

HELMUT BECKER

Darwins Gesetz in der Automobilindustrie

Warum deutsche Hersteller
zu den Gewinnern zählen

 Springer

Darwins Gesetz in der Automobilindustrie

Helmut Becker

Darwins Gesetz in der Automobilindustrie

Warum deutsche Hersteller
zu den Gewinnern zählen



Springer

Dr. Helmut Becker
IWK - Institut für Wirtschaftsanalyse
und Kommunikation
Laimerstr. 47
80639 München
Deutschland
dr.becker@iwk-muenchen.de

ISBN 978-3-642-12084-8 e-ISBN 978-3-642-12085-5
DOI 10.1007/978-3-642-12085-5
Springer Heidelberg Dordrecht London New York

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

© Springer-Verlag Berlin Heidelberg 2010

Dieses Werk ist urheberrechtlich geschützt. Die dadurch begründeten Rechte, insbesondere die der Übersetzung, des Nachdrucks, des Vortrags, der Entnahme von Abbildungen und Tabellen, der Funksendung, der Mikroverfilmung oder der Vervielfältigung auf anderen Wegen und der Speicherung in Datenverarbeitungsanlagen, bleiben, auch bei nur auszugsweiser Verwertung, vorbehalten. Eine Vervielfältigung dieses Werkes oder von Teilen dieses Werkes ist auch im Einzelfall nur in den Grenzen der gesetzlichen Bestimmungen des Urheberrechtsgesetzes der Bundesrepublik Deutschland vom 9. September 1965 in der jeweils geltenden Fassung zulässig. Sie ist grundsätzlich vergütungspflichtig. Zuwiderhandlungen unterliegen den Strafbestimmungen des Urheberrechtsgesetzes.

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, dass solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürften.

Einbandentwurf: WMXDesign GmbH, Heidelberg

Gedruckt auf säurefreiem Papier

Springer ist Teil der Fachverlagsgruppe Springer Science+Business Media (www.springer.com)

*„Alles, was gegen die Natur ist,
hat auf Dauer keinen Bestand!“*

Charles Darwin (1809 - 1882)

Darwins Gesetz in der Automobilindustrie

*Warum deutsche Hersteller
zu den Gewinnern zählen*

Zu Ehren von
Eberhard von Kuenheim
und
Ferdinand Karl Piëch

Ihr Wollen und Wirken haben die deutsche Automobilindustrie
zu dem gemacht, was sie heute ist!

Prolog

Was haben Charles Robert Darwin und die Automobilindustrie gemeinsam? Eigentlich nichts, denn zu Darwins Lebzeiten (1809 – 1882) war das Automobil mit Verbrennungsmotor noch nicht erfunden – Sie sind sich nie begegnet!

Und uneigentlich? Nach Meinung des Autors sehr viel! Jedenfalls Stoff genug für ein Buch (q.e.d.)!

Dieses Buch ist aus drei Gründen geschrieben worden:

1. Zum einen will es den Nachweis führen, dass sich die Erkenntnisse des genialen britischen Naturforschers Charles Robert Darwin, dessen 200. Geburtstag die Welt im Jahr 2009 feierte, auf dem Feld der biologischen Evolutions- und Selektionstheorie ohne Einschränkung auf die Ökonomie und die dort vorherrschenden Entwicklungsgesetze übertragen lassen. *Natural Selection, Struggle for Life* und *Survival of the Fittest* sind Schlüsselworte aus Darwins Theorie, die aus dem heutigen Sprachgebrauch selbst nur mäßig begabter Manager nicht mehr wegzudenken sind. Sie beschreiben präzise die Verhältnisse in der Automobilindustrie: **Überlebenskampf und Auslesewettbewerb!** – Das Buch möchte also Analogieschlüsse herstellen und verfolgt damit wissenschaftliche Ambitionen. Bei aller Wissenschaftlichkeit sollen dabei aber keine akademischen Trockenübungen angestellt werden¹. Vielmehr gründen die Erkenntnisse und Schlussfolgerungen auf den praktischen Erfahrungen des Autors aus

¹ Ähnliches wird in einer neueren Richtung der Volkswirtschaftslehre seit einigen Jahren rein theoretisch in der **Evolutionsoökonomik** versucht. Im Mittelpunkt dieser Fachrichtung steht die Analyse des ständigen wirtschaftlichen Wandels und seiner Triebkräfte. Die Evolutionsökonomik verknüpft Denkansätze J. A. Schumpeters (Theorie der wirtschaftlichen Entwicklung) und F.A. von Hayeks (Wettbewerb als Entdeckungsverfahren) mit organisationstheoretischen Ansätzen, der Neuen Institutionenökonomik, der Spieltheorie und Konzepten verschiedener Evolutionstheorien. Siehe dazu Herrmann-Pillath, C. „Grundriß der Evolutionsökonomik“, München 2002. – Wie es den Anschein hat, dürfte es wohl noch eine geraume Zeit dauern, bis alle evolutionsökonomischen Gene wissenschaftlich entschlüsselt sind. Diese Zeit hat der Autor leider nicht. Also bleibt es ad hoc nur beim praxiserprobten Menschenverstand als Instrument zur Erkenntnisgewinnung.

vierzig Jahren Tätigkeit in Wirtschaftspolitik und Industrie. Schließlich soll der geneigte Leser das Buch mit Genuss und nicht mit Verdross in die Hand nehmen!

2. Zum anderen – und vor allem – wurde es geschrieben, um zu prüfen, wie es um die Überlebensfähigkeit der deutschen Automobilindustrie als Ganzes und den wesentlichen Branchenvertretern auf OEM- und Zulieferseite bestellt ist. Welche Erkenntnisse aus der Darwinischen Selektionstheorie über diesen *Struggle for Life* lassen sich für die Automobilindustrie ziehen? Hat die deutsche Automobilindustrie im globalen Wettbewerb trotz vieler Unkenrufe kurz- wie langfristig eine Überlebenschance? – Das Buch soll eine kritische Bestandsaufnahme sein!
3. Auf Basis der Einschätzung der Überlebensfähigkeit möchte der Autor mit dem Buch schließlich und endlich den Nachweis führen, dass *die deutsche Automobilindustrie im internationalen Vergleich die besten Voraussetzungen mitbringt, diesen ökonomischen Selektionsprozess zu überstehen!* Und zwar sowohl in ihrer Gesamtheit als Schlüsselindustrie der deutschen Volkswirtschaft als auch in ihren wichtigsten Einzelementen, nämlich den individuellen Herstellern und Zulieferern, aus denen sie sich zusammensetzt. Aber eben nicht in Bezug auf *jeden* Hersteller und Zulieferer: Denn in Einzelfällen weisen strategische Managementleistungen eher fatale Elemente einer sublimen Todessehnsucht auf als solche einer kalkulierten Anpassungsstrategie an die von der Evolution vorgezeichneten Markttrends.

Indes: Ausreißer sollen das Gesamtbild nicht trüben, auch der *Australopithecus sediba*² ist in die Grube gefahren, ohne seine Gene in der Evolution zur Wirkung gebracht zu haben. Und war doch zu etwas Nutze, weil er den „Markt“ im Kampf um die seinerzeit vermutlich noch viel knapperen Nahrungsressourcen für seine Konkurrenten geräumt hat – wenn auch unfreiwillig. Aber das ist heute auf dem globalen Automobilmarkt nicht anders!

Kurzum: Das Buch soll also der deutschen Automobilindustrie wie den einzelnen Beteiligten Mut machen. Sie brauchen sich vor dem Wettbewerb nicht verstecken oder fürchten! Das wird schon! In der Vergangenheit war die Zukunft auch schon mal schlechter.

² Erst jüngst entdeckte Spezies eines potentiellen Vorfahren der früheren Homo-Arten, lebte vor etwa 1,9 Mio. Jahren.

Entsprechend diesem Zieldreieck gliedert sich das Buch grob in drei Teile:

Im ersten Teil sollen die Parallelitäten zwischen Evolution und Selektion in der Natur und in der Automobilindustrie aufgezeigt und beschrieben werden. Hier geht es um den Nachweis der Analogie zwischen dem Evolutionsprozess, den Darwin für Flora und Fauna in der Natur beschrieben hat, und den Auslese- und Verdrängungsprozessen, denen die Automobilindustrie in den letzten 100 Jahren unterworfen war. *Struggle for Life* und *survival of the fittest* sind Kernelemente aus Darwins Theorie, die exakt die Verhältnisse in der heutigen Automobilindustrie charakterisieren. Diese sind gekennzeichnet durch schwer zu erschließendes „Neuland“ (China, Indien etc.), „abgegraste Weideflächen“ (Sättigung der Märkte in der alten Welt) bei gleichzeitig verschärftem Verdrängungswettbewerb infolge einer schrumpfenden Anzahl von immer größer werdenden „Fressfeinden“ (*Struggle for Life*) um die „Nahrungsgrundlagen“ (*auskömmliche Renditen*).

Allerdings soll dieser Analogieschluss keine intellektuelle Spielerei oder pseudowissenschaftliche Fingerübung sein, sondern er hat das ganz konkrete Ziel, Erkenntnisse über die *Überlebensfähigkeit* explizit der deutschen Automobilindustrie zu gewinnen. Dies wird im **zweiten Teil** geleistet. Mit das wichtigste Anliegen des Buches ist es, herauszufinden, wie es zu Beginn der zweiten Dekade des 21. Jahrhunderts um die Zukunftsfähigkeit dieser Schlüsselindustrie unserer Volkswirtschaft in Summe sowie in ihren wichtigsten Einzelteilen bestellt ist. Denn anders noch als in der ersten Hälfte des 20. Jahrhunderts werden und können heute Automobile nicht mehr nur in den USA und in Westeuropa, sondern praktisch auf jedem Kontinent und in fast jedem Land gebaut werden. Nahezu jede Industrienation, die etwas auf sich hält und eine bestimmte Größe aufweist, versucht heute, eine eigene nationale Automobilindustrie aufzubauen und deren Produkte über den Export auf den Märkten der anderen abzuladen.³ Die Folge ist ein mörderischer Verdrängungswettbewerb auf nahezu allen Märkten, vor allem auf den gesättigten in der „alten“ Welt.

Die deutsche Automobilindustrie mit einer Exportquote von rund 70% ist diesem Auslesewettbewerb naturgemäß besonders ausgesetzt. Sie muss sich auch auf Märkten ohne Heimvorteil durchsetzen. Wie ist ihre Konstitution, wie fit ist sie beim *survival of the fittest*? Dieses Kapitel ist für den

³ Sogar die Republik Österreich war 2009 davon fasziniert, als Magna mit dem Erwerb von Opel in die Automobilindustrie einsteigen wollte. Dies ging allerdings schief! Felix Austria!

Autor besonders „fordernd“, hat er doch in der Mitte der vergangenen Dekade in diversen Publikationen beschreiben müssen, dass die deutschen Hersteller in dieser Periode mitunter ein recht jämmerliches Bild abgegeben haben.⁴

Schwamm drüber, lassen wir die Vergangenheit ruhen! Fakt ist, dass innerhalb weniger Jahre die deutsche Automobilindustrie (mit Ausnahme von Opel) sich vom Saulus zum Paulus gewandelt hat. Sie hat sich in ihrer obersten Personalführung weitgehend erneuert, der Großmannssucht abgeschworen, sich strategisch neu ausgerichtet, und klammheimlich und mit großer Unterstützung der Belegschaften und Betriebsräte viele überlebenswichtige Hausaufgaben in Vertrieb und in Produktion nachgeholt.

Dabei soll nicht verschwiegen werden, dass manche unserer nationalen „Champions“ auch heute noch in vielen Fällen nur mit Wasser kochen. Und damit strategisch wie strukturell im Vergleich zum internationalen Wettbewerb noch erhebliche Verbesserungspotenziale aufweisen. Denn eines hat die Analyse der „Fitness“ der deutschen Automobilindustrie gezeigt: *Die Automobilindustrie* gibt es nicht in Deutschland. Es gibt nach dem abrupten Ausscheiden von Porsche noch drei selbstständige deutsche Automobilhersteller, die völlig heterogen sind. Und zwei Tochtergesellschaften amerikanischer Konzerne, Ford und Opel.

Und hinzu kommt natürlich noch eine ganze Bandbreite von hervorragenden Zulieferunternehmen jeglicher Größenordnung. Kurz: Die deutsche Automobilindustrie ist ein sehr bunter Haufen! Das macht es notwendig, die Unternehmen – vor allem die Hersteller – einzeln unter die Lupe zu nehmen, um dann auf das große Ganze schließen zu können.

Vorab sei hier bereits die These gewagt: *Die strategische und strukturelle Fitness der Branche hat sich in den letzten Jahren erheblich verbessert.* Sie ist als Ganzes wettbewerbs- und überlebensfähiger geworden, auch wenn finanzielle Eskapaden von prominenten Vertretern oder Missmanagement bei ausländischen Konzernmüttern ein durchaus heterogenes Bild abgeben. Strategische und unethische Irrungen und Wirrungen einzelner Branchenmitglieder mögen zwar negativ auf das Image der Branche als Ganzes ausstrahlen, an der positiven Branchensubstanz ändert das jedoch

⁴ Die Ursachen dafür lagen in teilweise sehr grenzwertigem Geschäftsgebaren, in Überheblichkeit, Verschwendungssucht und vor allem strategisch wenig kompetentem (vulgo: unfähigem) Management, zum Glück nicht in Produktschwächen oder unmotivierten Belegschaften. Siehe dazu Helmut Becker, „Auf Crashkurs – Automobilindustrie im globalen Verdrängungswettbewerb“, Springer Verlag 2005, sowie Helmut Becker, „Ausgebremst – Wie die Autoindustrie Deutschland in die Krise fährt“, ECON Verlag 2007.

nichts. Da kann auch der Absatzeinbruch infolge der Weltfinanzkrise keinen Faden abbeißen! Daran waren die deutschen Automobilunternehmen völlig unschuldig, das war nicht mangelnder Wettbewerbsfähigkeit auf dem Weltmarkt geschuldet. – Diese Erkenntnis sollte Mut machen!

Fakt ist, dass sich der Autor in der Vergangenheit stets sehr kritisch mit der Branche und vor allem ihren Herstellern beschäftigt hat⁵. Das war auch dringend notwendig. Und oh Wunder, es hat auch was genützt! Denn es ist ebenfalls Fakt, dass sich die deutschen Automobilhersteller in den zurückliegenden Jahren mit großem Erfolg „gehäutet“ und an „Haupt und Gliedern“ erneuert haben. Mit der Folge, dass trotz aller Herausforderungen durch Ökologie und globalem Wettbewerb sie alle inzwischen eine sehr positive Zukunftsperspektive haben! – Wenn sie denn keine neuen Fehler und Narreteien mehr begehen!

Im **dritten und letzten Teil** des Buches soll diese empirische Analyse der Standortbestimmung der deutschen Hersteller, die durch Fakten und Zahlen bestimmt ist, durch eine emotionale „Analyse des Herzens“ abgesichert werden. Es geht um die Einschätzung der Zukunft der Branche, und um die Gründe, warum sie überleben wird! Dieser Teil ist der wichtigste des ganzen Buches! In zehn Punkten werden jene Fakten und Aspekte analysiert und zusammengefasst, die den Autor zu der festen Überzeugung gebracht haben, dass die deutsche Automobilindustrie beste Voraussetzungen hat, auch die künftigen Herausforderungen des *Struggle for Life* zu überstehen. Das kapitalistische Evolutionsgesetz heißt *Wachstum*, dem sich alle Spieler am Markt verpflichtet sehen. Wer nicht mehr wächst, fällt zurück. Stillstand heißt Rückschritt – so hat es der Autor in seiner ersten BWL-Vorlesung an der Uni Saarbrücken gelernt. Geändert hat sich daran seither nichts! Lässt dieses Wachstum nach oder bleibt ganz aus, lassen sich auf Grundlage der Darwinschen Selektionsüberlegungen für die Marktteilnehmer – Hersteller und Zulieferer – ziemlich eindeutige Entwicklungstendenzen vorhersagen. Die Welt-Automobilindustrie lieferte für die Richtigkeit dieser Überlegungen in den zurückliegenden 100 Jahren eine wunderbare Blaupause.

Es ist dem Autor ein besonderes Anliegen, aufzuzeigen, *warum* es der deutschen Automobilindustrie gelingen kann, das Naturgesetz der Selektion zwar nicht aus den Angeln zu heben, aber für sich zum Positiven zu wenden. Er kommt zu dem Schluss, dass die deutsche Automobilindustrie trotz aller berechtigten Nörgelei die besten Voraussetzung hat, zu den Gewinnern im *Struggle for Life* zu zählen. Denn solange „der Himmel uns

⁵ Becker H. (2007): *Ausgebremst – wie die Autoindustrie Deutschland in die Krise fährt*.

nicht auf den Kopf fällt“ ist sicher, dass es da, wo Verlierer sind, auch Gewinner geben muss!

Und wer letztlich gewinnt, das ist laut Darwin ex ante ergebnisoffen, das haben die Spezies durch kritische Reflexion und Eigengestaltung ihrer Anpassungsfähigkeit selbst in der Hand! Und es hat sich viel getan in der Branche in den letzten Jahren. Ja, mit großer Genugtuung könnten im Jahre 2010 patriotisch gesinnte Ökonomen und Automobilexperten aus Deutschland zu dem Ergebnis kommen, dass es international keine automobiler Gruppierung gibt, die der deutschen Automobilindustrie *in der Summe ihres technologischen Könnens* im Wettbewerb gefährlich werden bzw. ihr das Wasser reichen könnte. Angeführt wird die Karawane auf Herstellerseite vom Volkswagen Konzern und BMW, auf der Zulieferseite von Bosch!

Gerade an dieser Stelle des Buches schien es dem Autor thematisch angebracht, den Blick einmal über den Tellerrand von nur wenigen Jahren hinaus weiter in die Vergangenheit der Nachkriegszeit zu richten. Und danach zu fragen, *welchen Persönlichkeiten die deutsche Automobilindustrie ihre eigentliche Substanz im internationalen Wettbewerb zu verdanken hat, die heute ihre Zukunftsfähigkeit garantiert. Wer hatte die Visionen, bei wem lag die, neudeutsch, die Leadership, die aus Visionen Taten machte?*

Bei Maarten 't Harts Hommage an seinen Lieblingskomponisten J.S. Bach liest sich das so:“ Im Reich der Musik gibt es zwei Komponisten, die – mit dem 1. Buch Samuel 10,23 zu sprechen –, um eines Hauptes größer sind als alles Volk’. Turmhoch überragen Johann Sebastian Bach und Wolfgang Amadeus Mozart ihre komponierenden Zeitgenossen. Auch nach ihnen sind, ohne Beethoven, Schubert, Wagner und Verdi herabsetzen zu wollen, nie wieder Komponisten hervorgetreten, die ihrer Genialität das Wasser reichen konnten.“⁶

Übertragen auf die deutsche Automobilindustrie der Nachkriegszeit stehen dafür ebenfalls zwei Namen: Eberhard von Kuenheim und Ferdinand Karl Piëch. Zwei Männer, die gegensätzlicher nicht sein können, die aber bis zum heutigen Tage über ihre eigenen Unternehmen hinaus eine Gestaltungskraft für die Branche als Ganzes aufweisen, die ohne gleichen ist. Ihnen hat der Autor deswegen dieses Buch gewidmet. Völlig losgelöst von den unzähligen Verdiensten sonstiger gestandener Unternehmer auf Hersteller- wie Zulieferseite für die deutsche Automobilindustrie; für sie gilt das Gleiche, was Maarten 't Hart für die übrigen Komponisten angeführt

⁶ Hart M. 't (2004): *Bach und ich.*, S.7.

hat. Ob nicht eines Tages in der Branche neue geniale „Gestalter“ auftauchen, muss offen bleiben.

Wohl an denn, deutsche Automobilindustrie, an die Arbeit! Allen deutschen Herstellern und Zulieferern sei ins Stammbuch geschrieben: „Wer rastet, der rostet“ und „Ohne Fleiß kein Preis“.

Das sollte allerdings kein Anlass für neuerlichen Übermut und Firlefnanz sein. Auch kein Schulterklopfen für die Politik, wenngleich ihr auf Initiative und im Schulterschluss mit dem Verband der Automobilindustrie (VDA) und dessen umtriebigen Präsidenten Matthias Wissmann mit der beschäftigungsrettenden „Abwrackprämie“ eine wirkliche Glanztat gelungen ist.

Schon Goethe wusste: Nur „wer immer strebend sich bemüht, den können wir erlösen.“ Nun ja, ob die Fertigstellung des Buches für den Autor eine Erlösung war, mag dahin gestellt bleiben. Jedenfalls kann er von sich behaupten, dass er sich bemüht hat - aber er nicht allein! Denn bekanntlich irrt der Mensch auch, solange er strebt.

Um diesen Irrtum möglichst gering zu halten, hat der Autor versucht, soweit es möglich war, alle hier aufgestellten Thesen, Behauptungen und Ähnliches empirisch abzusichern, d.h. mit Zahlen und Fakten zu hinterlegen oder in Schaubildern zu veranschaulichen. Falls dies den mehr belletristisch orientierten Leser nicht so interessiert, mag er diese Kapitel überblättern: Sie dienen, wie gesagt, eigentlich nur der wissenschaftlichen Beweisführung und Redlichkeit.

Von Karl Valentin stammt der Spruch: "Kunst ist schön, macht aber viel Arbeit." Das gilt auch für empirisches Arbeiten. Empirie ist immer mühsam! Für die Verfügbarmachen aller wesentlichen Makrodaten einerseits sowie der relevanten Automobildaten andererseits, sei an dieser Stelle der Feri EuroRating Services AG (Bad Homburg), sowie der Abteilung Statistik, Analysen und Prognosen beim Verband der Automobilindustrie e.V. (VDA), sehr gedankt; ohne deren statistische Unterstützung hätten viele Thesen und Erkenntnisse nicht so abgesichert zu Papier gebracht werden können, wie tatsächlich geschehen.

Aber Zahlen alleine machen bekanntlich nicht glücklich. Man muss sie zum Sprechen bringen! Wie bei all seinen Büchern in der Vergangenheit wäre dem Autor die Fertigstellung des vorliegenden Buches auch diesmal ohne die helfenden *Hände und Hirne* und vor allem das Engagement seiner Mitarbeiter am Institut nicht möglich gewesen. Gedankt sei dabei insbesondere Dipl. Volkswirt, M.P.H. Niels Straub für seine im wahrsten Wortsinne umfassende Betreuung des gesamten Projekts, angefangen bei der

Organisation bis hin zur inhaltlichen und formalen Gestaltung. Weiterhin gilt Dank den beiden emsigen und kreativen Damen des Instituts, M.A. Volkswirtin Silvina Igova und M.A. VWL-Studentin Dana Willms, für sorgfältige Recherche, informative Schaubilder, intelligente Textbausteine, und kritische Anmerkungen sowie gute Laune und Temperament.

Und dies war auch nötig, da aufgrund der Wirtschaftskrise die Finanzierung des gesamten Vorhabens lange Zeit keineswegs gesichert war, und alle Bitten um Sponsorship an die Hauptadressaten der Branche selbst, an prominente Branchenrepräsentanten oder ihre Verbandsorganisation leider auf taube Ohren stießen. – Der Leser kann also getrost sein: Jeder Verdacht auf Einflussnahme auf das geschriebene Wort erübrigt sich.

Wäre da nicht der Springer-Verlag gewesen! Gedankt sei besonders dem verantwortlichen Herausgeber Dr. Werner A. Müller, zum einen für seine Geduld, zum anderen dafür, dass er den Glauben an das Gelingen des Projekts seit Anfang 2009 nie verloren und seine Vollendung tatkräftig unterstützt hat. Ebenfalls sei Frau Ruth Milewski vom Springer Verlag für die – wie schon bei den vorangegangenen Publikationen – sorgfältige Betreuung des Buches in den hektischen Schlusswochen ebenfalls sehr gedankt. Nicht unerwähnt bleiben darf an dieser Stelle, verbunden mit ebenfalls großem Dank, das Engagement von Frau Bettina Teskera (Commerzbank München), die auch in finanziell schwierigen Phasen des Projektes immer wieder einen helfenden Ausweg gefunden hat.

Besonderer Dank gilt, last but not least, den zahlreichen Kolleginnen und Kollegen aus Medien und Presse, an erster Stelle genannt: *Financial Times Deutschland (FTD)*, *FAZ*, *Welt*, *Sueddeutsche Zeitung (SZ)*, *Reuters*, *manager magazin*, *Spiegel*, *Focus*, *n-tv* und den *online Redaktionen* der genannten Medien. sowie den einschlägigen Automobil-Periodika wie *Automobilproduktion*. Ohne deren sorgfältig recherchierte und umfassende Berichte und ihre fairen und abgewogenen Urteile über die Vorgänge vor und hinter den Kulissen der Branche und über ihre Hauptdarsteller hätte der Autor viele Dinge nicht oder nicht so pointiert beurteilen können. Ihre Interviews und Strategiegelgespräche mit den ganz Großen der Branche (Akio, Alain, Carlos, Dieter, Ferdinand, Nick, Franz, Martin, Norbert, Rupert, Sergio usw.) und ihre subtilen Berichte über diverse Automobil-salons und -messen waren ebenso wertvolle Informationsquellen und Bewertungshilfen, wie Quell steter Erheiterung.

Danke also, in bunter Reihenfolge, an alle: Alexandra, Margret, Gerd, Arne, Marco, Jörg, Heimo, Jens, Georg, Joachim, Nikolaus, Gregor, Dagmar, Michael, Nils, Christian, Dietmar, Marc, Chris, Kristina, Stefan, Oliver und, und, und... Der deutsche Wirtschafts- und Automobiljournalismus

ist Spitze! Da mögen die Großen der Branche auch viel „Dampf plaudern“, strategisch in ihren Unternehmen viel Unheil anrichten und hin und wieder ein etwas grenzwertiges Verhalten an den Tag legen, unaufgedeckt und subtil kommentiert bleibt es jedenfalls nicht!

Soviel zum Prolog! Falls der eilige Leser bereits hier schon genug hat vom Lesen, sollte er wenigstens vorab das Credo des Buches mitnehmen, und sich – ganz gleich ob er nun der Automobilindustrie zugehörig ist oder nicht – tunlichst darauf einrichten:

***Wer sich gegen die Kräfte des Marktes stellt, hat auf
Dauer keine Überlebenschance!***