

Daimlers Sorgenkind startet durch

## Millionster Smart lief nach zehn Jahren vom Band

Jahrelang brachte der Stadtfliker Smart dem Stuttgarter Autokonzern Daimler nur Verluste. Am Mittwoch reiste nun eigens Konzernchef Dieter Zetsche in das Produktionswerk im ostfranzösischen Hambach, um den millionsten Smart vom Band laufen zu lassen. Dass Daimler das Mini-Auto zehn Jahre nach dem Verkaufsstart feiert, hat seinen Grund: Nach einem Schub durch die hohen Benzinpreise und der gelungenen Einführung in den USA und schreibt der Daimler-Winzling nun endlich schwarze Zahlen.

Dass ausgerechnet der Limousinen-Hersteller Mercedes sich an einen Zweisitzer wagte, löste Ende der 90er Jahre in der Branche Kopfschütteln aus. Der ehemalige VW-Chef Ferdinand Piëch bezeichnete das Auto gar abfällig als „Elefantenrollschuh“. Doch Daimler-Boss Jürgen Schrempp glaubte an den Smart und bekam zur Fabrikeröffnung im Oktober 1997 in Lothringen auch durch Bundeskanzler Helmut Kohl (CDU) Rückendeckung für das Experiment. „Auto und Umwelt sind kein Gegensatz“, lobte der Kanzler damals.

Das war auch die Vision des Smart-Erfinders Nicolas Hayek. Der Chef des Schweizer Uhrenkonzerns Swatch hatte damals bereits ein Elektroauto im Sinn oder zumindest eine Hybrid-Version mit Verbrennungs- und Strommotor. Doch Daimler wollte sich zunächst auf die Benzinvariante konzentrieren. Hayek warf 1998 das Handtuch. Der Verkaufsstart verzögerte sich bis auf Oktober 1998, weil neben der A-Klasse auch der Smart beim Elchtest durchfiel.

Als der Smart im Oktober 1998 in die Autohäuser kam, erging sich Daimler noch in euphorischen Absatzprognosen. Schon im Jahr 2000 sollten 200.000 der Stadtfliker vom Band rollen. Sieben Jahre später lag der Absatz nur knapp über 100.000. Der Smart wurde für Daimler zum Dauer-Sorgenkind - und war mehrfach in Gefahr, vorzeitig aus dem Verkehr gezogen zu werden. Der 1999 eingeführten Verkaufslogan „Hart im Nehmen“ klang da schon fast wie Selbstironie.

Ein Grund für die jahrelangen Probleme seien die „Irrungen und Wirrungen“ in der Modellpalette gewesen, sagt Andreas Bremer vom Essener Institut für Automobilmarktforschung. Die Sportvariante roadster und der Viersitzer forfour wurden zum Flop und 2005 und 2006 wieder eingestellt. Ein Problem sei auch gewesen, den Smart im Vertrieb zunächst nicht über die Mercedes-Händler anzubieten, sagt Bremer. Die Explosion der Benzinpreise und ein gestiegenes Umweltbewusstsein haben dem Smart nun ein zusätzliches Verkaufsargument beschert. Die Diesel-Variante mit 3,3 Liter Verbrauch preist Daimler als „Weltmeister beim niedrigen CO<sub>2</sub>-Ausstoß“ an. Wie Zetsche in Hambach kündigte, will Daimler ab Ende 2009 auch eine Elektroversion „in Kleinserie“ produzieren.

Wahrscheinlich sei der Smart einfach zu früh auf dem Markt gewesen, sagt Christian Aust, Auto-Experte der HypoVereinsbank. „Ich kann mir nicht vorstellen, dass er vor fünf Jahren in den USA funktioniert hätte.“ Gerade der lange von spritfressenden Geländewagen dominierte US-Markt bringt dem Smart jetzt einen Schub. Aust schätzt, dass Daimler in diesem Jahr insgesamt 135.000 Smart absetzen wird - 31 Prozent mehr als im Vorjahr.

Aber wird der Smart seine Milliardenkosten jemals wieder hereinholen? „Das hängt stark von Amerika ab“, sagte Bremer. Denn in Schwellenländern habe das relativ teure Auto kaum eine Chance. Aber auch in den USA dürfte er demnach nicht lange alleine bleiben: Toyota bringe mit dem gleichfalls als Stadtfliker konzipierten iQ „einen Wettbewerber auf den Markt, der in jeder Beziehung auf Augenhöhe steht“, sagt Bremer. „Das könnte gerade in Nordamerika eine Gefahr werden.“

AFP/abendblatt.de

Aktualisiert am 3. September 2008 um 16:57



Chefsache: Zehn Jahre nach Einführung läuft der millionste Smart vom Band. Foto: DDP