

Annette Winkler: Stadtluft macht frei

Von Peter Schwerdtmann

Stadtluft macht frei. Wer schon einmal erlebt hat, wie sich in Rom vor einer angesagten Bar die Smarts zusammenballen, der könnte auf die Idee kommen, dass der Zweisitzer Smart Fortwo und der Viersitzer Smart Forfour am liebsten Stadtluft in ihre drei Zylinder atmen. Das fiel der Smart-Chefin Annette Winkler schon lange auf. So entstand 2012 ein Vertriebskonzept, das sich auf die großen Städte dieser Welt stützt, aber eben nicht auf alle. Es geht auch um den Gehalt der Luft, um die kulturelle Umgebung und den Lebensstil der Bürger.

Für Deutschland zählt Annette Winkler auf Köln, Berlin, Hamburg, Frankfurt und München. Hier versucht Smart, in enger Zusammenarbeit mit Händlern, die – wie Winkler sagt – „Smart leben und in die Marke investieren“ mit Aktionen den Markt zu beackern. Die Städte, die ihr im Ausland am meisten am Herzen liegen und die sie für typische Smart-Lebensräume hält, sind in Europa Wien und eben Rom, Barcelona, Madrid sowie aktuell auch Lissabon. Für die USA nennt sie Austin, Seattle und ganz bewusst San Francisco, aber nicht New York. In China verspricht ihrer Meinung nach Nangjing als Stadt mit vielen Studenten eher Erfolg als Peking. Für den chinesischen Markt hat nun Smart auch endlich den dort offenbar unverzichtbaren langen Radstand zu bieten: den Smart Forfour.

Der Forfour hält sich auch im Heimatmarkt gut. Man habe eine Aufteilung von einem Drittel zu zwei Dritteln zugunsten des Smart Fortwo geplant gehabt, berichtet Annette Winkler. Das sei auch so eingetreten. Überrascht sei man aber von dem Erfolg der besonders hochwertigen Taylormade-Reihe aus dem Hause Brabus. Auch Sonderserien mit Preisen von knapp unter 30 000 Euro seien oft schon in dem Moment verkauft, in dem sie kommuniziert werden.

Der Name Smart ist älter als die Idee zum intelligenten Mobiltelefon. Die fahrenden Knutschkugeln des Swatch-Genies Nikolas Hajek trugen schon dieses Namen als er 1992

beim Genfer Automobilsalon Batteriehersteller dazu aufforderte, nun endlich Energiespeicher für seinen Smart zu liefern. Aber auch Varta musste damals passen. Der Einbauraum reichte nicht. Das ist beim Smartphone deutlich anders, nicht nur, weil die Konnektivität weniger Raum beansprucht als eine Fahrbatterie. Außerdem hat der Smart der aktuellen Generation um zehn Zentimeter in der Breite zugelegt. Heute sind der Smart und das Smartphone ein so enge Verbindung eingegangen, dass man in der Biologie von einer Symbiose sprechen könnte.

Apple Carplay, Android Auto, Mirror Link – der Smart lässt keine Chance aus, auf der kompletten Klaviatur der modernen Konnektivitäts-Technologien zu spielen. Dazu gehören auch eigene Apps. Alles zusammen trägt dazu bei, dass Anette Winkler heute von einer Smart Community sprechen kann. Mag in den ersten Smart-Jahren ein Fahrer sich zu einer Gemeinschaft hingezogen gefühlt haben, weil er so allein auf der Straße war – von den meisten belächelt und nur von wenigen bewundert.

Die Zeiten sind vorbei. Geblieben ist das Besondere am Smart. Ein Mercedes-Benz SLS mag ebenfalls die Blicke auf sich ziehen und Neid auslösen. Ein Smart-Fahrer von heute zieht weniger als früher die Blicke auf sich und vermag dennoch, Neid auszulösen, aber einen anderen Neid, der sich nicht an den PS und dem Preis orientiert, sondern am Lebensstil, den man Smart-Nutzern zutraut. Das ist exakt das, was Anette Winkler im Anfang unseres Gesprächs ausdrückte, als sie die Kernstädte fürs Smart-Marketing beschrieb. Das Umfeld einer Stadt, die Art ihres Zusammenlebens, die Nähe zur Kultur. Das ist die Atmosphäre, in der ein Smart durchatmen kann.

Zufall, dass in vielen dieser Städte auch die Idee vom Carsharing gut ankommt? Wohl kaum, meint Anette Winkler: „Carsharing ist eine perfekte Ergänzung.“ Und sie hat auch keine Sorge, dass etwa die Smarts bei „Car2go“ ihr den Fahrzeugabsatz vermasseln könnten, obwohl heute 14 000 Smart in der Car2go-Flotte laufen. Schließlich habe man die an die Gesellschaft verkauft, was etwa fünf Prozent vom jährlichen Absatz ausmache. Winkler zeigt sich aber davon überzeugt, dass viele Car2go-Kunden letztlich zu Smart-Käufern werden, ob nun Fortwo oder Forfour. (ampnet/Sm)

Bilder zum Artikel



Annette Winkler.



Annette Winkler.



Annette Winkler.



Annette Winkler.



Annette Winkler.



Annette Winkler.



Annette Winkler.



Annette Winkler.



Annette Winkler.



Annette Winkler.



Annette Winkler im Gespräch mit Auto-Medienportal-Chefredakteur Peter Schwerrdtmann.
