

Leipziger Volkszeitung – 20.03.2007

Neue Autos als Beitrag zum Klimaschutz

Leipziger Messe und Importeursverband VDIK erhoffen von der AMI Impulse für den Fahrzeugmarkt

Leipzig. Für besseren Klimaschutz haben Wolfgang Marzin und Volker Lange ein ganz einfaches Rezept: „Die Leute sollen mehr neue Autos kaufen, dann kommen die Stinker von der Straße.“ Und obwohl der Chef der Leipziger Messe und der Präsident des Verbandes der Internationalen Kraftfahrzeughersteller (VDIK) dabei mild ironisch lächeln, ist ihnen das Anliegen ernst. Immerhin, sagt Volker Lange, sind bundesweit noch mehr als 13 Millionen Fahrzeuge unterwegs, die „nur die Abgasnorm Euro 1 erfüllen oder sogar noch schlechtere Werte haben.“

Also gelte es, mit der Automesse Automobil International (AMI), die am 14. April in Leipzig ihre Pforten öffnet, das Geschäft für neue und sauberere Fahr-

zeuge kräftig anzukurbeln, sagte Lange gestern im Vorfeld der Schau. Dass das funktionieren kann, ist für den VDIK-Chef keine Frage. Zum einen rechnet sein Verband damit, dass die durch die Mehrwertsteuererhöhung zu Jahresbeginn ausgelöste Nachfrageflaute langsam überwunden ist. Zum anderen, so Lange, sei die Leipziger Automesse „schon seit Jahren eine Plattform für alternative Antriebsarten und umweltgerechtere Technologien.“ Bereits weit vor der „nicht ganz hysterischen Diskussion“ um CO₂-Ausstoß und Klimaschutz habe es auf der AMI etwa Fahrzeuge mit Erdgas- oder Ethanol-Antrieb gegeben.



Volker Lange

Eine von zwei Weltpremieren, die Messe-Projektilektor Matthias Kober gestern ankündigte, ist daher auch ein Erdgas-Auto: Ford wird die so genannte CNG-Version seines Erfolgsmodells Focus erstmals in Leipzig präsentieren. Insgesamt, sagte Kober, seien auf der AMI 50 Hersteller mit mehr als 120 Premieren, Studien und Sondermodellen vertreten. „Damit decken wir 99 Prozent der in Deutschland zugelassenen Marken ab“, sagte Kober. Zwar fehlten Luxus-Fahrzeugschmieden wie Ferrari oder Rolls Royce. Dafür bekomme der Besucher aber „interessante Exoten“ wie den tschechischen Replica-Hersteller Kaipan

und den schwedisch-polnischen Sportwagenhersteller Leopard zu sehen. „Wir verstehen die AMI in erster Linie als Käufer- und Kundenmesse“, betonte Kober. Um deren Gunst wirbt – im zweiten Anlauf – auch wieder der chinesische Hersteller Brilliance, dessen erster Einstiegsversuch auf dem europäischen Markt 2005 nicht gelungen war.

Erfolgreich entwickelt habe sich die parallel zur AMI laufende Teile- und Service-Fachmesse Amitec, sagte Kober. Sie belege in diesem Jahr erstmals eine komplette Halle. Deshalb rechnen die Messemacher damit, insgesamt mindestens „die Besucherzahlen vom Vorjahr“ zu erreichen. 2006 waren 290 000 Autofans zur AMI und 51 500 Fachbesucher zur Amitec gekommen. *Lars Radau*