
IAA 2019: Hersteller, wo seid ihr?

Von Guido Borck

Die Internationale Automobil Ausstellung (IAA) öffnet vom 12. bis zum 22. September wieder ihre Pforten. Einst galt die Messe als das weltgrößte Auto-Event überhaupt. Doch die über 120 Jahre währende Erfolgsgeschichte des deutschen Branchentreffs und Publikumsmagneten bröckelt zunehmend.

In diesem Jahr haben rund ein Dutzend Automobilhersteller der Frankfurter-Messe den Rücken zugekehrt und verzichten auf ihre Teilnahme. Darunter befinden sich so renommierte Marken wie Kia, Mazda, Peugeot, Toyota oder beispielsweise Volvo. Aus dem asiatischen Raum sind neben Hyundai und Honda nur noch ein paar chinesische Hersteller vertreten. Renault hatte zwar ursprünglich ebenfalls abgesagt, zeigt jedoch zumindest an den Preetagen die zweite Generation ihres kleinen SUV Captur.

Die IAA 2019 ohne eine Reihe an wichtigen Autoherstellern? Eigentlich ist dies ein Pflichttermin für die Branche. Schließlich berichten mehr als zehntausend Journalisten aus Frankfurt über das Spektakel und in der Vergangenheit zählten insgesamt rund 100 000 Auto-Enthusiasten zu den Besuchern der IAA. Noch mehr Aufmerksamkeit als auf einer Auto-Messe könnte sich ein Fahrzeughersteller eigentlich nicht wünschen. Doch bereits schon auf der letzten IAA 2017 hatte sich ein Abwärtstrend abgezeichnet. Einige renommierte Importeure waren einfach nicht vertreten. Ein Trend, der sich für die krisengeschüttelte Branche genauso auf den Messen in Detroit, Los Angeles und Genf inzwischen weltweit ausgebreitet hat.

So verkümmert die diesjährige IAA hauptsächlich zu einem deutschen Heimspiel. Oder fehlt den vielen Importeuren einfach nur das Geld? Hinter vorgehaltener Hand lässt sich erfahren, dass ein Messeauftritt mit einigen Millionen Euro beziffert wird. Diese hohen Ausgaben würden sich nicht mehr lohnen, da sie sich nicht in direkte Neuwagenverkäufe umrechnen lassen. Darum setzen viele Hersteller und besonders die Importeure auch verstärkt auf soziale Medien in den Internet-Kanälen. Allerdings lassen sich Motorsport-Einsätze wie etwa in der Formel 1 mit dem Gewinn des Weltmeistertitels genauso wenig in Absatzzahlen umrechnen. Was hier zählt ist einzig und allein das Prestige sowie Image.

Aber auch die Messestände der deutschen Hersteller haben sich spürbar verkleinert. BMW gönnt sich diesmal keine exklusiv reservierte Messehalle mehr, sondern teilt sich zusammen mit Hyundai, Land Rover und Opel einen gemeinsamen Showroom. Mercedes hat den Auftritt ebenfalls spürbar verschlankt. Zur Produktpräsentation dienen in der Festhalle nur noch zwei Etagen, statt vorher der üblichen drei. Einzig Volkswagen setzt weiterhin auf Präsenz und gönnt sich zusammen mit den Submarken Audi, Lamborghini, Seat sowie Skoda eine gesamte Messehalle.

Die 68. IAA hat sich also merklich gewandelt. Darum musste auch der Verband der Automobilhersteller (VDA) als Veranstalter auf die Flaute reagieren und hat im Vorfeld den Auftritt in Frankfurt maßgeblich verändert. Unter dem diesjährigen Motto: „Driving tomorrow“ stehen neben den automobilen Highlights, sowie alternativen Antrieben nun neuerdings auch branchenübergreifende Trends wie Vernetzung und Digitalisierung im Vordergrund. Hierbei setzt das neu ins Leben gerufene IAA-Programm auf vier Schwerpunkte. So ist die sogenannte IAA-Conference eine Veranstaltungsreihe mit Events und Podiums-Diskussionen auf vier verschiedenen Bühnen. Die IAA-Experience setzt dagegen noch verstärkter als bisher auf Probefahrten, die sowohl auf der Straße als auch auf abgesteckten Offroad-Parcours stattfinden. Bei der IAA-Exhibition handelt es sich um eine klassische Ausstellung, die die gesamte Wertschöpfungskette abbildet. Und mit der

IAA-Career ist eine Jobbörse hinzugekommen, die sich an Berufseinsteiger, Studierende und sogenannte Professionals richtet.

Zudem sind viele neue Firmen aus der Tech- und IT-Industrie sowie zahlreiche Start-ups und etliche Mobilitätsdienstleister auf der IAA hinzugekommen. Insgesamt sind auf den 168.000 Quadratmetern Ausstellungsfläche gut 800 Unternehmen aus 30 Ländern vertreten. Darunter ist China mit knapp 80 Firmen noch stärker präsent und unangefochten die Nummer eins. Doch zurück zu den eigentlichen Automobilherstellern, denn natürlich stehen wieder viele Weltpremieren im Mittelpunkt. So präsentiert VW mit dem ID.3 das erste voll elektrische Volumenmodell der Wolfsburger auf der IAA. Bei Opel steht der neue Corsa im Rampenlicht und Porsche zeigt mit dem Taycan einen elektrischen Sportwagen mit einer Reichweite von über 400 Kilometern.

Land Rover zeigt mit dem neuen Defender die Neuauflage seiner Geländewagen-Ikone. Bei BMW lässt sich der neue 1er bewundern, der zum ersten Mal – statt mit Heck- mit Frontantrieb an den Start geht. Audi konzentriert sich dagegen auf die Sportlimousine RS7 Sportback und bei Ford gibt es mit dem neuen Puma und Kuga gleich zwei SUV-Neuheiten. Wie es mit der IAA in Zukunft weitergeht, steht allerdings in den Sternen. In ihrer langjährigen Messegeschichte musste die IAA im Jahr 1971 bisher nur ein einziges Mal abgesagt werden. Der Grund war neben der damals herrschenden Ölkrise eine ungünstige Wirtschaftsentwicklung. Aber wer will das schon. Damit der Auftritt in Frankfurt besser wird, müssen alle Hersteller und Importeure noch stärker an einem Strang ziehen. Hoffen wir das Beste. (ampnet/gb)

Bilder zum Artikel



IAA 2019: Land Rover Defender.

Foto: Auto-Medienportal.Net/Land Rover



IAA 2019: Opel-Stand.

Foto: Auto-Medienportal.Net/Opel



IAA 2019: Ford.

Foto: Auto-Medienportal.Net/Ford



Ausblick auf den IAA-Messestand von Mercedes-Benz 2019.

Foto: Auto-Medienportal.Net/Daimler



Der neue Volkswagen-Look: Der Messestand zur IAA.

Foto: Auto-Medienportal.Net/Volkswagen