

WOHIN FÜHRT UNS DIE NEUE MOBILITÄT?

Wir sprachen mit Forschern, Verkehrsexperten, einem Trainer sowie einem Rehabilitationsexperten über das Umdenken in der Autoindustrie, die Möglichkeiten, Mobilität vollkommen anders zu denken, über mobile Zukunftsvisionen, die Geschwindigkeit, mit der Mobilität sich verändern wird, das Problem des physischen Bewegungsmangels und die Bedeutung von sozialer Mobilität. In einem sind sich alle Gesprächspartner einig: Ein „Weiter so“ in Sachen Mobilität kann es nicht geben. >

Interviews
Das
Redaktions-
Team

DIE FORSCHERIN

„Ein weiter wie bisher, wird für die Automobilindustrie nicht in eine erfolgreiche Zukunft führen“



Univ.-Prof. Dr. Marion A. Weissenberger-Eibl leitet das Fraunhofer-Institut für System- und Innovationsforschung ISI in Karlsruhe und ist Inhaberin des Lehrstuhls für Innovations- und Technologie-Management am Institut für Entrepreneurship, Technologie-Management und Innovation am Karlsruher Institut für Technologie (KIT). Sie arbeitet zu Entstehungsbedingungen von Innovationen und deren Auswirkungen. Als eine der »Spitzeningenieurinnen Deutschlands« wurde Marion A. Weissenberger-Eibl erst kürzlich zu den »Top 100 der einflussreichsten Frauen der deutschen Wirtschaft« gewählt. Die studierte Bekleidungstechnikerin sowie Betriebswirtschaftlerin promovierte und habilitierte sich an der Technischen Universität München. In Wirtschaft und Politik ist sie eine geschätzte Expertin für Innovation, Zukunftsforschung und Digitalisierung.

2017 hat die Landesregierung Baden-Württemberg den „Strategiedialog Automobilwirtschaft“ ins Leben gerufen. In Bayern diskutiert seit dem Frühjahr das „Zukunftsforum Automobil“ die künftige Ausrichtung der Automobilbranche. Beim Strategiedialog, den Sie mitverantworten, sitzen auch Umweltverbände oder Verbraucherorganisationen mit am Tisch – in Bayern ist das derzeit nicht der Fall. Warum haben Sie sich für diesen Weg entschieden?

Um Vorhaben wie die Transformation der Mobilität umzusetzen, müssen alle betroffenen Stakeholder mit ihren unterschiedlichen Perspektiven zusammengebracht werden. Ansonsten bleiben relevantes Wissen und auch die Bedürfnisse von Nutzern unberücksichtigt. Wenn Sie die Wertschöpfungskette der Automobilindustrie vollkommen neu denken wollen – und das müssen wir für die Zukunft –, dann hilft es, wenn auch Leute aus der Kreativwirtschaft oder aber aus der Luft- und Raumfahrt mit am Tisch sitzen, die vollkommen neue Perspektiven und Ideen in das Thema einbringen. Innovation ist heute keine Einzelaufgabe mehr, sondern Teamwork. Die Politik kann entsprechende gesellschaftliche Innovationen bestenfalls anstoßen – umsetzen müssen wir sie alle gemeinsam. Ich denke auch für das „Zukunftsforum Automobil“ des Freistaates wäre es sinnvoll, andere bayerische Zukunftsiniciativen und insbesondere auch die Zivilgesellschaft in den Dialog einzubeziehen.

In der Diskussion um eine neue Mobilität fühlen sich Autokonzerne oft an den Pranger gestellt. Wirkt sich diese Haltung auch auf die Atmosphäre des Strategiedialogs aus?

Mittlerweile haben alle Akteure erkannt, dass ein „weiter wie bisher“ nicht in eine erfolgreiche Zukunft führen wird. Daher machen sie auch alle beim „Strategiedialog Automobilwirtschaft“ mit – sicherlich teilweise mit mehr, teilweise mit weniger Elan. Einerseits weiß die Automobilindustrie, dass sie die großen Veränderungen wie Elektromobilität, autonomes

Fahren und Digitalisierung vorantreiben muss. Andererseits ist ein eingespieltes und erfolgreiches System – wie es die Automobilwirtschaft ist – sehr stabil und schwer zu ändern. Nicht jeder möchte die wohl vertrauten Pfade verlassen und in eine ungewisse Zukunft vortreten. Vielleicht fehlt uns manchmal der Mut, die Neugierde und die Risikobereitschaft – gerade weil die Strukturen in Baden-Württemberg sehr stabil sind und bisher alles so gut lief. Mit Blick auf die Transformation im Bereich Mobilität ist es jedoch wichtig, dass wir bestehende Konzepte überdenken und uns auf Veränderungen einlassen. Ab und zu müssen wir unsere Komfortzonen verlassen. Dazu zählt auch, nicht an allem Althergebrachten festzuhalten. Die Akteure der Automobilwirtschaft sind eher vorsichtig. Sie freuen sich gerade damit an, „das Pferd zu wechseln“ und auf die Elektromobilität zu setzen. Was mir fehlt, ist Zukunftsoffenheit. Die Automobilindustrie hat Schwierigkeiten, sich etwas gänzlich anderes vorzustellen und sich in wenig erforschtes Gebiet im Bereich Mobilität vorzuwagen oder auch ganz andere Fragestellungen in den Blick zu nehmen.

Ihr eigentlicher Forschungshintergrund ist die System- und Innovationsforschung: Wie innovativ ist die deutsche Automobilindustrie derzeit?

Die deutsche Automobilindustrie war schon immer Garant für Innovationen. Sie zählt zu den innovativsten Branchen in Deutschland. Jedoch ist die Branche stark auf technische Innovationen fokussiert. Für die Zukunft halte ich es für essenziell, die Zeichen der Zeit richtig zu deuten: Es ist entscheidend, gesellschaftliche Trends umfassend im Innovationsgeschehen zu berücksichtigen. Der Innovationsbegriff muss hier deutlich erweitert werden. Wenn die Automobilwirtschaft weiterhin erfolgreich sein will, muss sie auf die großmaßstäblichen Änderungen eingehen.

Ich gehe sogar soweit, dass ich sagen würde, die Automobilwirtschaft muss sich die gesellschaftlichen Entwicklungen zu eigen machen. Dafür muss sie

nicht nur Trends aufnehmen, sondern sich sogar an der Entwicklung von Zukunftsvisionen konstruktiv beteiligen. Erst auf dieser Basis können weit gefasste Ideen entstehen. Und dann geht es natürlich auch darum, dass diese gemeinschaftlich umgesetzt werden.

Es gibt Wissenschaftler, die sagen, dass sich die Automobilhersteller in Zukunft zu Mobilitätsanbietern wandeln müssen. Teilen Sie diese Ansicht? Was unterscheidet einen Mobilitätsanbieter von einem klassischen Automobilhersteller?

Die Mobilität steht definitiv vor einem Wendepunkt. Damit einhergehend muss sich sicherlich zunächst die Automobilindustrie bewegen. Wir haben es aber nicht nur mit einer wirtschaftlichen und technologischen Herausforderung zu tun. Die Transformation der Mobilität wird neu definieren, wie wir uns in Zukunft fortbewegen. Es handelt sich um eine gesellschaftliche Herausforderung. Wir müssen das System Mobilität also völlig neu denken. Das bedeutet, die Automobilhersteller müssen meines Erachtens in der Wertschöpfung deutlich über die Hardware – das Auto selbst – hinauswachsen. Sonst laufen sie Gefahr, dass ihnen in absehbarer Zeit technologisch erstarkende Wettbewerber den Markt streitig machen. Dies können einerseits Anbieter aus China oder dem sonstigen asiatischen Raum sein, die technisch attraktive Modelle anbieten – gerade im Bereich der Elektromobilität. Oder das können auch Player aus den USA sein, die mit sehr ausgereiften Konzepten ganz neue Mobilitätssegmente angehen – wie das autonome Fahren. Die Automobilindustrie sollte also den Fokus erweitern und erkennen, dass es in ihrem Business im Kern nicht um das Produkt Auto, sondern um eine Leistung geht: nämlich Mobilität. Hinzu kommt, dass wir es mit unterschiedlichen Bedürfnissen zu tun haben. Mobilität bedeutet nicht nur, in einem Auto von A nach B zu kommen. Es spielt viel mehr mit hinein: Es geht um die Gestaltung individueller Lebensstile; Das Ausleben von Emotionen ist ein Thema; Die Menschen kommunizieren ihren sozialen



> Der Erfolg des Autos macht es zur Schnecke. Im Stau auf der Straße geht nichts mehr voran.

Status; Und zunehmend kommen Fragen von Unterhaltung und Zeitnutzung mit ins Spiel. Das heißt, Mobilität ist auch Lebensgefühl. Meines Erachtens geht der Wandel dahin, eben dieses Lebensgefühl zu bedienen und gleichzeitig individuelle Mobilitätslösungen anzubieten.

Mobilität wird in Zukunft ein immer komplexeres Thema. So wie durch die Digitalisierung unsere Gesellschaft immer komplexer wird. Was raten Sie Unternehmen, aber auch den Mitarbeitern in diesen Unternehmen – nicht nur aus der

Mobilitätsindustrie –, wie diese mit der neuen Komplexität am besten umgehen können?

Komplexität ist eine zentrale Entwicklung und Herausforderung der Zukunft. Es ist ratsam, das Thema kooperativ anzugehen und Netzwerke zu bilden. Kooperation ermöglicht, dass wir verteilte Stärken zusammenbringen und nutzen. So können wir bestehende Potenziale viel besser ausschöpfen. Unsere Wirtschaft ist bereits heute kollaborativ aufgestellt. Die Digitalisierung wirkt zudem als Katalysator für kollaborative Wirtschaftsformen. Die

Folgen sind eine kleinteiligere Wirtschaftsstruktur und mehr Spezialisierung. Die Wirtschaft wird dadurch zukünftig flexibler agieren. Daher sollten Firmen ihre Kompetenzen, Kapazitäten und Infrastrukturen möglichst optimal ausnutzen. Einerseits führt die Digitalisierung dazu, dass unsere Welt immer komplexer wird. Andererseits birgt sie auch die Möglichkeit, mit der Komplexität umzugehen. Wir sollten die Digitalisierung positiv annehmen und in ihr einen Schlüssel sehen, um komplexe Probleme zu handhaben. In Unternehmen geht es nicht nur darum, in die Digitalisierung zu investieren. Es gilt vielmehr, in Fähigkeiten und Kompetenzen zu investieren, die es uns ermöglichen, mit Komplexität umzugehen. Da spielen sicherlich Kompetenzen im Bereich der digitalen Technologien eine Rolle. Aber es geht darüber hinaus auch darum, an den Schnittstellen verschiedener Bereiche zu interagieren und anschlussfähig zu sein. Oder es geht um komplexe planerische Fähigkeiten. Wir müssen alle entsprechenden Skills auf breiter Ebene in Bildung, Ausbildung und Weiterbildung fördern.

INFO „STRATEGIEDIALOG AUTOMOBILWIRTSCHAFT BADEN-WÜRTTEMBERG“

Der im Sommer 2017 auf sieben Jahre angelegte „Strategiedialog Automobilwirtschaft Baden-Württemberg“ wurde initiiert, um den Umbrüchen im Mobilitätsbereich zu begegnen. Zum einen sorgen technologische Entwicklungen wie Elektrifizierung, Digitalisierung und automatisiertes Fahren für ganz neue Möglichkeiten in der Mobilität, zum anderen muss der Verkehr seine Schadstoffemissionen deutlich senken und so einen wesentlichen Beitrag zum Klimaschutz leisten. Gemeinsam mit Wissenschaftsministerin Theresia Bauer leitet Univ.-Prof. Dr. Marion A. Weissenberger-Eibl die Kernarbeitsgruppe für das Querschnittsthema „Forschungs- und Innovationsumfeld“. Dabei versucht sie, die Teilnehmer des Strategiedialogs dazu zu bewegen, über den Tellerrand der klassischen Automobilwirtschaft und sogar der Mobilität selbst hinauszublicken und querzudenken.



URKERN GmbH – Gesellschaft für Urbanes

Atelierstr. 1, 81671 München
www.urkern.de

TELEFON +49 89 4132-140

E-MAIL redaktion@daswerkmagazin.de

HERAUSGEBER Josef Glasl (V.i.S.d.P.)

CHEFREDAKTION Daniel Wiechmann

ART DIRECTION Ivana Bilz

REDAKTION Jan Kluge, Katharina Wagner, Josef Glasl

GESTALTUNG Katarina Cevra, Rabea Ulbrich

SCHLUSSREDAKTION Irene Prestele, Rebecca Bauer

PROJEKTKOORDINATION Rebecca Bauer

MITWIRKENDE AN DIESER AUSGABE

Melanie Grötzsch (Stadt München) | Verena Stoppel (Stadt München) | Prof. Dr. Florian Matthes (TUM) | Wolfgang Inninger (Fraunhofer Institut) | Univ.-Prof. Dr. Marion A. Weissenberger-Eibl | Andreas Schuster (Green City) / Dr. Per-Johan Horgby (VHV Versicherungen) | Andreas Ruby | Andreas Kiermaier (Pfenningparade) | Staatsminister Dr. Hans Reichhart | Robert Kamischke (Kuka) | Martin Binder (MHP) | Stephen Walker (Munich Re) | Horst Hanschur (Audi AG) | Bettina Bernhardt (Audi Business Innovation) / Prof. Dr. Christian Mauch (Rachel Carson Center) | Talitta Reitz (Rachel Carson Center) | Dr. Christian Braun (MAURER) | Judith Klein (MAURER) | Birgit Heitmann (boesner) | Jacob van Rijs (MVRDV) | Dr. Martina Taubenberger (whiteBOX) | Monthipha Saparp (Khannittha) | Franz Völkl (Werkkraft GmbH) | Sandra Leitner (Stage Entertainment)

KONZEPT & BERATUNG Markus Wiegand

BILDREDAKTION Johanna Kovac

BILDNACHWEISE Titel, 8ff, 12, 16, 26, 45, 72 oben, 114: Katarina Cevra | 3, 35, 42, 44, 49, 52, 54, 55, 58 unten, 71, 75, 76, 79 oben, 80, 81 unten, 82, 85 Foto Juki, 90-95, 101-111, 112 WERK3, 113 WERK7 & Container Collective: Ivana Bilz | 12: Science museum | 15: Chiara Scholz | 15: vintage everyday | 19, 47: Daniel Bilz | 30, 32: Lilium | 31: Hyperloop One | 33, 72 unten: VOI / Elliot Nyhlin | 34 Foto Seilbahn: Leojauregui | 34 Foto autonomes Fahren, 58 oben, 60, 61, 62: AUDI AG | 38 Franz Wamhof | 39: Tine Brand | 40: Haase | 46: Kiermaier Bew | 53: Presse | 64-69, Illustration: Valerie Erben | 65 oben rechts: Presse | 78 oben: A.T.Birkenholz | 78 unten: Caroline Eckart | 79 unten, 81 oben, 89: Rabea Ulbrich | 84 Tag der offenen Tür: Symphonieorchester des Bayerischen Rundfunks | 84 Foto Lena: Hendrik Schneider | 84 Foto Skunk Anansie: Presse | 84 Foto Die Lochis: Philipp Gladsome | 86, 112 Foto Hi-Sky: URKERN | 96-99: Lia Säile | 96 Foto Taubenberger: whiteBOX | 112# Rendering Gelände, 113 Rendering WERK13: Michael Ullrich | 113 Rendering WERK4: Steidle Architekten | 112 Rendering Konzerthaus: Cukrowicz Nachbar Architekten | 113 Rendering WERK17: formstadt architekten GmbH | 113 Rendering WERK12: MVRDV Architekten | 113 Rendering WERK1+14: Hild und K

ANZEIGENLEITUNG Susanne Ruthner, Chiara Scholz (Stellv.)

VERTRIEBSDIREKTION Susanne Ruthner

DRUCK Kriechbaumer GmbH & Co. KG
Ehrenbreitsteiner Straße 28
80993 München
www.kriechbaumer.de

AUFLAGE 25 000 Stück

ERSCHEINUNGSTERMIN Juni 2019

COPYRIGHT © 2019 URKERN GmbH – Gesellschaft für Urbanes