

# Mein Onkel, der Tüftler, Daimler-Benz, Hotzenblitz und die Bereitschaft zur Innovation

geschrieben von Bernd Berke | 13. September 2017

Die deutsche Autoindustrie ist bekanntlich in Verruf und Verzug geraten. Euphemistisch ist von „Schummeleien“ die Rede, wo man wohl von Betrug reden müsste, von offenkundigen Kartellabsprachen mal ganz abgesehen.



Frühes deutsches Elektroauto: Hotzenblitz „Buggy“, in Miniserie produziert von 1993 bis 1996. (Foto von 2011: F. Rethagen/Wikimedia Commons – Link zur Lizenz: <https://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0/de/deed.en>)

Überdies drohen die bislang auf dem Weltmarkt so überaus präsenten deutschen Konzerne den technischen Anschluss zu verlieren, wenn es um Elektromobilität und andere, womöglich

zukunftssträchtige Antriebe geht. Sollten die erfolgsverwöhnten Firmen etwa unbeweglich und innovationsfeindlich sein?

### **Verbesserungsvorschläge unterbreitet**

Warum ich das Thema hier aufgreife? Nun, mein vor einigen Jahren verstorbener Onkel Josef (genannt „Jupp“), der übrigens ein grundständiger Mensch gewesen ist, hat sich – neben seinem Beruf bei einer Versicherung – vielfach als Tüftler betätigt und sich immer mal wieder kleine Erfindungen ausgedacht. Leider wohnte er in Frankfurt/Main und man traf sich nur selten. Sonst hätte ich mir in dieser Hinsicht gerne mehr von ihm abgeschaut.

Wie auch immer. Als ich seinen Nachlass gesichtet habe, fand ich darunter auch ein paar Briefwechsel mit Firmen bzw. Institutionen (z. B. Patentstelle der Fraunhofer-Gesellschaft), denen er Ideen und Verbesserungsvorschläge angeboten hat. Jetzt habe ich diese Papiere beim Aufräumen noch einmal durchgesehen. Und ich fand den Inhalt aus aktuellem Blickwinkel stellenweise recht interessant.

### **Wenn der Mercedes-Stern aufleuchtet**

So hat er im Juli 1998 der Daimler-Benz AG eine offenbar bis ins Detail durchdachte Neuerung unterbreitet, die das dritte Bremslicht betraf. Mit LED-Technik wollte er bewirken, dass dort bei jedem Bremsvorgang der Mercedes-Stern aufleuchtete. Zugegeben: keine grundlegend notwendige Erfindung fürs Automobil, vielleicht aber tatsächlich eine effektive Werbemaßnahme. Mein Onkel in seinem Schreiben an Daimler-Benz:

*„Die dritte Bremsleuchte dient dann nicht mehr nur der Sicherheit, sie dient zugleich der Werbung für Ihre Fahrzeuge, ein m. E. nicht zu unterschätzender Aspekt. Denken Sie hierbei insbesondere an den Markt in den USA...“*

### **Restriktive Betriebsvereinbarung**

Bemerkenswert nun die Antwort von Daimler-Benz aus Stuttgart, versandt von der Abteilung „Vertriebsorganisation Deutschland“. Sie liegt mir hier vor. Es geht nicht um die Ablehnung an sich, sondern um die fadenscheinige Begründung.

Dem Dank „für die Einsendung Ihres o.g. Vorschlages“ folgt diese Ausführung:

*„Leider können wir diesen jedoch zur weiteren Bearbeitung innerhalb des Betrieblichen Vorschlagswesens nicht annehmen, weil aufgrund einer zwischen Arbeitgeber- und Arbeitnehmerseite getroffenen Betriebsvereinbarung bestimmte Themen nicht behandelt werden dürfen. Dazu zählen insbesondere Themen, die die Grundsatzfragen der Unternehmenspolitik unseres Hauses betreffen.“*

Nanu? Das klingt ja ganz schön geheimnisvoll. Oder sollten hier einfach die einflussreichen Betriebsräte einen Riegel vorgeschoben haben, damit nur Werksangehörige entsprechende Vorschlags-Prämien erhalten?

### **Was bleibt denn da noch übrig?**

In einem weiteren Brief der Daimler-Benz AG wird es in selbiger Sache etwas konkreter. So werden von außerhalb des Hauses offenbar keine Verbesserungsvorschläge zu folgenden Themenbereichen angenommen, wir listen die Punkte mal auf:

*Grundsätze der Geschäftspolitik*

*Öffentlichkeitsarbeit*

*Werbung*

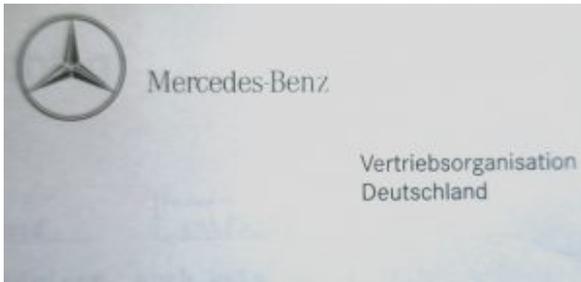
*Ein- und Verkaufsmaßnahmen*

*Entwicklung eines neuen oder anderen Fahrzeugtyps*

*Änderung oder Ergänzung der Ausstattung unserer Fahrzeuge*

*stilistische Veränderungen*

*Neu- und Weiterentwicklungen*



Der gute Stern... Post aus dem  
Hause Daimler-Benz (1998).  
(Repro: BB)

Oha! Jetzt frage ich mal in die Runde: Welche Themen bleiben da eigentlich noch übrig, die zulässig wären? Hat sich da eine Weltfirma etwa abgeschottet von möglichen externen Quellen der Neuerung? Wie sieht es in diesem Punkt wohl bei den anderen deutschen Autokonzernen aus, beispielsweise bei Volkswagen? Und gilt die strenge Regelung bei Daimler-Benz – auch fast 20 Jahre danach – immer noch in gleicher Weise? Mag ja sein, dass sich die Schwaben traditionsgemäß ohnehin für die besten aller Tüftler halten.

### **Den Fahrtwind mit einem Generator nutzen**

Mein findiger Onkel hat sich natürlich nicht nur mit Werbemaßnahmen befasst, sondern beispielsweise auch mit Feinheiten wie neuartigen Bohrfuttern (Vorschlag für Black & Decker) und – jetzt kommt's – schon relativ zeitig mit Energie sparender Fahrzeugtechnik.

So hat er der damals noch existierenden E-Auto-Schmiede [Hotzenbitz](#) (in Suhl/Thüringen) 1995 mit Planskizzen usw. dazu geraten, die Autos zusätzlich mit einem Windgenerator auszurüsten, der just den Fahrtwind nutzen sollte, um Extra-Energie zu erzeugen. Ob das technisch sofort umsetzbar gewesen wäre oder nicht – für mich als Laien klingt es jedenfalls nach einem Ansatz, den man vielleicht weiter hätte verfolgen können.

---

*P.S.: Sollte ich eines Tages ein Mercedes-Modell entdecken, bei dem der „gute Stern auf allen Straßen“ als Firmenlogo im dritten Bremslicht aufleuchtet, so weiß ich Bescheid und melde jetzt schon mal vorsorglich Protest an. Alle Rechte vorbehalten...*

---

# Mercedes gegen BMW: Duell des Zufalls

geschrieben von Bernd Berke | 13. September 2017

**Das hört sich so simpel an wie eine Kinderfrage: Welches Auto ist besser – BMW oder Mercedes? Allen Ernstes wollte das ZDF diese Frage beantworten. Allen Ernstes? Naja, doch nicht so ganz.**

Wahrlich ein Luxusproblem. Dass zwei solch starke Edelmarken aus Deutschland kommen, ist ja nun wirklich ein Pfund. Und dann gibt's auch noch Audi, Porsche und ein paar andere. Man muss es sich diese Laufkultur nur leisten können...

## **Sinnarme Hektik**

In knapp 45 Minuten sollte „BMW gegen Mercedes – Das Duell“ entschieden sein. Da ging es um Fahrverhalten, Wirtschaftlichkeit, Service-Qualität, „Kultfaktor“, Sicherheit, Werthaltigkeit beim Wiederverkauf und faire Arbeitsbedingungen bei der Herstellung. Bei so wenig Zeit und so vielen Kriterien war sinnarme Hektik angesagt.



Mercedes kontra BMW (@  
ZDF/Uwe Kielhorn)

Mal davon abgesehen, dass nur bestimmte Modelle miteinander verglichen wurden (Ober- und Mittelklasse, Geländewagen), wurde vielfach dem reinen Zufall Tür und Tor geöffnet. Beispiel: Gerade mal zwei Werkstätten der beiden Marken sollten die Service-Qualität der Konzerne belegen. Zwei andere Autohäuser hätten vielleicht schon völlig andere Ergebnisse gebracht. Immerhin war's wirklich peinlich, dass in beiden Fällen von sieben (durch Manipulation bewusst erzeugten) Fehlern nur je zwei gefunden wurden. 0 jemine! Und das bei diesen ziemlich teuren Fahrzeugen und den gesalzenen Reparaturpreisen...

### **Peinlichkeit beim Pannendienst**

Drastischer und womöglich noch aussagekräftiger fiel der Vergleich der zentralen Pannendienste aus: BMW war nach 20 Minuten zur Stelle und sorgte gratis für Abhilfe, der angebliche „24-Stunden-Dienst“ von Mercedes war freitags um 16:30 Uhr gar nicht mehr erreichbar. Schönes Wochenende, kann man da nur sagen.

Unangenehm für BMW fiel allerdings der kurze Geländewagen-Test aus: Der X 5 kam ziemlich lädiert aus der Marterstrecke heraus, während das ML-Modell von Mercedes unbeschadet seine Bahnen zog.

Ansonsten wurden einige Vorurteile tendenziell bestätigt: BMW ist in aller Regel etwas agiler und innovativer, Mercedes dafür gediegener. Dass Mercedes am Ende mit hauchdünnem

Vorsprung „siegte“, lag am minimalen Unterschied beim Blitzertest: 3,3 Prozent der BMW-Fahrer fuhren zu schnell, hingegen lediglich 2,4 Prozent der Mercedes-Fahrer. Auch hier gilt: Gestern oder morgen wär's vielleicht anders ausgegangen.

### **Kinder sollten entscheiden**

Geradezu auf alberne Weise wurde der Punkt „Kultfaktor“ zugunsten von Mercedes entschieden. Bis dahin gab's ein Patt, deshalb durften 7 Kinder aus der Kita entscheiden, welche von den acht Bobby-Cars (je vier im Design der beiden Marken) sie bevorzugen. Ein BMW-Spielzeugauto blieb unbeachtet stehen, also ging diese Wertung an Daimler-Benz. Da hätte man gleich würfeln oder Münzen werfen können.

Die flotte, leidlich unterhaltsame, streckenweise aber auch etwas flapsige Sendung wird uns also die eigene Entscheidung nicht abnehmen können. Vielleicht mögen wir ja auch ganz andere Marken. Ja, es soll sogar Menschen geben, die sich vollends vom Auto abwenden.

---

*Der Beitrag ist in ähnlicher Form zuerst bei [www.seniorbook.de](http://www.seniorbook.de) erschienen*