

BMW startet Sanktionen gegen eigene Kunden

Kalkas Kommentar Wieso der Münchner Autobauer Sitzheizungen seiner Kunden im Winter kalt lässt.

BMW lässt Kunden ab diesem Winter im Kalten sitzen. Kein Witz, sondern die jetzt greifenden Sanktionen, die offiziell als neues Geschäftsmodell bezeichnet werden: **BMW schaltet die Sitzheizung oft nur noch gegen Cash an:** 17 Euro pro Monat muss es der Freude am BMW-Fahren wert sein, damit der Allerwerteste nicht verfriert. Doch das ist noch lange nicht alles, was BMW in putinscher Manier kappt: Ob Abstandsregeltempomat oder eine aktuelle Karte im Navi, ob der sogenannte Fahrassistent Plus oder Connectet Voice Services. **Schluss, Aus, Ende mit all dem Luxus!**

Für treue BMW-Fahrer oder Käufer von jungen Gebrauchten, die zwei bis drei Jahre alt sind, kommt das böse Erwachen schlagartig.

DR. JOCHEN KALKA,
Mitglied der Geschäftsleitung bei der Berliner Kommunikationsagentur schoesslers, davor 20 Jahre Chefredakteur beim W&V-Verlag, Buchautor von diversen Fachbüchern. Zuletzt erschien von ihm *Die Startup-Lüge* (Econ). Kalkas Kommentar erscheint regelmäßig exklusiv in *marke 41*.



Wer also mehr Geld in seinen Wagen investiert hat, weil dieser mehr Extras hat, muss sich wie ein beraubtes Mafiaopfer fühlen, wenn ein Extra nach dem anderen mit der Zeit wieder abgeschaltet wird.

Wer sich aus Loyalität die BMW-App installiert hat, erfährt immerhin per Mail sehr sachlich:

„Die folgenden BMW ConnectedDrive Dienste für Ihren laufen innerhalb der nächsten Wochen ab.“

Das ist die komplette Mail, wörtlich, inklusive dem Extra-Fehler „für Ihren“. Gemeint ist natürlich „für Irre“. **Kein Danke, kein Sorry, kein menschlicher Faktor.** Von Kommunikation scheint die BMW-Welt nicht viel zu halten. Die Belegung des Grundkurses „Briefe für Anfänger“ wäre eine Option.

Ok, die Mail geht noch ein bisschen weiter: „Ihre ablaufenden Dienste.“ Dann folgt lieblos die Aufzählung der Extras, die BMW demnächst abschaltet.

„Noch Fragen? Kontaktieren Sie den BMW ConnectedDrive Kundenservice Montag bis Samstag 8 bis 18 Uhr.“

Immer noch kein Danke, kein Sorry, nicht einmal eine Grußformel wie „mit freundlichen Grüßen“, nichts. **Wer macht bei BMW eigentlich PR-Beratung?**

Seit 2020 versucht sich BMW mit dem Abo-Model, schreibt *Chip*, und bietet Funktionen nur noch an, wenn der Kunde dafür zusätzlich bezahlt. Jetzt kommt also der Tag der Abrechnung von BMW. Und es klingt wie das Best of einer schlechten Büttenrede: Die Lenkradheizung ist für zehn Euro monatlich zu haben, das Update der Straßenkarten kostet 89 Euro im Jahr, die aktuelle Verkehrslage weitere 69 Euro und die Sitzheizung 17 Euro im Monat – allein das sind 204 Euro im Jahr.



Wer auf Sicherheit setzt und den Fernlichtassistenten nutzen will, um entgegenkommende Autofahrer nicht zu blenden, blättert weitere zehn Euro im Monat hin, der automatische Abstandshalter kostet 880 Euro, diesen gibt es nicht im Abo, sondern, wie soll man sagen, vorerst unbegrenzt.

„Jetzt kommt also der Tag der Abrechnung von BMW.“

Welche Abschaltungen mit der nächsten „Kundenservice-Mail“ angekündigt werden, ist schwer abzuschätzen. Die Bremse wäre mir schon zwei Euro im Monat wert. Oder der Blinker, die Hupe, der Scheibenwischer, schaltet es bitte nicht aus, Münchner, ich bin ja bereit zu zahlen für Angebote, die man nicht ablehnen kann.

BMW sagt zu der Abo-Idee gegenüber *BR24*, man gehe bei Extras wie der Sitzheizung „in Vor-

leistung und hoffe, dass die Kunden in dieser Flexibilität einen Mehrwert sehen“. Muss man nicht verstehen. Verstehe ich auch nicht, wobei an dieser Stelle niemand BMW verstehen kann.

Nur Intelligenzbolzen Elon Musk, den sonst niemand versteht, scheint sich mit BMW zu verstehen. Erstmals lernt Tesla von BMW und schaltet, wie jüngst kommuniziert, nach acht Jahren bei den eigenen Kunden nun auch Kartendienste, Navigation und Sprachbefehle ab, wenn man fortan kein Abo abschließt. Geht doch, oder?

Das Abo-Desaster, das BMW laut Technikportal *The Verge* in Deutschland, Großbritannien, Südafrika und Neuseeland gestartet hat, scheiterte allerdings zuvor in den USA. Dort hatte BMW Apple CarPlay gegen monatlich 80 Euro angeboten. Doch das ließen sich die Amerikaner nicht gefallen, BMW gab den Plan auf.

Am Ende kommt es darauf an, wer schneller ist: Ob BMW beim Kunden zuerst das Licht ausschaltet. Oder der Kunde bei BMW das Licht ausschalten kann. ■