



Im GESPRÄCH mit

AUDI AG: DI Heinz Hollerweger, Leiter der Entwicklung Gesamtfahrzeug

Als geborener Linzer steht Heinz Hollerweger heute ganz oben im deutschen Ingolstadt. Als Leiter der Entwicklung Gesamtfahrzeuge bei Audi zeichnet er dafür verantwortlich, dass Baugruppen und Komponenten zu einem stimmigen, dem Markenimage entsprechenden und die Kunden begeisternden Ganzen werden. Seine Beurteilung der Trends und zukünftigen Entwicklungen erörtert er in einem Interview mit dem Manager des Automobil-Clusters, Thomas Eder.



Der gebürtige Linzer, DI Heinz Hollerweger, leitet bei Audi in Ingolstadt die Entwicklung Gesamtfahrzeug

2008 war absatzstärkstes Jahr. Eine Million Premiumfahrzeuge wurden weltweit von Audi verkauft. 2009 waren es 50.000 weniger. Wie wird sich 2010/2011 entwickeln?

Der krisenbedingte Einbruch war bei Audi deutlich kleiner, als bei den Mitbewerbern. Wenn das heurige Jahr weiter so gut verläuft, dann sollten wir wieder ein sehr ordentliches Betriebsergebnis abliefern können. Ich halte es für ein durchaus realistisches Ziel, in

2010 mit den weltweit verkauften Audi-Fahrzeugen im Premiumsegment wieder die Eine-Million-Marke zu überspringen.

Wie lange wird das Segment der Luxusfahrzeuge in der heutigen Welt noch eine Rolle spielen? Und was wird den Luxus der zukünftigen Audi-Modelle ausmachen? Design oder Ausstattung?

Für Luxus oder besser gesagt Premium gibt es immer

einen Markt. Wie dieser aussieht, ist aber stark regional abhängig. Luxus wird in Europa z.B. „sozial verträglicher“ werden. D.h. weniger optische Merkmale, aber dafür wertvolle technologische Eigenschaften.

1) Design ist durchaus ein Luxusmerkmal, aber mehr „dezent und Understatement“ werden bestimmend sein.

2) Die Technologie entwickelt sich von „Leistung“ hin zu „mehr Umweltorientierung“ und Nachhaltigkeit: Hierher gehören neben der weiteren Detailoptimierung sogenannter „konventioneller Technik“ wie TDI und TFSI sicher neue, verbrauchsmindernde Leichtbaukonzepte und alternative Antriebskonzepte wie Hybrid und Elektro oder später auch Brennstoffzellen mit Wasserstoff als Energieträger.

3) Infotainment und Multi-Media werden zum Genussfeld für Fahrer der Luxusklasse. Das Innenraum-Erlebnis durch Video- und Soundsysteme, elektronische Fahrerassistenten und edle Materialien und High-Quality-Accessoires wie z.B. Massagesitze bestimmen den Trend.

In China, wo der Markt für Luxusfahrzeuge derzeit besonders boomt, legt man deutlich mehr Wert auf „sichtbare“ Elemente. Luxus ist hier extrovertierter. Es gilt, den Status und Erfolg des Autobesitzers zur Schau zu stellen.

Was lässt sich Audi für den europäischen Markt einfallen? Werden Kleinstautos in Europa zum Renner?

Wir müssen unsere Entwicklungen immer auch an die regionalen Verhältnisse anpassen. Das gilt im besonderen Maße für die engen Megacities mit ihrem dichten Verkehr. Für schicke, kleine, urbane Autos ist, laut einer Marktanalyse von Audi, großer Bedarf vorhanden. Mit dem A1 bedienen wir genau dieses Segment. Wir positionieren unseren A1 als modernen, jugendlichen Stadtflietzer mit einer Vielzahl von Individualisierungsmöglichkeiten. Denn das Sich-Abheben von anderen ist auch ein starker Trend, den wir sehen.

Und welchen Stellenwert hat die E-Mobilität bei Audi?

Der A1 wurde als Elektro-Ausführung A1 e-tron mit Range-Extender bereits in Genf präsentiert. Er ist so konzipiert, dass man eine Batterie gut integrieren kann. Aber nicht nur der A1 kann elektrisch gefahren werden. Der Audi e-tron, der sich optisch etwas an den R8 anlehnt, wird als echter Sportwagen in einer Kleinserie der erste vollelektrische Audi sein. Die Be-

zeichnung „e-tron“ wird in Zukunft eine Marke wie „quattro“ sein und bei den unterschiedlichen Audi-Modellen für den Elektroantrieb stehen.

Der R8 e-tron ist für sein Design ausgezeichnet worden. Welche seiner Komponenten wurden speziell für die Anforderungen an E-Autos konstruiert?

Wir haben beim Design des e-tron natürlich aus gutem Grund auf die leichte Audi Space Frame Konstruktion aus Aluminium des R8 zurückgegriffen. Die noch immer relativ großen und schweren Batterien lassen sich damit etwas besser integrieren. Wir betrachten unsere Entwicklungen immer gesamtheitlich. Gerade beim e-tron stecken wir besonders viel Arbeit in das Energiemanagement. Denn das beeinflusst maßgeblich die Reichweite und das ist einer der Hauptkundenwerte beim E-Fahrzeug.

Audi bringt mit den Premiumfahrzeugen die besten Umsätze des VW-Konzerns. Will Audi sich das Image einer E-Marke überhaupt leisten?

Der wichtigste Vorteil von E-Autos ist, dass sie lokal emissionsfrei fahren können. Die E-Mobilität ist dadurch technologisch, wirtschaftlich aber auch gesellschaftlich ein wichtiges Thema. Positiv finde ich, dass der Elektroantrieb wieder neuen Wind in die zuletzt schon sehr einseitig gewordene Technikdiskussion gebracht hat. Die vielen konkurrierenden Konzepte liegen wieder auf dem Tisch. Wir verfolgen mehrere Konzepte parallel wie z.B. Biofuel-Motoren oder die Optimierung des Verbrennungsmotors hin zum drei Liter-Auto. Elektroantrieb ist sicher ein guter Image-träger, wenn die Technologie ausgereift ist. Audi wird sich aber sicher nicht vorschnell mit einer Lösung ohne oder mit nur wenig Kundennutzen auf dem Markt präsentieren.

Laut AUDI AG Vorstand Michael Dick sind E/E und Mechatronik unverzichtbare Schlüsseldisziplinen im modernen Auto. Heute hat jeder Fahrzeugteil bereits einen Kabelanschluss. Wie wichtig ist für Sie diese Entwicklung?

Elektronik und Elektrifizierung sind in den letzten Jahren auch im Automobilbereich die Innovations-treiber geworden. Komfort (Bedienung), Umweltfreundlichkeit und zusätzliche Features wie Sound, TV, elektronische Vernetzung und autonomes Fahren sind Bereiche, in denen für die Elektrik- und Elektronikbranche riesiges Potenzial steckt. Die Zulieferer

müssen Mechatronik ins Repertoire aufnehmen. In allen Bauteilen ist heute E/E Kompetenz gefragt. Am wichtigsten sind in jedem Fall die Anforderungen an die Sicherheit und die Zuverlässigkeit.

Ist der Leichtbau „Made in OÖ“ ein Thema bei Audi?

Generell ist Österreich als potente Industrieregion bei Audi bekannt. Beispielsweise bekommen wir von der Voest hochwertige Bleche geliefert. Im Bereich Leichtbau haben wir in Neckarsulm ein eigenes Kompetenzzentrum, das sich mit dem Einsatz von Leichtbauwerkstoffen in Fahrzeugen des Premium-segments beschäftigt.

Immer mehr Zulieferer betreiben intensive Entwicklungs- und Forschungsarbeit. Wie wichtig ist für Audi die Innovationskraft der Lieferanten?

Ein einziger Ingenieur ist heute kaum in der Lage, alle Entwicklungen auf dem Markt zu überblicken. Ein Gesamtkonzept alleine zu entwickeln ist unmöglich. Ein Teil der Innovationskraft hat sich in der Tat zu den Zulieferern hin verlagert. Es werden also nur jene Zulieferer am Markt bestehen können, die auf ihrem Gebiet integrierte Lösungen anbieten können. Systemzulieferer sind für uns wichtig. Auch hier sind wir gleich wieder bei der Elektrik/Elektronik, die in den Systemen eine tragende Rolle spielt.

Wie informieren Sie sich über die Innovationen? Welche Rolle spielen dabei die oberösterreichischen Betriebe und der Automobil-Cluster OÖ?

In der Großserienproduktion spielen regionale Grenzen oder räumliche Nähe eine eher untergeordnete Rolle, denn z.B. Internetauktionen eröffnen uns den gesamten Weltmarkt. Die oberösterreichischen Zulieferer müssen sich dem internationalen Wettbewerb stellen. Aber man darf auch die gemeinsame Kultur nicht unterschätzen, denn 100-prozentige Verlässlichkeit ist in unseren Breiten schon ein gemeinsamer und sehr wichtiger Wert.

Auch für Spezialanfertigungen ist eine große Nähe zum Lieferanten von Vorteil. Damit ein Zulieferer sich gegenüber einem OEM gut positionieren kann, muss er technische Perfektion und gleichbleibend hohes Qualitätsniveau sowie Logistik und Liefertreue gewährleisten und sich und seine Produkte ständig weiterentwickeln. In der Zukunft wird die gesamt-heitliche CO₂-Bilanzierung zur Herstellung und Lie-



Hochkarätiger Gast auf der automotive.2009, der Jahreskonferenz des Automobil-Clusters: Der Visionär DI Heinz Hollerweger.

ferung von Bauteilen (Standortnähe) ein wichtiges Argument werden.

Wie bekommt man als junges oder kleines Unternehmen bei Audi den „Fuß in die Tür“?

Am besten positioniert sich ein Zulieferer durch Know-how, durch neue Ideen und Flexibilität. Natürlich bevorzugen wir bei sonst gleichen Randbedingungen bewährte Lieferanten, aber auch kleine oder neue Unternehmen haben durchaus eine Chance, für Audi zu liefern. Die Vorzüge bezüglich Kosten, Qualität, technischer Eigenschaften (z.B. Gewicht) und Innovationsgrad müssen jedoch transparent und klar erkennbar sein.

In vielen Fällen eignet sich als Einstieg am besten eine vorhandene Konstruktion, an der der Zulieferer seine Kompetenz gegenüber dem Serienlieferant demonstrieren kann. Das Standvermögen ist eine der wichtigsten Eigenschaften für einen guten Lieferanten. Wer beim ersten kleinen Problem gleich aufgibt und nicht nach Lösungen sucht, wird nicht überleben. Gemeinsame Lösungen lassen sich immer finden. Daran sind wir als OEM auch interessiert.

Danke für das Gespräch!