

'Elektrisch rijden wordt binnenkort de kern van Mercedes'



Wilko Stark.
Foto Daimler AG



AFP

STUTTGART

Is Mercedes wel op tijd met elektrische auto's nu Tesla ver voorloopt?

SANDER VAN MERSBERGEN

Op het uitgestrekte terrein van Daimler in Stuttgart doet veel aan vroeger denken. Sommige gebouwen zijn sinds de beginjaren uiterlijk niet veranderd. Zelfs de originele gevel van Daimler Motorenengesellschaft, opgericht in 1886, is bewaard gebleven. De ster van Mercedes, onverwoestbaar symbool van de belangrijkste troef uit de stal van de Duitse autobouwer, draait trots rond op een van de daken.

Alsof het nooit anders geweest is, en altijd zo zal blijven.

Die indruk is bedrieglijk. Daimler, dat naast personenauto's ook bussen en vrachtwagens bouwt, maakt meer winst dan ooit, maar zekerheden zijn er nauwelijks nog. Het fundament waarop het bedrijf is gebouwd - de verbrandingsmotor -

gaat verdwijnen, daarover is iedereen het eens. Elektrisch is de toekomst, ook de Mercedes-Benz wordt elektrisch. Dat moet alleen wel worden geregeld: de diesel rijdt immers nog steeds rond, en kan niet van de ene op andere dag worden weggetoverd.

„We moeten er klaar voor zijn als de markt er klaar voor is”, zegt Stark, die als vice-president strategie van de op twee na grootste autobouwer ter wereld voor een belangrijk deel bepaalt hoe de toekomst van het bedrijf eruitziet. „De komende jaren is er ook nog vraag naar auto's met verbrandingsmotoren. Dat vraagt veel flexibiliteit. In dezelfde fabrieken als waar we nu die auto's nog bouwen, moeten we in de toekomst elektrische auto's maken.”

„Tesla verkoopt 50.000 auto's per jaar, zonder winst te maken. Dat kan ik ook, maar zo werkt het hier niet. Wij moeten auto's bouwen én winst maken. Laten we eens vier of vijf jaar vooruit kijken. Dan is Tesla gewoon een van de partijen die elektrische auto's bouwen. Ze krijgen het zwaar. Verder denk ik niet dat er veel bedrijven zijn die over een paar jaar een aanbod aan elektrische auto's hebben dat zich kan meten met dat van ons. In 2022 willen we tien elektrische modellen hebben. Vanaf 2019 komen ze op de markt. We investeren er 10 miljard euro in.”

Een elektrische Mercedes-Benz: wat moeten we ons daarbij voorstellen?

„Het zijn auto's die rijden als een Mercedes. Ze zullen duurder zijn dan die van onze concurrenten, maar ook beter. Het wordt de absolute standaard, qua design, prestaties, comfort. De oplaadsnelheid zal twee keer zo groot zijn als die van de huidige generaties. In minder dan een halfuur is de accu vol. Dan kun je

er meer dan 500 kilometer mee rijden.”

Komt de Duitse auto-industrie nog wel over het sjoemelschandaal heen?

„Er zijn dingen misgegaan in de sector en dat is onacceptabel, maar we moeten investeren in de toekomst. We kunnen veel geld steken in het oplossen van problemen uit het verleden, maar we moeten vooruitkijken.”

Wat zijn nu de grootste uitdagingen voor de industrie?

„We hebben te maken met zelfsturende auto's, autodelen, connectiviteit. Al die trends kunnen de automobielsector volledig op zijn kop zetten. Dát is voor ons de uitdaging.”

U schaakt op veel borden tegelijk.

„Exact. Je hebt geheel nieuwe concurrenten. Uber in de Verenigde Staten, Didi in China. Apple wil ontzettend veel geld investeren in mobiliteit. En onthoud: we zijn een wereldwijd werkend bedrijf. We hebben voor elke markt andere oplossingen nodig. Een voorbeeld: in China wil de overheid dat batterijen voor elektrische auto's lokaal geproduceerd worden, dus we moeten daar een fabriek opzetten.”

Er moet heel veel veranderen. Kan een reus als Mercedes die omslag maken?

„Ja, want we hebben een hoop ervaring. Neem de elektrische auto: de aandrijving en de batterij is nieuw, maar het is nog steeds een auto. En we weten hoe we een auto moeten bouwen.”

Is dit het spannendste tijdperk ooit voor een autobouwer?

„Ja. De laatste decennia of eeuw zijn er niet zo veel disrupties

geweest als nu, en zeker niet zo veel tegelijk."

De innovaties komen uit de Verenigde Staten, niet uit Europa. Hoe komt dat?

„Zij hebben natuurlijk Silicon Valley, zijn veel verder met technologie. Als je het mij vraagt is China veel vooruitstrevender, in bijna alles. In Sjanghai kun je bij de McDonald's alleen betalen met Alipay of Apple Pay. Zo zijn er talloze voorbeelden."

En Europa?

„Dat ligt op alle gebieden achter. Er zijn maar een paar politici die echt begrijpen waar wij allemaal tegenaan lopen."

Baart dat u zorgen?

„Dat zou ons wel zorgen móeten baren. Zorgen bij alle Europese overheden en bij de Europese Unie. We moeten aanhaken. We zijn hier soms bang voor nieuwe technologieën. Neem de hele discussie rond dataprivacy. In China begrijpen ze de vragen die wij hebben niet eens. Waarom zouden ze geen persoonlijke data weggeven, als ze er iets voor terugkrijgen? Wat is het probleem? Ze snappen het niet."

Zegt u daarmee dat het een stomme discussie is?

„Nee. Maar het is een andere mentaliteit, en daar moeten we ons van bewust zijn. In China ligt het gewoon anders, en dat is veel meer een bedreiging dan de Verenigde Staten. Ze werken daar zo hard, staan open voor nieuwe dingen. Dat is iets waar de hele EU mee aan de slag moet. We doen mee aan een wereldwijde concurrentiestrijd. Wat is ons antwoord op de uitdagingen van de toekomst? Hoe gaan mensen over tien of twintig jaar naar hun werk? We moeten versnellen. Daar wordt niet genoeg over nagedacht."

Wat kan de overheid doen?

„We hebben veel meer snelheid

nodig op het gebied van wetgeving. Hoe gaan we de nieuwe generaties zelfsturende auto's testen op Duitse wegen? Die auto's komen er gewoon aan, daar moet over worden nagedacht. Of neem de infrastructuur voor elektrische auto's, het laadnetwerk. Moeten bedrijven de infrastructuur opzetten? Eigenlijk is dat een overheidstaak. Maar er gebeurt niks, dus doen we het zelf maar."

De indruk is altijd dat het in Duitsland wel goed gaat. Is dat een misvatting?

„Duitsland heeft extreem hoge levensstandaarden, een lage werkloosheid, een hoge kwaliteit van leven. Zeker als je het vergelijkt met China. Daar moeten we voor blijven vechten."

Voor de auto-industrie is dit de meest uitdagende periode aller tijden, zegt Wilko Stark, vice-president strategie bij Daimler. „Er zijn veel nieuwe technologieën. Die hebben allemaal de potentie om de industrie volledig op zijn kop te zetten."