dem Jahr 2030 vorsieht, vielleicht etwas zu einseitig gedacht ist.

htb: Starten wir mit einem Status quo der Automobilbranche. Welche Herausforderungen bringt die Mobilitätswende mit sich?

FF: Zumindest bewirkt sie aktuell, dass sich die Automobilhersteller in den vergangenen Monaten überschlagen haben, mit Veröffentlichungen ihrer Strategien zur emissionsfreien Mobilität. Dabei ging es maßgeblich nur noch darum, wer wann und wie auf Elektro umstellt. Wer nicht plakativ medial mit derartigen News draußen ist, wird sofort kritisch beleuchtet. Die Herausforderung für Automobilhersteller liegt doch aber nicht nur in der Entwicklung von E-Fahrzeugen, sondern auch, wie die Fahrzeuge in Zukunft emissionsarm produziert und am Ende Ihres Lebenszyklus recycelt werden können. Wir haben beispielsweise schon eine Recycling-Quote von knapp 85 Prozent. Bei unserem Modell „Prius“ bewegen wir uns sogar in den 90er-Prozenten. Bisher aber ging das Spiel mit den E-Autos auch noch nicht ganz auf.

Daher denke ich, dass global gesehen auch die Weiterentwicklung der Verbrennungsmotoren nicht ganz aus den Augen verloren werden sollte. Mit dem nun veröffentlichten „Fit for 55“-Paket habe ich die Sorge, dass vor allem in Europa nun jeder aufhört und vergisst, die Verbrennungstechnologien weiterzuentwickeln. Wir hier in Europa mögen uns das leisten können, aber in weniger technologisierten und wirtschaftlich schwächeren Ländern werden dann in 10-20 Jahren nur noch Verbrenner mit einer 20-Jahre alten Technologie unterwegs sein. Das kann nicht zielführend sein meiner Meinung nach und ich sehe diesen Alleingang der EU fast ein bisschen kontraproduktiv. Denn wir müssen die gesamte Thematik weiterdenken und nicht alles nur am Fahrzeug aufhängen.

htb: Aus Ihrer Sicht haben die europäischen Klimaziele also einen großen Einfluss auf die Automobilbranche. Nimmt diese denn die eigene Rolle in der Dekarbonisierung des Verkehrssektors auch ernst?

FF: Das Thema wird zu 100 Prozent ernst genommen. Das kann man daran sehen, wie viele Meldungen von der Automobilindustrie in den vergangenen Wochen rausgegangen sind. Und auch die Verpflichtung der Branche zur Erreichung der Klimaziele 2030 aus dem „Fit for 55“-Paket. Da steckt sehr viel Ernsthaftigkeit drin, das sieht man nicht zuletzt an den großen Investitionen, die darin getätigt werden. Natürlich auch, um zum Teil Strafzahlungen zu verhindern. So hat man das bei einigen Herstellern gesehen, die Ende Dezember E-Autos zugelassen haben, nur um die Ziele zu erreichen. Wir sind da bereits in der komfortablen Lage, dass wir die Ziele nicht nur erreicht, sondern sogar um drei Gramm unterschritten haben.

„Seit dem Jahr 2005 konnten wir eine CO²-Reduktion von 40 Prozent in unserem Produkt-Portfolio erreichen.“

Weitere 15 Prozent Emissionseinsparungen in den kommenden 15 Jahren ist ein ambitioniertes Ziel, das wir sicherlich erreichen werden, auch dank unserer Hybridmodelle, die wir in allen Segmenten anbieten. Da wir immer noch der Meinung sind, dass man sich Mobilität leisten können muss. Natürlich, das Fahrzeug ist inzwischen leistbarer geworden, aber ich gehe davon aus, dass die Betriebskosten bzw. eben auch die Stromkosten steigen werden. Jedem müsste klar sein, wenn die Spritsteuer fällt, fällt ein großes Steuereinnahmepotenzial weg. Das heißt, wir müssen signifikant den Strom besteuern.

Sehr kritisch sehe ich auch, dass man aktuell versucht, das Auto per se als den größten Umweltsünder in die Ecke zu stellen. Dabei redet beispielsweise niemand über die Schifffahrt, die erheblich mehr CO²-Emissionen produziert und hinterlässt. Wir werden, um emissionsfreie Mobilität anbieten zu können, in Zukunft sehr viel grünen Strom und Wasserstoff brauchen. Ich sehe aber aktuell nicht, dass wir überhaupt fähig wären, die Masse an Fahrzeugen mit „sauberen“ Strom und Wasserstoff zu versorgen. Dann habe ich also ein Fahrzeug, das während des Fahrens CO²-neutral, aber bei dem die Herstellung des „Kraftstoffs“ noch nicht grün ist.

„Geht es nicht eigentlich darum, unseren Verkehr intelligenter zu gestalten? Dem Endverbraucher ist es am Ende nämlich egal, ob er mit einem Verbrenner oder E-Fahrzeug im Stau steht oder auf Parkplatzzuche ist.“

Vielleicht sollte man also nicht nur auf eine Lösung der Fahrzeugtechnologie drängen, sondern auch nach Lösungen für eine intelligentere Mobilität suchen.

htb: Wie würden Sie die Mobilität der Zukunft denn skizzieren?

FF: Elektrifiziert, digital, vernetzt, autonom und „shared“ wären jetzt mal die Themen, die Sie vermutlich von mir erwarten würden. Meiner Meinung nach kommt aber ein essenzieller Aspekt zu kurz. Die Mobilität der Zukunft sollte vor allem am Kunden ausgerichtet sein. Denn im Endeffekt muss es dem Endverbraucher schmecken. Wenn Sie sich heute die Politik und die Automobilhersteller anschauen, stellen Sie schnell fest, dass die batterieelektrischen Antriebe forciert werden. Es gibt da allerdings zum Beispiel eine aussagekräftige Umfrage des Magazins „Auto, Motor & Sport“ mit über 105.000 Befragten in 12 Ländern, die bereits seit drei Jahren Wasserstoff als favorisierte

Technologie im Ergebnis zeigt. Ja, die Energieeffizienz ist nicht so gut wie bei Elektro, aber deutlich besser als bei Verbrennern.

„Und über Energieeffizienz hat sich in den vergangenen 100 Jahren bei Verbrennern nie jemand aufgeregt, die wurde mehr oder weniger als gottgegeben akzeptiert.“

Schon jetzt ist klar, dass die Mobilität der Zukunft intelligent sein muss. Wenn man bedenkt, dass das Auto immer mehr steht, wir immer mehr Geschwindigkeitsbegrenzungen haben werden, kommt die Frage auf, womit die Hersteller bald Ihr Geld verdienen werden. Ich denke mit Services. Ein Gedankengang dazu: Ein Spanier oder Franzose, hat inländisch eine Höchstgeschwindigkeit 130 km/h. Er kauft ein E-Auto, das bei 130 km/h abgeriegelt ist, möchte aber mal auf deutschen Autobahnen richtig Gas geben. Wäre es nicht großartig, wenn er einfach einen Service auf Wochenbasis zubuchen kann, der die Höchstgeschwindigkeit erhöht?

Und wir brauchen Intermodalität. Ich wünsche mir eine App, in der ich angeben kann, wo ich mich gerade befinde und wo ich hinmöchte und die mir dann die beste Lösung, um an mein Ziel zukommen anzeigt, direkt reserviert und ich alles bezahlen kann. Und dann steht schon das Taxi vor der Tür, bringt mich zum entsprechenden Zug, empfiehlt mir für den Fußweg eben den E-Roller etc.. Das wäre doch mal der Knaller, wenn ich das alles wirklich in einer App haben kann. Denn wir haben dramatisch viele Angebote aktuell, aber nichts davon ist integriert.

Das sind sicherlich Dinge, die in den kommenden Jahren realistisch werden. Wir müssen nur schauen, wie wir die kommende Elektrifizierung intelligent nutzen, damit das allen Beteiligten Freude bereitet.

htb: Welcher Vision und Strategie folgt Toyota Motor Europe?

FF: Ich wurde kürzlich auf einer Veranstaltung angesprochen, warum Toyota sich nicht elektrifizieren wolle. Vollkommener Nonsens. Seit den 90er-Jahren des vergangenen Jahrhunderts beschäftigen wir uns mit nachhaltiger Mobilität und haben bereits 1995 unser erstes Vollhybridfahrzeug auf der Tokio-Motorshow präsentiert. Bis heute haben wir über 17 Millionen Fahrzeuge mit dieser Technologie verkauft. Nachhaltige Mobilität ist Teil unserer tief verankerten Mission und Strategie. Mit der Veröffentlichung unserer „Earth“-Karte in den frühen 90er-Jahren haben wir klar kommuniziert, dass wir in Harmonie mit der Umwelt leben wollen und das heißt auch, dass wir sie nicht negativ belasten. Und das war eben schon lange vor dem Hype der Elektrifizierung. Im Jahr 2018 haben wir dann unsere „Environmental Challenge 2050“¹ gestartet und uns dazu verpflichtet, dass wir 2050 CO²-neutral unterwegs sein werden, mit unseren Fahrzeugen, der Produktion, unseren Recycling-Prozessen, unseren Wasserverbräuchen und im gesamten Lebenszyklus. Dort verfolgen wir den sehr technologischen und technischen Part. Unser sechstes und mit Abstand wichtigstes Ziel und das ist noch sehr japanisch und mag für den europäischen Raum Irritationen hervorrufen, ist: *„Establishing a future society in harmony with nature.“*

Zusätzlich ist es unser Ansatz, unsere Fahrzeuge dort zu produzieren, wo sie auch gekauft werden, sodass Transportkosten wegfallen. Rund 80 Prozent unserer verkauften

Fahrzeuge innerhalb der EU wurden auch in der EU produziert. Damit sind wir vermutlich sogar europäischer als so manch anderer ansässige Hersteller.

htb: Die Range von alternativen Antrieben bei Toyota reicht von Hybrid über vollelektrisch bis hin zu Wasserstoff. Erklären Sie uns die Hintergründe zu dieser breiten Aufstellung und wo sehen Sie persönlich die Zukunft?

FF: Bei Toyota passiert nichts ohne Hintergrund und klarer Strategie. Wir haben im Jahr 1995 den „Prius“ vorgestellt. Und nur ein knappes Jahr später hat unser damaliger Chefentwickler Takeshi Uchiyamada begonnen, mit Wasserstofftechnologie zu forschen. Das alles passierte schon immer nach dem Ansatz, dass wir Mobilität für alle anbieten wollen. Das ist nicht nur ein Werbeslogan. Nein, das ist unser Glaubenssatz. Wir bieten das an, was der Kunde braucht, denn es gibt so viele verschiedene Anwendungsfälle. Es gibt Bereiche, da ist ein Hybrid oder ein vollelektrisches Fahrzeug die beste Lösung, dann wieder Anwendungen, bei denen Wasserstoff sehr vielversprechend ist. Innerstädtisch haben sicherlich kleine elektrische Fahrzeuge die Nase vorne. Wenn es um professionelles Fahren, Transportwesen, Langstrecke, Transport und Schwerlast geht, dann ist es in Zukunft auf jeden Fall Wasserstoff.

Daher ist es für uns wichtig, sich nicht nur auf eine Antriebstechnologie zu versteifen. Wir sind schon immer sehr offen gewesen, denn wir brauchen Wettbewerb, wir brauchen ein großes Portfolio, wir brauchen ein gutes Angebot für den Kunden, um Technologien zum Durchbruch zu verhelfen.

htb: Ist denn die entsprechende Infrastruktur bereits vorhanden in Europa? Wen sehen Sie in der Pflicht, den Ausbau voranzutreiben?

FF: Lassen Sie es mich so sagen, der Staat kann es eigentlich nicht sein. Hat der Staat früher Tankstellen gebaut und betrieben? Nein. Aber warum stürzen sich nur wenige industrielle Anbieter auf dieses Feld? Die Antwort ist simpel: Man verdient aktuell noch wenig oder gar kein Geld damit und würde also eine Wette auf die Zukunft eingehen. Genau diese Wette gehen aber auch die Automobilhersteller gerade ein, hier müsste also eine Verzahnung stattfinden. Daneben ist für die Anlaufphase aber auch nur für diese mit Sicherheit eine staatliche Regulierung und vor allem Unterstützung nötig. Diese muss allerdings offen für verschiedene Technologien sein, sprich offen für rein elektrisch genau wie Wasserstoff. Eine flächendeckende Infrastruktur ist in jedem Fall Grundvoraussetzung für eine erfolgreiche Antriebswende.

htb: Es ist zu beobachten, dass die Mobilitätsbranche verstärkt Partnerschaften mit anderen Branchen, aber auch Mitbewerbern eingeht, um Technologien und Infrastrukturen voranzutreiben. Wie schätzen Sie die Situation ein? Sind Partnerschaften elementar für den weiteren Erfolg oder nur „Nice-to-have“?

FF: Das ist aus meiner Sicht elementar, war es auch schon in der Vergangenheit. Kleinere Automobilhersteller sind gar nicht fähig, derartige Investments in die Digitalisierung

und Elektrifizierung zu leisten. Und die Hersteller bemerken, dass es ihnen an Kompetenzen in den neuen Bereichen fehlt. In Japan ist man immer schon stark miteinander verflochten gewesen, ganz anders als hier in Europa.

Wir arbeiten seit den 60er-Jahren mit Yamaha zusammen. Die haben uns schon damals bei unserem ersten Sportwagen unterstützt, denn die wissen beispielsweise, wie man Fahrzeuge mit hohen Drehzahlen bewegt. Wir haben Anteile an Subaru und sind an vielen weiteren japanischen Unternehmen beteiligt. In Zukunft wird das sicher noch stärker, wenn man sich breiter aufstellt. Denn wir werden alle zu Mobilitätsanbietern und sind nicht mehr nur Automobilhersteller. Und weil wir an eine Wasserstoffgesellschaft glauben und nicht nur an ein Wasserstofffahrzeug, haben wir auch in Europa verschiedene Allianzen gebildet. Unter anderem die Zusammenarbeit mit dem Hersteller „CaetanoBus“ aus Portugal. Mit der Einführung von Toyota Brennstoffzellenbussen können wir unser Angebot an emissionsfreien Fahrzeugen in Europa weiter ausbauen.² Partnerschaften sind daher aus meiner Sicht kein „Nice-to-have“, sondern entscheidend für den zukünftigen Geschäftserfolg.

htb: Würden Sie uns zum Abschluss noch erzählen, welche konkreten nächsten Schritte jetzt bei Ihnen anstehen?

FF: Wir werden uns mit Sicherheit sehr intensiv damit auseinandersetzen und austauschen, wie wir die Ziele des „Fit for 55“-Pakets umsetzen können. Wir haben schon im letzten Jahr neun neue elektrische Modelle rausgebracht. Und das wird weitergehen. Wir werden in den kommenden Monaten elektrische und neue Hybridmodelle rausbringen. Unser neues Wasserstoffmodell „Mirai“ ist gerade rausgekommen. Wir werden auch schauen, in welchen anderen Segmenten es ebenfalls Sinn machen würde, mit Wasserstoff präsent zu sein. Neben dem Schwerlastverkehr, der sicherlich einen großen Fokus haben wird, werden wir nicht umhinkommen, für viele Anlässe weitere Fahrzeuge zu haben. Es kann nicht alles elektrisch sein. Das hat mir jetzt eindeutig auch die Hochwasserkatastrophe in Deutschland gezeigt. Es wäre schon sehr schwierig geworden, wären die Fahrzeuge der Einsatzorganisationen alle elektrifiziert gewesen. Und genau solche Situationen sollten uns noch einmal zum Nachdenken anregen. Wir sollten uns mit der Frage auseinandersetzen, wie wir die verschiedenen Antriebsarten einsetzen können und müssen. Wir werden das auch tun.

htb: Morgen schlagen Sie die Zeitung auf, welche Schlagzeile wäre in Ihrem Interesse?

FF: Toyota bietet das kundenorientierteste und grünste Fahrzeugportfolio an.

htb: Und welche drei Begriffe oder Aspekte stehen für Sie für die Mobilität der Zukunft?

FF: Grüner. Geteilter. Multimodaler.

htb: Wir wünschen Ihnen weiterhin viel Erfolg auf dem Weg zu einer Wasserstoff-Gesellschaft und sind gespannt, was wir aus dem Hause

Toyota noch alles zu erwarten haben. Danke für Ihre Zeit und das interessante Gespräch.

Dieses Interview führte Sabrina Wurzer, has·to·be gmbh am 19. Juli 2021.

Über has·to·be gmbh

[has·to·be](#) bereitet **nachhaltiger Mobilität** den Weg. Mit der umfassenden **Software** und **innovativen E-Mobilitätsservices** bietet has·to·be alles, was **Unternehmen** für den **Erfolg mit der E-Mobilität** benötigen: vom **skalierenden Betrieb von Ladeinfrastrukturen** bis hin zum kompletten **Management weltweiter Mobilitätsangebote**.