**01.11.2026** **Allheilmittel Innovationen!**

„Südtirol: Wo Schönheit, Innovation und nachhaltige Lebensqualität zusammentreffen!“



Aus der Südtirol-Werbung

Sind wir schon so weit gesunken, dass sogar schon Ferienorte mit Innovationen werben müssen? Wissen Sie, worin die Innovationen in Südtirol bestehen? Keine Ahnung, oder? Da sind Sie nicht allein. Vermutlich aus Radeln, Bergwandern, Törggelen und hässlichen Aussichtsplattformen. Die Werbefuzzies tun so, als hätten sie die Berge neu erfunden.

Alle Welt fordert Innovationen. Insbesondere Politiker und Vorstände von Dax-Konzernen üben sich im inflationären Gebrauch dieser Vokabel. Noch ist sie positiv besetzt, aber wie lange noch?

Kennen Sie **Katrin Adt**, seit Kurzem Dacia Chefin? In der SZ gibt sie in einem Interview vom Oktober 2026 einen Einblick in ihre Erfahrungen mit einer anderen Seite von Entwicklungsfortschritten als es in den meisten Automobilfirmen der Fall ist. O-Ton Katrin Adt:

> *„In Rumänien sitzen 3.000 Ingenieure und überlegen den ganzen Tag, wie kann man Sachen raus nehmen aus dem Auto. Was braucht man wirklich in einem Auto, wie kann man das Fahrzeug noch effizienter machen. Ich kannte bisher nur Ingenieure, die alles Mögliche ins Auto packen. Das ist vom Denken her wirklich anders.“*

Dieses **andere Denken** ist auch eine der Triebfedern des autokritikers. Z.B. auf folgenden Seiten:

„Die Verkrempelung des Automobils“ „Denn sie wissen nicht, was sie sonst tun sollen.“ „Innovationen, die keiner braucht, …“ „Deutsche Autoindustrie: Mit High-Tech in die Krise.“

Aber Dacia und der autokritiker sind Einzelfälle. Noch immer wird das Geschehen in der Autoindustrie von fast reinen Männergesellschaften bestimmt, in deren Vorständen höchstens noch im Personalwesen eine Frau geparkt wird. Die kann sich dann mit den Folgen unfähiger Konzernlenker beschäftigen: Mit Entlassungen und Werksschließungen.

Was sagt eigentlich die Haus- und Hofpostille der deutschen Autoindustrie zum Abschmieren des gesamten Industriezweigs? Dazu brauchen wir uns nur **ams** Heft 23 vom 22. Oktober 2026 vornehmen. Schon auf der Titelseite springt einem das Motto der Autojournalisten entgegen:

***„Paris-Stars:  So fahren Europas Autobauer in die Zukunft.“***

Chefredakteur Michael Pfeiffer, seines Zeichens unverbesserlicher Optimist, schreibt in seinem Editorial:

***„Paris kann Messe und Europa kann Autos.“***

Paris konnte auch Olympia, und was hat es Frankreich gebracht? Unruhen im ganzen Land und ein horrendes Staatsdefizit. Was Paris nicht kann: Sich um die kleinen Leute kümmern. Aber Paris steht damit nicht allein. Auch in Italien und Deutschland nimmt die Unruhe aufgrund gestiegener Lebenshaltungskosten massiv zu. Da muss man sich doch ernsthaft fragen, ob nicht auch die Entwicklung in der Autoindustrie in die völlig falsche Richtung läuft? Im Heft 23 finden wir die Antwort.

**Seite 16: Mercedes GLE**



Womit geht Mercedes auf Kundenfang? Mit Beifahrerdisplay, beleuchteten Lüftungsdüsen, Burmester-Surround, Neungang-Automatik, Luftfederung, Aktivfahrwerk, cloudbasierte adaptive Dämpfung, wassergekühlter Prozessor, zehn Kameras, fünf Radar- und zwölf Ultraschallsensoren, KI-Unterstützung, Over-the-air-Update, Vierliter-V8, Vmax 240 km/h. Grundpreis 95.176 Euro. Noch Fragen? Das wird Mercedes weit nach vorne bringen, soviel steht fest.
Eine Bemerkung am Rande zu der „Innovation“ Luftfederung. Luftfederung macht  Sinn bei großem Gewichtsverhältnis leer zu beladen, also z. B. bei Bussen. Bei Pkws mit einem Leergewicht von 2,5 Tonnen ist eine Luftfederung fehl am Platz. Sie beansprucht Bauraum und erhöht die Kosten. Ein komfortables und geschmeidiges Fahrwerk ohne Luftfederung nicht zu beherrschen ist ein Armutszeugnis für die Ingenieure.

**Seite 22: XPeng L03**

Nervige Fahrerüberwachung, häufig falsch angezeigtes Tempolimit, Touchscreen mit unendlich vielen Einstellmöglichkeiten uva. Merke: Auch Chinesen fallen gern dem High-Tech-Overkill zum Opfer.

**Seite 24: Ferrari 12 Cilindri Manuale**



830 PS, Höchstgeschwindigkeit 340 km/h, Verbrauch WLTP 15,5 L/100 km, Grundpreis 590.000 Euro. Ein Juwel europäischer Ingenieurskunst. Damit möglichst viele in den Genuss dieses Prachtexemplars kommen, müssen dringend die Reichen steuerlich entlastet werden.

**Seiten 29 ff: „Highlights“ aus Paris**

Was machen Automobilfirmen, wenn ihnen gar nichts mehr einfällt? Ein Showcar, eine Studie oder ein Concept-Car! In Paris gab es reichlich davon zu bestaunen.



Alpine A310



Alfa Cuorerosso



Peugeot RCZ



Opel STX

Da wird mit aller Macht eine mehr oder weniger glorreiche Vergangenheit heraufbeschworen. Mit flüssigen Designlinien. BtW: Die Steigerung von flüssig ist überflüssig. Man glaubt es den betroffenen Firmen, solche Einzelexemplare auf die Beine resp. Räder stellen zu können. Aber was soll das beweisen? Wie toll das Unternehmen ist bzw. einmal war? Im Grunde gähnend langweilig.

**Seiten 32 und 34: Die Winzlinge**

Warum müssen sie auch immer gleich übertreiben? Zuerst konnten die Elektrofahrzeuge nicht groß genug sein, plötzlich werden sie verzwergt. Zwei Sitzplätze ohne ausreichend Kofferraum für Einkauf und Abfallbeseitigung, das ist am Bedarf vorbei-entwickelt.



Citroen 2CV



Der Innenraum

Sieht nett aus, vor allem der Innenraum. Hier schlug die Kreativität der Designer Purzelbäume.



Smart #2



Innenraum

Ob es eine gute Idee ist, ein „Vehikel“ mit einem Geburtsfehler nochmals ganz neu aufzulegen? Wolfgang Ufer, der smarte CEO der **smart Europe GmbH** sieht das naturgemäß etwas anders. O-Ton:

> *Für mich ist der smart #2 weit mehr als eine Ergänzung unseres Portfolios. Er markiert die Rückkehr einer echten automobilen Ikone, neu interpretiert für die Städte von heute. Er baut auf all dem auf, was den smart fortwo einzigartig gemacht hat und führt seine ursprüngliche Idee zugleich in eine neue Ära. Die Technologie hat sich weiterentwickelt, die Städte haben sich verändert und der Bedarf an cleveren urbanen Mobilitätslösungen ist relevanter denn je. Es besteht kein Zweifel: Jetzt ist der richtige Zeitpunkt für das nächste Kapitel des smart Zweisitzers.*

Solche Lobeshymnen beweisen höchstens die Kreativität der Werbetexter. Optimismus ist ja gut und schön, muss er aber gleich in Blauäugigkeit und Naivität umschlagen. Das erinnert stark an den Bootsbesitzer, der sein Segelboot „Unsinkbar 2“ nennt.

**Wo bleibt das Drei-Liter-Auto?**

Es gab einmal eine Zeit, da konnten Fahrzeuge gar nicht sparsam genug sein. Ältere Zeitgenossen erinnern sich. Drei Liter auf 100 Kilometer waren das Maß der Dinge. Davon sind wir heute weit entfernt, trotz modernster Motortechnologie mit Direkteinspritzung und Abgas-Turbo-Aufladung. Es fehlt aber auch an Anstrengungen, dieses Ziel zu erreichen, zu bezahlbaren Preisen versteht sich. Was wir brauchen ist kein Billig-Elektroauto, sondern ein preiswertes Hybridfahrzeug, wie auf diesen Seiten schon mehrfach vorgestellt wurde. Wenn Elektroantrieb und Verbrenner optimal zusammenarbeiten, ist der Zielkonflikt zwischen Verbrauch/CO2 und Kosten auflösbar.

**Zurück zu Katrin Adt**

Man kann ihr auf ihrem Weg zur Entrümpelung des Automobils nur alles Gute wünschen. Hoffentlich lässt sie sich nicht durch übereifrige Marketingleute davon abbringen. Vielleicht helfen ihr die Worte von Antoine de Saint-Exupéry:

**„Perfektion ist nicht dann erreicht, wenn es nichts mehr hinzuzufügen gibt, sondern wenn man nichts mehr weglassen kann.“**

**Jacob Jacobson** [www.der-autokritiker.de](http://www.der-autokritiker.de)