

AUTOINDUSTRIE

Der Fluch des Filters

Erst wollten die deutschen Autohersteller ihn nicht, jetzt wollen sie ihn – können mitunter aber nicht liefern: Der Rußfilter sorgt beständig für Ärger.

Es gibt viele Methoden, Kunden zu verärgern. Audi- und VW-Verkäufer haben derzeit eine besonders effektive gefunden.

Wer Ende vergangenen Jahres einen A3 mit Dieselmotor und Partikelfilter bestellen wollte, dem nannten sie das erste Quartal 2005 als Liefertermin. Anfang Januar informierten sie den Interessenten, dass es auch das zweite Quartal werden könnte. Und schließlich teilten sie telefonisch mit, es könne noch länger dauern. Man könne auch nicht garantieren, dass das Fahrzeug überhaupt noch in diesem Jahr geliefert werde.

Ähnlich ergeht es Menschen, die einen Golf mit Dieselmotor und Partikelfilter kaufen wollen. Erst sollten die Fahrzeuge Ende 2004 ausgeliefert werden, dann war von Anfang 2005 die Rede, und nun sprechen Verkäufer von der zweiten Jahreshälfte 2005 – was hinreichend ungenau ist und den Verdacht weckt, dass Europas größter Autohersteller vielleicht erst 2006 in der Lage sein wird, sein wichtigstes Mo-

dell mit jener Umwelttechnik auszustatten, die der PSA-Konzern (Peugeot, Citroën) bereits seit dem Jahr 2000 anbietet.

Die Lieferschwierigkeiten sind das neueste Kapitel in der scheinbar unendlichen Geschichte des Partikelfilters, in der die französischen Konkurrenten bislang vor allem dank einer cleveren Vermarktung den Eindruck erweckten, die deutschen Autohersteller seien in Sachen Umweltschutz die letzten Bremser. Und als strahlende Helden können VW, BMW und Mercedes-Benz auch in dieser Episode kaum auftreten.

Denn die Verkäufer können gar nicht anders. Sie müssen die potentiellen Kunden vertrösten. Und die Hersteller können auch nicht anders. Sie wollen liefern, aber sie können nicht. Es gibt nicht genügend Filter. Die Produzenten, vor allem in den USA, Frankreich und der deutsche Lieferant Eberspächer, können ihre Kapazitäten nicht schnell genug erhöhen.

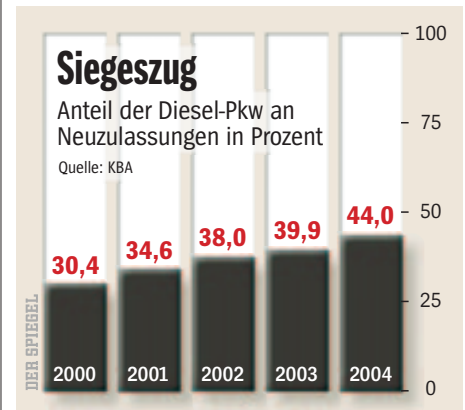
Für VW und Co. ist das schmerzlich. Denn in Deutschland entscheidet sich mittlerweile fast jeder zweite Autokäufer für einen Dieselmotor. Aber wer jetzt noch ein Auto ohne Filter erwirbt, muss damit rechnen, dass er es später nur mit Einbußen wieder verkaufen kann. Und ihm entgeht eine steuerliche Förderung, mit der Umweltminister Jürgen Trittin die Verbreitung der Filter vorantreiben will.

Die deutschen Autohersteller sind Opfer ihrer eigenen Strategie. Sie investierten mehrere hundert Millionen Euro, um Dieselmotoren umweltfreundlicher zu machen und die gesamten Abgase zu reduzieren. So wollten sie möglichst schnell die Euro-4-Richtlinie erfüllen, die Anfang 2005

für neu auf dem Markt erscheinende Modelle strengere Grenzwerte fordert.

Der PSA-Konzern konzentrierte sich dagegen zuerst einmal auf den Partikelfilter, der ein einziges, aber bedeutendes Abgasproblem des Antriebs löst: Er filtert die als krebserregend geltenden Rußpartikel zu rund 99 Prozent heraus.

Dass einige ältere Peugeot-Modelle die Euro-4-Norm noch nicht schaffen, interessierte die Kunden wenig. Der Vorteil des Filters aber leuchtete sofort ein. Und so geriet die deutsche Autoindustrie in eine



Abwehrschlacht, die sie nicht gewinnen konnte. Im vergangenen Jahr endlich versprach sie, bis 2008, spätestens 2009, alle Fahrzeuge mit „dem dämlichen Filterchen“ (VW-Chef Bernd Pischetsrieder) auszurüsten.

Mercedes-Benz bietet mittlerweile in jeder Baureihe einen Dieselmotor mit Filter an. BMW beim Siebener, Fünfer und neuen Dreier. Nur bei der Einer-Reihe und den Geländewagen X3 und X5 fehlt er noch. Dass den Bayern deshalb Kunden verloren gehen, spüren sie noch nicht.

Schwieriger ist die Lage für den VW-Konzern. Zum einen ist der Wettbewerb in der Kompaktklasse härter, und die Kunden wechseln schneller ihre Marke. Zum anderen kann der Massenhersteller, der insgesamt viermal so viele Fahrzeuge wie BMW oder Mercedes-Benz produziert, die Versorgung mit Filtern nur langsamer sicherstellen.

Im nächsten Jahr, wenn auch Bosch mit einer weiteren Filterproduktion startet, wird das Problem wohl gelöst sein. Doch bis dahin kann VW-Chef Pischetsrieder den Mangel nur verwalten. Sofort mit Filter starten soll der neue Passat, der in diesem Frühjahr auf den Markt kommt – Golf-Interessenten müssen deshalb noch warten.

Zum Glück für die Hersteller sind nicht alle Kunden so stark an einem sauberen Diesel interessiert wie die Deutschen. Hierzulande wählen 80 Prozent der Dieselfahrer bei Mercedes-Benz diese umweltfreundliche Variante. In Frankreich gerade mal zwei Prozent.

DIETMAR HAWRANEK



VOLKSWAGEN AG / DDP

Golf-Produktion (in Wolfsburg): Die Hersteller sind Opfer ihrer eigenen Strategie