

# ALLES AUF EINE STADT

Erstmals findet die weltgrößte Automesse 2021 in **München** statt. Doch nicht nur die Autobranche ist im Umbruch, auch die **IAA** sucht einen Neuanfang. Wie macht man dem Publikum Lust aufs Auto – und wie schiebt man den dringend notwendigen Mobilitätswandel an? Dazu auch ein Interview mit einem Experten für Raumplanung.

Text und Interview **Lisa Priller-Gebhardt**

**K**laus Dittrich, Chef der Messe München, erinnert sich, als sei es gestern gewesen: Am 3. März kurz nach 18 Uhr – draußen war es bereits dunkel – kam endlich der erlösende Anruf aus Berlin. Der Verband der Automobilindustrie (VDA) hat sich für München als Austragungsort der nächsten IAA entschieden. Da knallten im Chefbüro der Messe München im vierten Stock die Korken. Letztlich sprach für die bayerische Landeshauptstadt mehr als für Hamburg und Berlin. „München hat eine enorme Anziehungskraft auf internationale Besucher“, sagt VDA-Geschäftsführer Martin Koers. „Als Sitz vieler Tech-Unternehmen und Mobilitäts-Start-ups sowie durch seine exzellente Verkehrsanbindung ist München der ideale Standort mit globalem Anspruch.“ Außerdem stehe kaum eine andere Stadt so für das Miteinander von Innovation und Tradition.

## DIE IAA ERFINDET SICH NEU

Doch die Autoindustrie ist nicht mehr das, was sie einmal war. Sie ringt um Orientierung, und spätestens nach der letzten IAA war klar: Ein „Weiter wie bisher“ kann es nicht geben. Die PS-Show verlor zunehmend an Rückhalt: 22 Aussteller, darunter Suzuki, Toyota, Alfa und Fiat, blieben der Messe fern. Auch beim Publikum fand die Bolidenschau mit leicht bekleideten Damen immer weniger Akzeptanz. Es kamen nur noch 560 000 Besucher. Dafür wurden die Proteste der Klimaaktivisten lauter. Zeit für einen radikalen

Umbau. Für die Restrukturierung dieser 123 Jahre alten Messe wollte der Verband ein neues Konzept. Schließlich geht es laut Koers um die „Erneuerung des größten Marketing-Events weltweit“.

## WENIGER PS-SHOW, MEHR MOBILITÄTSMESSE

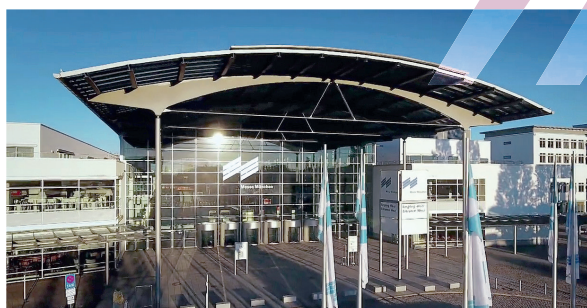
Der Ansatz der Münchner sieht vor, die IAA zur Mobilitätsplattform der Zukunft auszubauen. Sie wird den Themen Klimaschutz und Nachhaltigkeit breiten Raum geben. „Neue Antriebstechnologien wie batterieelektrische sowie Hybridmotoren, synthetische Kraftstoffe oder Fahrzeuge mit Brennstoffzellen werden ebenso im Fokus stehen wie Modelle mit modernsten und effizienten Verbrennungsmotoren. Daneben wird auf dieser IAA auch die Mikromobilität bis hin zum Fahrrad Platz finden“, kündigt der VDA-Manager an. Es gehe darum, für den städtischen Raum intelligente Verkehrskonzepte zu entwickeln. „Smart City und Smart Mobility sind untrennbar miteinander verbunden“, sagt Koers. Wie könnte diese Mobilität der Zukunft aussehen?

„Mobility as a Service“ lautet das Stichwort, das die Städte umtreibt. Vorbild ist Helsinki. Dort kann man mit nur einer App die gesamte Mobilität managen, ohne sich in einem Durcheinander aus diversen Plattformen zu verheddern. Egal, ob Bus, Straßenbahn, Carsharing, Mietwagen, Leihrad oder Taxi, „Whim“ zeigt sowohl schnelle als auch preisgünstige Optionen an. Entscheidet man sich für eine Route, kauft die App das Ticket für den ÖPNV, bucht ein Auto oder bestellt das Taxi. In diesem neuen Mobilitäts-

Fotos: evannovostro-stock.adobe.com; Silvia Truessel-stock.adobe.com; miglenasadeva-stock.adobe.com; nukul2533-stock.adobe.com; Andreas Pohlmann; Marcus Höhn; Unternehmen

**MOBILITÄT**  
Zur Fortbewegung  
der Zukunft zählt weit  
mehr als nur das Auto.





**DREI IN EINS**  
Das neue Konzept ist ein Mix aus Summit mit Ausstellung, Events an Münchens schönsten Plätzen und einer Teststrecke zwischen Messe und Innenstadt.



## Neuer Ort, neues Konzept

**Mobilität und Klimaschutz dürfen keine Gegensätze mehr sein. Deshalb werden nicht nur flotte Fahrzeuge, sondern auch neueste Technologien präsentiert. Inhaltlich und zeitlich wird die Schau deutlich komprimiert: Die Autokonzerne sollen höchstens noch 2000 Quadratmeter große Markenstände haben und nicht mehr ganze Hallen füllen – und das nur noch an sechs und nicht mehr wie bisher an 14 Tagen. Ebenfalls neu: Die ganze Innenstadt wird zur Bühne.**

**Summit:** Branchentreffen für die B2B-Fachwelt. Er findet in den Hallen der Messe München statt. Da künftig Innovationen und Produktpremieren im Vordergrund stehen und nicht das komplette Angebot, werden die Ausstellungsflächen limitiert. Zum Ausgleich gibt es dafür reichlich Raum für Konferenzen und Diskussionsrunden zur Zukunft der Mobilität. Der Summit soll etablierte Marken mit innovativen Impulsgebern zusammenbringen.

**Blue Lane:** Teststrecke für nachhaltige Mobilität. Geplant ist eine innerstädtische Teststrecke, die von der Messe München in die Innenstadt führt, eine sogenannte „Blue Lane“. Eine Fahrbahn der A94 und der Prinzregentenstraße werden dafür umgewidmet. Dort sollen Besucher neue Mobilitätsformen und emissionsarme Antriebstechnologien im Rahmen eines Pilotprojekts selbst ausprobieren und „erfahren“: E-Bikes, E-Roller, Ausstellungsfahrzeuge mit emissionsarmen Antrieben. Auch der öffentliche Nahverkehr wird eingebunden.

**Open Space:** Mobilitätserlebnis für alle. Wie beispielsweise auch die SXSW in Texas praktiziert die neue IAA ein dezentrales Messekonzept und bespielt die Besucher in der Stadt: An prominenten Plätzen wie dem Marien-, Königs- und Odeonsplatz läuft ein buntes Programm aus Entertainment, Konzerten und Information.



»Wir fanden die Idee, die Brücke zwischen B2B und B2C zu schlagen, bestechend. Die Mischung aus dialog- und erlebnisorientierten Inhalten passt für München.«

KLAUS DITTRICH, Vorsitzender der Geschäftsführung, Messe München

markt tummeln sich zunehmend Player wie Tech-Plattformen und Start-ups. Auch das Auto selbst wird immer mehr zur Datenmaschine. Laut VDA sind heute bereits 60 Prozent der Wertschöpfung in der Industrie softwaregetrieben. Das soll die Münchner Messe auch für Firmen aus dem Silicon Valley attraktiv machen.

Auch wenn sich die Beteiligten nach allen Regeln der Kunst bemühen, schön Wetter für den Mega-Event zu machen, der Stadt und Region eine halbe Milliarde Euro in die Kassen spülen wird, ruft er Kritiker auf den Plan. „Auf Münchens Straßen geht zu Stoßzeiten nicht mehr viel, die Mietpreise steigen immer weiter, ein gesundes Miteinander wird immer schwieriger. Die IAA wird dazu ihr Übriges beitragen“, monierte die *Süddeutsche Zeitung*. Auch Bund Naturschutz und der Fahrradklub ADFC meldeten sich zu Wort. Sie fürchten, dass Radfahrer und Fußgänger, bei der geplanten „Blue Lane“ – der für den Normalverkehr gesperrten Spur zwischen Messe und Odeonsplatz – zu kurz kommen. Und die Stadtteilpolitiker sind dagegen, dass öffentliche Plätze für Zwecke der Autoindustrie erhalten müssen.

Die IAA wirft mehr Fragen auf, als sie beantwortet. Doch man will sich dem öffentlichen Diskurs stellen. „Alle, die sich mit Mobilität beschäftigen, sind eingeladen, mit uns über nachhaltige Zukunftslösungen zu debattieren“, sagt Koers.

#### DAS ENDE DER AUTOHAUS-ATMOSPHÄRE

Der Mix aus Messe, Konferenz und Happening sowie die Idee, die ganze Stadt miteinzubeziehen, hat Dittrich bei der Digital- und Musikmesse South by Southwest (SXSW) in Texas inspiriert. Er hat sie vor zwei Jahren besucht, ohne zu ahnen, dass die IAA irgendwann ausgeschrieben würde. „Wir fanden die Idee, die Brücke zwischen B2B und B2C zu schlagen, immer schon bestechend und fühlten uns damals bei unserem Erlebnis auf der SXSW sehr bestätigt“, sagt Dittrich. Die Mischung aus dialog- und erlebnisorientierten Inhalten, ergänzt um das Kulturelle, konnte er sich gleich für München vorstellen.

Die Planungen für die Leitmesse der deutschen Autoindustrie haben längst begonnen. Seit Beginn der Corona-Krise haben die Münchner Messeverantwortlichen bereits eine steile Lernkurve durchgemacht. Aktuell hofft man auf den Best Case, auch wenn ein Worst-Case-Szenario einkalkuliert werden muss. „Im Moment gehen wir davon aus, dass im September 2021 alles wie geplant laufen kann. Sollte Corona bis dahin noch eine Rolle spielen, so verfügen wir über ein ausgefeiltes Rezept, um die Sicherheit von Besuchern und Ausstellern zu gewährleisten“, versichert Dittrich.

Ob die IAA als Blaupause für weitere internationale Messen dienen kann? „Sollte das neue Konzept Erfolg haben, könnte es durchaus über München hinaus Nachahmer finden“, so Dittrich. Um mehr Besucher für das neue Kon-

zept zu begeistern, wird die Messe München ihr Netzwerk heranziehen. „Hier werden uns unsere 80 Auslandsvertretungen bei der Aussteller- und Gästewerbung helfen“, kündigt Dittrich an. „Allein in China haben wir 300 Mitarbeiter vor Ort.“ Die Kontakte von Dittrich und seiner Mannschaft sind von Vorteil. „Einer der großen Player hat sich bereits zurückgemeldet“, sagt er. Es sehe so aus, als würden weitere nachziehen.

#### DIE BRANCHE BRAUCHT EIN NEUES MARKETING

Die Autoindustrie steckt in der Krise. Der VDA-Geschäftsführer spricht mit Blick auf Corona und die Folgen von einem „Angebots- und Nachfrageschock“. Der globale Automobilmarkt verliert 2020 voraussichtlich circa 14 Millionen Einheiten. „Das ist so, als würde in Europa ein Jahr lang kein neues Auto zugelassen werden“, sagt Koers.

So muss sich – im Sinne von mehr Attraktivität – nicht nur die Produktpalette der Autobauer anpassen, auch das Automobilmarketing braucht neue Impulse. Doch noch immer praktizieren viele Hersteller das starre Full-Funnel-Prinzip produktgetriebener Kommunikation. Und schrammen damit am neuen Verbraucherverhalten vorbei, denn für die meisten beginnt die Suche nach einem neuen Pkw nicht mehr beim Autohändler, sondern im Netz. „Das Automobilmarketing wird künftig deutlich stärker digital ausgerichtet sein. Im Moment erleben wir bereits einen neuen Schub in die richtige Richtung“, sagt der Geschäftsführer. Auch die IAA selbst wird beim Marketing Neuland betreten. Aktuell erarbeiten Verband und Messe ein IAA-Brandbook. „Das Markenbuch soll allen zeigen, wofür die neue IAA steht“, erklärt Koers. Künftig solle nur noch das Kürzel IAA verwendet werden und als Markenname eine Ergänzung erhalten, die auf das Thema Mobilität hinweist. Außerdem werde über einen neuen Claim diskutiert.

Um die Messe zu bewerben, setzt der VDA auf Agenturhilfe. Noch ist das Set-up offen. Die Ausschreibung beginnt in den kommenden Monaten. Dann wird auch entschieden, wer die Maßnahmen für München sowie für den nationalen und internationalen Auftritt verantwortet. „Ob es ein Pool aus unterschiedlichen Agenturen wird oder ein Netzwerk, das aus einer Hand alles liefern kann, wird zeitnah entschieden“, sagt Koers. Aktuell wird gerade an einem Pitch-Papier gearbeitet. Es gibt also noch einiges zu tun. →

»Wir wollten ein neues Konzept. Es geht schließlich um die Erneuerung des größten Marketing-Events weltweit.«

MARTIN KOERS, VDA-Geschäftsführer



# »München traut sich nicht«

Die Isarmetropole hat auf dem Weg zur Smart City noch einige Hürden zu nehmen. Wie etwa den Mobilitätswandel, denn auf den Straßen geht es immer enger zu. **Alain Thierstein** von der TU München forscht zur Gestaltung von Städten. Der Volkswirtschaftler spricht über mehr Lebensfreude durch weniger automobile Dominanz.

*Herr Thierstein, die IAA kommt 2021 nach München. In eine Stadt, die dem Verkehrsinfarkt näher ist als jede andere. War das klug gewählt?*

Die Stadt München führt tatsächlich bei der Feinstaubbelastung den Negativrekord an. Aber ob München eine gute Wahl war, wird sich vor allem dadurch zeigen, ob die IAA in der Lage ist, sich neu zu erfinden und wie Phönix aus der Asche zu steigen. Machen wir uns nichts vor, die Autoindustrie in Deutschland kämpft ums Überleben.

*Wird sie überleben?*

Ja, aber sicher in kleinerem Zuschnitt. Deshalb ist München als Standort für die IAA letztlich gar nicht schlecht gewählt, da die Krise hier am härtesten zuschlagen wird. Gleichzeitig ist das Potenzial für den Change hier am größten. Jetzt liegt es an der Messe, den Turnaround zum Kernthema zu machen.

*Mobility ist eines der herausforderndsten Themen auf dem Weg zur Smart City. Wie weit ist München hier?*

Leider noch nicht sehr weit. Seit den 60er-Jahren wird Autos sehr viel Platz eingeräumt, sie beherrschen die Straße zum Nachteil von Radfahrern und Fußgängern. Die Stadt gibt der automobilen Dominanz Ausdruck. Meiner Meinung nach muss der Straßenraum neu verteilt werden, Stichwort Konvivialität. Es gilt ein Umfeld zu schaffen, in dem verschiedene Arten der Fortbewegung annähernd gleichberechtigt sind, mit geringerer Durchschnittsgeschwindigkeit. So erleben die Menschen wieder mehr gemeinsame Lebensfreude. Es könnte eine Chance sein für München, dies aufzuziehen.

*Die Pandemie hat diese Entwicklung bereits beschleunigt. Hunderte Parkplätze wurden in Freischankflächen umgewidmet. Das sommerliche München hat sich in ein mediterranes Großlokal verwandelt. Ist das nicht genug?*

Die Freischankflächen waren ein Geschenk der Stadt an die darbenenden Wirte. Diese Idee finde ich sehr gut, sie bringt mehr Lebendigkeit in die Stadt, mehr Abwechslung. Die Menschen

kommen draußen zusammen, sie verweilen. Ich bin sicher, dass diese Provisorien auch im Winter und darüber hinaus bleiben werden, ausgestattet mit Überdachungen und Heizpilzen. Es entsteht eine neue Räumlichkeit im öffentlichen Raum.

*Ist da ein großes Aber herauszuhören?*

Ja, denn Städte wie Paris, Mailand oder Florenz sind hier ein Stück weitergegangen. Sie haben über die ganze Stadt hinweg Fahrspuren umgewidmet, die nur von E-Scootern, Fahrrädern,

Tretrollern oder Kinderwagen benutzt werden dürfen. Das hat sich München nicht getraut. Als Ausdruck einer großen Hilflosigkeit und der Blockade im Stadtrat wurden nur halbherzige Maßnahmen wie Sommerstraßen umgesetzt. Gleichzeitig hat allein schon die Streichung einer Fahrspur in der Fraunhoferstraße zugunsten des Radverkehrs für große Proteste gesorgt.

Das zeigt nur, dass man solche Projekte professionell begleiten muss, wie das zum Beispiel bei der Sendlinger Straße der Fall war. Das Vorhaben hat sich zu einem großen Erfolg entwickelt, da sehr strukturiert vorgegangen wurde. Im Vorfeld wurden die Anwohner, Geschäftsinhaber sowie Kunden befragt. Dabei haben sich zwei Knackpunkte herauskristallisiert: Anwohnerparken und Logistik. Für

beide wurden tragbare Lösungen gefunden.

*Sollte der Impuls für den Wandel von der Politik kommen?*

Vielleicht nicht der Impuls, aber die Orientierung. Solche Projekte müssen vom Stadtrat verabschiedet und dann von der Verwaltung umgesetzt werden. Das sieht man am Beispiel von Kopenhagen. Dort wurde vor über zehn Jahren eine Prioritätenliste verabschiedet. An erster Stelle kommen die Fußgänger, dann die Fahrräder, an dritter Stelle der ÖPNV und erst dann das Auto. In München wird so lange diskutiert, bis von den angedachten zusätzlichen 50 Busspuren nur noch drei bleiben.

*Welche Stadt in Deutschland hat in Sachen Mobilitätswandel die Nase vorn?*

Als positives Beispiel muss man hier Osnabrück nennen. Dort gibt es eine eigene App, auf der sämtliche Transportmittel verfügbar sind: Carsharing, Fahrräder, Taxi, E-Scooter et cetera. Die App ist kombiniert mit einer digitalen Anzeigenplattform, in der Unternehmen lokale Last-Minute-Angebote bewerben können. Der Handel kann damit neue Kunden gewinnen, denn die App-Nutzer finden spontan Schnäppchen in der Nähe und können sich gleich zum Angebotsort lotsen lassen. Des Weiteren wurden die Dieselbusse innerhalb eines Jahres ersetzt. Diese musste die Stadt in Holland kaufen, weil in Deutschland keine E-Busse verfügbar waren. ☞



**ALAIN THIERSTEIN**

Der Professor für Raumentwicklung würde beim Thema Smart Mobility mutigere Konzepte begrüßen und nennt positive Beispiele.