

Anfang der 1970er-Jahre rumpelten nur der Hindustan Ambassador und der Premier Padmini über Indiens Straßen, beide Lizenzproduktionen der Marken Morris Oxford und Fiat 1100 aus den Fünfzigern. Der eine war groß und schlecht, der andere klein und schlecht – beide sollten laut Kabinettsbeschluss 1971 durch moderne Fahrzeuge ersetzt werden. Doch noch zu Zeiten Indira Gandhis, Anfang der Achtziger, beherrschte der rundliche Ambassador den Automarkt so souverän, dass Käufer manchmal jahrelange Wartezeiten in Kauf nahmen. Hohe Importzölle und eine starke Staatswirtschaft schotteten den Subkontinent ab, bis die Zahlungsbilanzkrise der frühen Neunziger den damaligen Finanzminister – und jetzigen Premier – Manmohan Singh dazu bewegte, Indien, wenn auch zögernd, der ausländischen Konkurrenz zu öffnen.

Lediglich Suzuki war anfangs bereit, sich auf das südasiatische Abenteuer einzulassen und erntete für sein 650-Kilogramm-Wägelchen auf Dreizylinderbasis, designt nach dem Vorbild des Suzuki Alto, zunächst nur Hohn. Doch das Gefährt verschluckte sich auch im Monsunregen nicht, fuhr mit einem Liter Benzin doppelt soweit wie der Ambassador und hatte die gleiche Bodenfreiheit. Der Lohn: 2,7 Millionen verkaufte Autos, während der schwangere Büffel, wie sie den bulligen Ambassador nannten, zunehmend alt aussah.

Mittlerweile investiert VW rund 500 Millionen Euro in ein indisches Werk, in Allianz mit dem indischen Branchenleader Maruti-Suzuki. Skoda ist schon seit 2001 da, Renault & Dacia kooperieren seit 2005 mit dem indischen Jeep-Produzenten Mahindra. Toyota will seine Produktionskapazität bis 2015 auf 600.000 verelffachen: Die Gunst von Millionen Erstautokäufern steht auf dem Spiel.

Das Erfolgsrezept: Wettersichere Klein- und Kleinwagen für Familien, die sich heute oft zu fünft auf ein Motorrad quetschen. Der Traum von den eigenen vier Rädern wird in Indien für immer mehr Menschen Wirklichkeit. Manche Autohäuser in Neu-Delhi verkaufen mehr als 1000 Fahrzeuge monatlich, rund 35 am Tag. Indien ist neben China und Russland der am stärksten wachsende Automarkt der Welt.

Indien macht mobil

Die schlimmste Rezession seit den 1930ern trifft vor allem reiche Industrieregionen, während Schwellenländer bloß verringertes Wachstum verzeichnen müssen: Crash und Krise sind in Indien bestenfalls ein Nebenthema, und internationale Konzerne haben keine Scheu vor Milliardeninvestitionen. Wenn krisengeschüttelte Autokonzerne weltweit nach Indien schielen, kann das kein Zufall sein.

GÜNTER SPREITZHOFFER

Gerade acht von tausend Indern besitzen ein Auto, noch sind Zweiräder mit einem Anteil von über 75 Prozent das wichtigste Verkehrsmittel. Elf Millionen Autos gibt es insgesamt, doch derzeit kommen jährlich weit über eine Million dazu. Bis 2015 könnte sich die Zahl verdoppeln, was einem Jahreswachstum von zehn Prozent entspricht.

Viel schneller geht es sowieso nicht. Geht überhaupt noch mehr? Bei aller Autoeuphorie, das automobiler Umfeld kann wohl noch länger nicht Schritt halten. Die Weltbank konstatiert, dass 40 Prozent der indischen Dörfer keine ganzjährig befahrbaren Straßen haben und vor allem Stadtregionen schon jetzt mit unlösbaren Verkehrsproblemen kämpfen. Es gibt keine Parkplätze, da innerstädtische Straßenzüge von Händlern gesäumt sind. Es fehlt an verbindlichen Verkehrsregeln im alltäglichen Stoßstange-an-Stoßstange-Stau, der sich um lagernde Kühe, Elefantenkranen und Kamelkarren windet. Weiterkommen ist zäh, Fußgänger sind oft schneller dran. Sound horn, please – bitte hupen, und das möglichst oft.

Die Luftverschmutzung in indischen Metropolen ist jetzt schon höchst bedenklich, der Feinstaubgehalt enorm – vor allem durch die Emissionen öffentlicher Busse, Autorikshas und Mopeds, denn der Individualverkehr ist immer noch minimal. Noch beträgt der Pro-Kopf-Ausstoß von CO₂ nur ein Siebentel des in der EU gemessenen, doch steigende Konsumorientierung und Energiebedarf werden diese Emissionen sprunghaft ansteigen lassen.

Indes rollt ein Volkswagen an: der Tata Nano, 3,10 Meter lang und 1,65 Meter hoch, der seine Fahrer wirklich nur von A nach B bringen will. Dafür haben zahlreiche europäische Zulieferer wie Bosch, BASF oder Conti intelligente Lösungen aller Art gefunden. Das potenzielle Zukunftsauto für jedermann kostet 100.000 Rupien (1 Lakh), doch auch diese – umgerechnet – 1500 Euro entsprechen immer noch dem Vierfachen eines jährlichen Durchschnittseinkommens. Dafür bekommt man 600 Kilogramm Auto, 35 PS und 105 km/h Höchstgeschwindigkeit, einen Scheibenwischer, aber kein Handschuhfach und in der Basisversion nicht einmal Lüftungsschlitze. Die Armaturen sind auf einen Tachometer beschränkt. Die Zielgruppe der potenziellen

Nano-Käufer sind nach Werksangaben immerhin 14 Millionen Haushalte, doch anfangs glich es einem Glücksspiel, sich in einen derartigen Kleinwagen zu wuchten. Die ersten 100.000 Nano-Käufer wurden durch das Los ermittelt. Für 2012 haben sich übrigens schon Fiat und Bajaj als Konkurrenten angesagt.

Von den Grenzen des Wachstums hört niemand gern, wie jüngste Studien unisono warnen. Während westliche Regierungen nach Wegen suchen, die automobiler Abhängigkeit zu reduzieren, treibt Indien den Ausbau seiner Verkehrsinfrastruktur energisch voran. Der staatliche Automotiv Mission Plan von 2006 sieht vor, 25 Millionen neue Arbeitsplätze zu schaffen und Indien asienweit zum Leader für die Entwicklung und Herstellung von Autos und Autoteilen zu machen. Keine unrealistische Vision, denn Indiens Automobilexporte sind in den letzten fünf Jahren um 40 Prozent gestiegen. Weitgehend unemerkt haben längst Made-in-India-Wagen Europa erobert, auch wenn sie andere Namen führen: Der Tata Indica heißt in Großbritannien City Rover, der Suzuki Alto wiederum ist mittlerweile ein japanisches Adoptivkind des indischen Maruti-Konzerns geworden.

Hindustan Motors haben übrigens nicht aufgegeben. Immerhin 600.000 (meist weiße) Ambys pflügen weiterhin durch den sommerlichen Monsunschlamm auf Indiens Straßen, darunter viele mit Rotlicht auf dem Dach, als Dienstfahrzeuge der riesigen indischen Bürokratie. Die meisten anderen stehen als Taxiflotten bereit, mit Rückbänken wie Sofas und Plastikblumen unter dem Rückspiegel, um Geschäftsleute an den Flughäfen zu erwarten.

Und so haben die neuen Modelle des Ambassador Grand auch Servolenkung, Bremslichter und eine Kindersicherung serienmäßig bekommen. Für die Zielgruppe der IT-Generation gibt es jetzt sogar den bulligen Ambassador Avigo mit Stereoanlage und Schiebedach, der aussieht wie ein Kampfbulle. Statistisch schafft der künftige Autobesitzer bis zu seiner Wohnung in einem suburbanen Apartmentblock nicht mehr als 10 km/h, trotz GPS, Hupe und Vollgas. Dafür ist man unter Dach, wenn es draußen wieder einmal regnet.

India, let's go!

