

AUTOMOBILE

Klappdach mit Tücken

Das neue Cabriolet Eos von VW bietet das aufwendigste Verdeck der Welt – ein weiteres Beispiel für kostspieligen technischen Übermut.



VW-Cabriolet Eos: „Zu viele Schwankungen“

Das Dach ist ein Spektakel. Es besteht aus fünf Teilen und entfaltet sich mit der Grazie ausgeklügelter Mechanik.

Als erstes Cabriolet der Welt hat der neue VW Eos, basierend auf der Plattformtechnik von Golf und Passat, ein Blechverdeck, das zwei Sitzreihen zufriedenstellend überspannt und darüber hinaus auch noch über ein integriertes Glaschiebedach verfügt. Der Mechanismus, gefertigt vom Zulieferer Webasto, soll für Vorsprung in einer Disziplin des Karosseriebaus sorgen, in der Volkswagen bislang eher als rückständig galt.



VW-Markenchef Bernhard (in einem GX3) Rückkehr zu alten Tugenden

Mit dem Eos will sich VW nun an die Spitze des internationalen Wettbewerbs setzen und vor allem den Konkurrenten Peugeot übertreffen, der über die bislang fortschrittlichste Cabrio-Technik verfügt. Längst bietet der französische Autohersteller Metallverdecke an, die zwei Sitzreihen überspannen. Allerdings reichen diese aus weniger Teilen bestehenden Konstruktionen nicht weit genug nach vorn. Deshalb müssen die Frontscheiben unnatürlich weit nach hinten gezogen werden. Das trübt die Cabrio-Freude.

Volkswagen hat dieses Problem nun gelöst. Doch die aufwendige Konstruktion birgt Tücken. Zum Verdruss der Händlerschaft verschob VW-Markenchef Wolfgang Bernhard den Verkaufsstart. Statt wie geplant im Februar soll der Eos nun erst im Juli zu Preisen ab knapp 26 000 Euro in den Handel kommen.

„Zu viele Schwankungen“ bemängelt Bernhard noch an den ersten Modellen, die im portugiesischen VW-Werk Palmela vom Band liefen. „Manche Autos passen, andere wieder nicht.“ Vor allem Windgeräusche stören den Markenvorstand.

Der Eos ist damit ein neues Beispiel für die unselige Tradition des größten Autokonzerns Europas, sich an technischen

Ambitionen zu verheben. Unter dem langjährigen Vorstands- und heutigen Aufsichtsratschef Ferdinand Piëch sollte sich die Wolfsburger Allersweltsmarke zum Premiumanbieter mausern. Doch die großspurigen Projekte vom Luxuswagen Phaeton bis zur 1001 PS starken Hightech-Groteske Bugatti bescherten dem Unternehmen bislang nur Spott und Verluste.

Für näherliegende Projekte, etwa das längst überfällige Cabriolet, fehlten derweil die Kapazitäten. Piëch, der offene Autos ganz einfach nicht mag, sah keine Notwendigkeit für ein solches Modell. Erst Nachfolger Bernd Pischetsrieder ließ den Eos entwickeln. Doch auch diese Unternehmung stand im Zeichen technischen Übermuts.

Das multifunktionale Verdeck gilt unter kritischen Konzernmanagern längst zu den technischen Exotika, bei denen der Kundennutzen in keinem sinnvollen Verhältnis zum Aufwand steht. Wer braucht wirklich einen Verbund aus Klapp- und Schiebedach?

Kein anderer Hersteller der VW-Liga arbeitet an einer vergleichbar aufwendigen Konstruktion. So werden die Konkurrenten Opel und Ford noch in diesem Jahr ebenfalls Cabrios mit Metallverdecken vorstellen, die auch respektable Spannweiten erzielen, dabei aber wesentlich schlichter konstruiert sind.

Der Bau des Eos lässt sich zwar nicht mehr stoppen. Dennoch wird bei VW über einen grundsätzlichen Strategiewechsel gestritten. Im Management des Konzerns zeichnen sich zwei Lager ab:

► An der Spitze des einen steht Markenvorstand Bernhard. Er setzt klar auf Kostensenkung und die Rückkehr zur alten Volkswagen-Tugend, praktische und preiswerte Autos herzustellen: „VW ist eine Volumenmarke, keine Luxusmarke.“

► Dagegen geht Martin Winterkorn, Chef der VW-Tochter Audi, in Stellung – einst oberster Entwickler in Wolfsburg und treuer Gefolgsmann des premiumfixierten Konzernpatriarchen Piëch. Er gilt als dessen Wunschkandidat für eine mögliche Ablösung von Vorstandschef Pischetsrieder.

Wie uneinig Bernhard und Winterkorn über die richtigen Weichenstellungen für VW sind, zeigte sich am vergangenen Mittwoch auf der „Auto Show“ in Los Angeles. Dort kurvte Bernhard mit einem dreirädrigen Mischwesen aus Auto und Motorrad zur Pressekonferenz.

Das spartanische Vehikel, GX3 genannt, soll in den USA tatsächlich für nur rund 17 000 Dollar angeboten werden und an die Tradition von Dünenbuggys auf Käferbasis anknüpfen.

Winterkorn schritt mürrischen Blickes vom Messestand. In seinem Gefolge feixte ein Audi-Sprecher: „Wir müssen wohl dem Eindruck entgegenwirken, VW habe ein Rad ab.“

CHRISTIAN WÜST