

20.03.2019

Bayerische Mercedes Werke: Gleich und Gleich gesellt sich gern.

Findest du die 10 Unterschiede? Eine beliebte Rätselart auf der Kinderseite von Illustrierten- und jetzt auch auf der Internetseite von deutschen Herstellern von Premiumautomobilen. Schon frapierend, wie sich die Bilder gleichen.



Von oben nach unten: Audi A6, BMW 530, Mercedes E 350.

Aber sie gleichen sich nicht nur optisch wie ein Ei dem anderen, auch technisch sind kaum noch Unterschiede auszumachen. Ein Vergleichstest in **AutoBild** vom 14.03.2019 endete mit Punktegleichstand zwischen BMW und Mercedes. Audi büßte ein paar Punkte ein, vor allem durch den Allradantrieb, dem er als einziger immer noch treu bleibt, bzw. treu bleiben muss.

BMW und Mercedes könnten im Prinzip ihre Fahrzeuge auf der gleichen Plattform aufbauen. Im Internet wäre dann die Marke ein Konfigurationsmerkmal. Motor, Getriebe, Achsen, Unterbau – identisch. Die typischen Markenwerte: Software-Varianten.

Vom BMW schreiben die Tester: Der Kombi für Sportler.

Der Mercedes ist wie immer der ausgewogenste.

- **Motorcharakteristik:** Im Zeichen der Abgas-Turbo-Aufladung fast reine Software-Sache.
- **Fahrwerk:** Dämpfer- und Lenkungscharakteristik: Software, Federung teilweise Software.
- **Interieur:** Der größte Unterschied besteht in Lage und Größe des Touchscreens.

Was spricht eigentlich gegen eine gemeinsame Plattform? Firmen mit geringen Stückzahlen, und dazu gehören BMW und Mercedes, müssen ohnehin versuchen, ihre Variantenvielfalt auf der Basis einiger weniger Plattformen zu realisieren. Eine Frontantriebsplattform für die kleinen bis mittleren Modelle, und eine Heckantriebsplattform für alles darüber. Auch das würde sowohl zu BMW als auch Mercedes passen. **Kostensparnis 7 Milliarden Euro** – bei jedem der beiden!

Wo bleibt die Eigenständigkeit? Die Frage kann man heute bereits stellen. Mit Hilfe der digitalen Entwicklungswerkzeuge landet man bei der Optimierung zwangsläufig immer näher am Optimum. Der Spielraum für individuelle Unterscheidungsmerkmale beschränkt sich fast ausschließlich auf die Gestaltung und Anordnung der Bedienelemente.

Die Frage muss man anders stellen. Was veranlasst den Käufer, sich einen BMW zu kaufen, und keinen Mercedes? Oder umgekehrt? Das wüssten die beiden Firmenchefs Krüger und Zetsche wohl selbst gerne.

Nach und nach gibt BMW seine markenprägenden Eigenschaften auf. Mercedes hingegen versucht, auf dem BMW-Terrain der Sportlichkeit zu wildern. Beide Marken können sich an ihrem Status der führenden Premiumhersteller nicht so recht freuen. Am liebsten sind ihnen immer noch ordentliche Stückzahlen. Doch genau da hapert es bei beiden ganz gewaltig; man braucht sich nur die Zulassungszahlen in Deutschland anzusehen.

Viele Menschen in Deutschland und in Europa können oder wollen sich die Premiummarken nicht mehr leisten. Gut, dass es China gibt, aber darauf kann man sich auch nicht bis in alle Ewigkeit verlassen. Wie schnell sich Rahmenbedingungen ändern sieht man am Beispiel USA und der Zollpolitik.

Das größere Risiko bei dieser Vernunfttheirat trägt BMW. Vor allem wenn man weiß, wie [Dieter Zetsche](#) den Begriff Kollegialität interpretiert. Man darf gespannt sein.

Jacob Jacobson