

---

## Los Angeles 2021: In die Enge getrieben

Von Jens Meiners, cen

Es war seit Corona die erste Automesse herkömmlichen Zuschnitts in den USA, und es wurde teils gefeiert wie in alten Zeiten. Nordamerikas Jaguar-Land-Rover-Chef Joe Eberhardt legte auf seiner Party gar eine schmerzhaft Bruchlandung hin – auf den Schultern des Rappers Wyclef Jean. Dem Vernehmen nach soll es dem Manager wieder ganz gut gehen.

Ansonsten verlief die Messe weitgehend unfallfrei, wenngleich es keine besonders gute Idee der Messeleitung war, trotz Maskenpflicht auf Namensschilder zu verzichten. So artete die Begrüßung der Kollegen zum Ratespiel aus. Europäer waren kaum darunter. Für die meisten von ihnen waren die Einreisevorschriften zu spät gelockert worden, um eine Teilnahme zu ermöglichen. Nur Porsche flog eine Journalistengruppe ein.

Und das war eine gute Entscheidung, denn die Marke hatte einiges zu bieten. Vor allem die Premiere der Hochleistungsvariante Cayman GT4 RS, der als absolute Krönung der 718er-Baureihe gelten darf. Denn das Nachfolgemodell wird – anders als der 911 – zum Elektroauto mutieren. BMW nutzte die Chance, um abseits der Messe eine Fahrzeugstudie zu zeigen, Volkswagen bot Fahrgelegenheiten auf dem Messegelände an, während Audi und Daimler durch Abwesenheit glänzten.

Überhaupt ließ die Herstellerpräsenz – aber das war auch vor Corona so – zu wünschen übrig. Es fehlten die Börsenlieblinge Tesla und Rivian ebenso wie die GM-Marken Buick und Cadillac sowie die asiatischen Nobelmarken Infiniti und Genesis. Der Hyundai-Konzern nutzte allerdings die Gelegenheit, um die Konkurrenz mit zwei Konzeptfahrzeugen auf kommende Serienmodelle zu verweisen: den Kia EV9 und den Hyundai Ioniq 7.

Die elektrischen Koreaner sind für die europäischen Hersteller übrigens ein schlechtes Zeichen: Der technologische Vorsprung, den man sich hier von der (gegen den Willen der eigenen Kundschaft) herbeigeredeten Wende zur E-Mobilität erhofft, ist reines Wunschdenken. Der Hyundai-Konzern ist hier derzeit führend – ohne Alternativen wie den Wasserstoffantrieb oder saubere Verbrennungsmotoren schlechtzureden.

Und es gab noch ein paar weitere Stars: Die Spitzen-Corvette namens Z06 gehörte dazu, außerdem der elegant gezeichnete neue Range Rover und der vietnamesische Hersteller Vinfast, mit dem keiner gerechnet hatte. Die US-Marke Fisker zeigte das Elektroauto Ocean, das man ernster nehmen würde, wenn mit Firmenchef Henrik Fisker nicht eine derart zweifelhafte Bilanz uneingelöster Ankündigungen und Versprechen assoziiert würde.

Darüber wurde ebenso gesprochen wie über die kurz vor der Messe organisierten Testfahrten der World-Car-of-the-Year-Jury, bei der rund 40 Autos zu fahren waren. Das Format bot einen umfassenden Überblick über die wichtigsten Neuerscheinungen, darunter übrigens eine große Zahl neuer Modelle mit klassischem Verbrennungsmotor. Ein Überblick, der ehrlicher war als die Messe selbst, auf der vor allem Elektroautos in den Vordergrund gerollt wurden.

Ein Blick auf den Markt rückt die Verhältnisse wieder vollständig gerade: Nur drei Prozent der US-Autokäufer entscheiden sich derzeit für die Energiezufuhr per Kabel. Daran dürfte auch die Wahl des 170.000 Dollar (ca. 151.000 Euro) teuren Lucid Air zum „Car of The Year“ der Brot-und-Butter-Zeitschrift „Motor Trend“ nichts ändern. Die Entscheidungshilfe der Gazette geht für die meisten Leser ins Leere.

Der abgehobene Rat, sich doch ein Elektroauto zum Bentley-Tarif zu kaufen, illustriert

---

den Bedeutungsverlust der klassischen Print-Titel in den USA. Auch dieser Trend wurde in Los Angeles sichtbar: Noch nie haben Influencer, Youtuber und neue Mitspieler die alten Medien so in die Enge getrieben. Die eine oder andere Bruchlandung kündigt sich gerade erst an.

Die Los Angeles Auto Show läuft noch bis Ende der Woche. (aum/jm)

---

## Bilder zum Artikel



Los Angeles 2021: Ioniq Seven Concept.

Foto: Autoren-Union Mobilität/Hyundai



Porsche zeigt auf der LA Auto Show 2021 fünf Neuheiten (v.l.): Forschungs- und Entwicklungsvorstand Michael Steiner, Frank-Steffen Walliser, Leiter der Baureihen 911/718, Schauspielerin Alexandra Daddario, Rennfahrer und Markenbotschafter Mark Webber sowie Vorstandsvorsitzender Oliver Blume.

Foto: Autoren-Union Mobilität/Porsche

---