

DM. De Morgen

De Morgen WEBSITE 11/09/2025 - 06:00

BMW, Mercedes en VW stellen knappe nieuwe elektrische modellen voor op autobeurs, maar pleiten toch voor vertraagde transitie

Snelladende elektrische wagens onthullen met een ongezien bereik én tegelijk pleiten voor soepelere regels rond verbrandingsmotoren. Op de autobeurs IAA Mobility in München hinken Europese automerken nog steeds op twee gedachten. En daar profiteert vooral China van.

Waar Europese autofabrikanten twee jaar geleden op IAA Mobility in München de primeurs vooral aan Chinese concurrenten moesten laten, trekken ze deze keer wel alle registers open.

Op het vermaarde autosalon pakt Mercedes uit met een elektrische GLC, een nieuwe versie van zijn jarenlange bestseller. Renault toont voor het eerst de nieuwe versie van zijn publiekslieveling de Clio. En BMW trekt in zijn thuishaven de aandacht met de nieuwe iX3, het eerste model uit zijn nieuwe *Neue Klasse*-lijn van elektrische wagens.

Het is een opvallende knipoog naar zijn eigen verleden. De reeks sportieve sedans en coupés die BMW in de jaren 60 lanceerde onder de naam Neue Klasse, redde de ondergang van het merk en legde de basis voor zijn stevige reputatie. “Dit toont aan dat BMW de overstap naar elektrische wagens ziet als een nieuw alles-of-nietsmoment”, zegt Tony Verhelle, hoofdredacteur van newmobility.news.

Voorop vlak van bereik zetten de Duitse fabrikanten een grote sprong voorwaarts. Mercedes gaat er prat op dat zijn nieuwe elektrische GLC-SUV tot 713 kilometer kan rijden, terwijl BMW zijn iX3 ultrasnel laden combineert met een bereik van meer dan 800 kilometer.

“Daarmee verleggen die merken een grens”, zegt Jochen De Smet, expert elektrische wagens bij consultancybureau Belli. “Met een bereik van meer dan 700 kilometer evenaren ze al de Chinese concurrenten en doen ze zelfs beter dan gelijkaardige benzinewagens.”

Ook op vlak van design willen de Duitse merken laten zien dat ze nog niet voorbijgestreefd zijn. Zo komen de nieuwe Mercedes- en Volkswagen-modellen met AI-gestuurde infotainmentsystemen die zichzelf voortdurend verbeteren. De Neue Klasse van BMW projecteert dan weer je snelheid, navigatiepijlen en andere info op een display dat zich over de hele voorruit strekt. “In China zijn zulke futuristische elementen veel meer ingeburgerd”, zegt Verhelle. “Dit is duidelijk bedoeld om meer Chinese consumenten te bereiken.”

‘Duitse wagens waren in China een statussymbool, net zoals de mode van Louis Vuitton. Inmiddels gooien Chinese premiummerken zich op die markt’

Roel Gevaers (UAntwerpen)
econoom

In de grootste automarkt ter wereld verliezen Europese merken snel terrein. De verkoop van BMW daalde in China in de eerste helft van 2025 met meer dan 15 procent. En waar Volkswagen er tot 2022 de grootste autofabrikant was, moet het nu ook Chinese merken als BYD laten voorgaan.

“Duitse wagens waren in China een statussymbool, net zoals de mode van Louis Vuitton”, zegt econoom Roel Gevaers

(UAntwerpen). “Maar inmiddels gooien Chinese premiummerken zich op die markt. En die hebben een hipper imago bij jongere Chinezen.”

Audi

Om die reden lanceert Audi nu zelfs een eigen submerk in China, dat de iconische vier ringen inruilt voor een strak logo met ‘AUDI’ in hoofdletters. Dat moet in samenwerking met lokale partners zoals batterijfabrikant CATL en softwarebedrijf Momenta modellen op de markt brengen die aanslaan bij een jongere, technologiegedreven doelgroep in China.

Ook in eigen huis staan de Europese merken onder druk, zeker in de markt van elektrische wagens. In 2021 kwam 1 procent van de verkochte elektrische auto’s in Europa uit China. In 2023 ging het al om een vijfde. Die opmars vertaalt zich ook in de showrooms van IAA Mobility. De beurs telt dit jaar 40 procent meer Chinese exportanten dan de vorige editie.

In de markt van elektrische wagens onder 30.000 euro hebben BYD, MG en Leapmotor zich stevig genesteld met tientallen modellen. Als antwoord presenteerden Europese makers nieuwe elektrische prijsbrekers, zoals de Volkswagen ID.2all of de elektrische Renault Twingo, maar die komen pas vanaf 2026 op de markt.

“We laten kansen liggen om in die markt in te breken. Dat is jammer, want succes in dat betaalbare segment is cruciaal om de elektrische transitie te versnellen, zegt De Smet. “Dat Chinese merken ondanks onze importtarieven daarin een groter aanbod hebben, toont dat de technologische voorsprong duidelijk daar zit.”

Batterij-handicap

Vooraf in de productie van batterijen zit Europa met een achterstand. Terwijl Chinese producenten als CATL en BYD al massaal inzetten op goedkopere lithium-ijzerfosfaat-batterijen, blijven veel Europese constructeurs afhankelijk van oudere, duurdere celtypes.

De Europese Commissie beseft hoe nadelig die batterijhandicap is. Als onderdeel van haar reddingsplan voor de auto-industrie investeert ze de komende twee jaar 1,8 miljard euro om de batterijproductie in Europa op te krikken. Maar de inhaalbeweging verloopt moeizaam. In maart ging Northvolt, dat het paradepaardje van de Europese batterij-industrie moest worden, zelfs nog failliet.

Ook fabrikanten blijven daardoor op twee gedachten hinken. Zo zei Stellantis, het moederbedrijf van onder andere Opel, Fiat, Peugeot en Citroën, dat het afstapt van de ambitie om tegen 2030 alleen nog elektrische wagens te bouwen. En het staat niet alleen. Ook BMW, Mercedes en Volkswagen willen vrijdag bij Commissievoorzitter Ursula von der Leyen pleiten voor een tragere uitfasering van verbrandingsmotoren.

“Op de lange termijn schieten we onszelf daarmee in de voet”, zegt De Smet. “De markt aan elektrische auto’s in Europa zal de komende jaren nog sterk groeien. Maar als we die transitie verder vertragen, gaan vooral Chinese bedrijven daarvan profiteren.”

Jorn Lelong