



Chefredakteur:
Wolfram Riedel
Telefon: 0 30 / 99 29 29-25

Ausgabe 27 / 99
Erscheinungsdatum:
Montag 05.07.99

Redaktion: D-15366 Hönnow/Berlin, Kaulsdorfer Str. 20, Tel.: 0 30 / 99 29 29-0, Fax: 0 30 / 99 29 29-88
Herausgeber: Globus-Press GmbH & Co. KG, D-50767 Köln, Fröbelstraße 5c
Internet: <http://www.ps-report.de> · E-Mail: ps-report@globus-press.de
Bankverbindung: Volksbank Köln-Nord Konto 14 58 019 BLZ 370 694 29
Abdruck honorarpflichtig (+ 16% MwSt.) und nur mit Urhebervermerk

*Daß es den Medien angesichts der Globalisierung unternehmerischer Aktivitäten und zunehmend weltweiter Kommunikation nahezu unmöglich wird, den Wahrheitsgehalt zuge-
spielter Informationen zu überprüfen, spüren auch Motorjournalisten. Solche Schwierig-
keiten mögen dazu verleiten, es nicht so genau zu nehmen, auf untermauernde Recherche
zu verzichten, wenn die zu verbreitende Nachricht nur heiß genug ist. Manch Kühnem
scheint jedes Vorgehen legitim zu sein, solange die erlangte Information oder das geschos-
sene Foto in der Öffentlichkeit oder in der Branche gewaltig Welle macht. Doch selbst
journalistische Einfalt - von diversen Spielarten unbegreiflicher Chuzpe abgesehen - kann
vor den Kadi bringen. PS-report sprach mit dem Medienrechtler Prof. Dr. Georgios
Gounalakis von der Philipps-Universität Marburg, Fachbereich Rechtswissenschaften, der
engen Kontakt mit der Praxis pflegt und mit PricewaterhouseCoopers Veltns Rechtsan-
walts-gesellschaft mbH kooperiert, über die Problematik Erbkönig-Fotos, Rückrufaktionen
und Schmerzensgeld. Fazit: Fehlpässe beim journalistischen Engagement sorgen stets für
Imageverlust und - können teuer werden. Der erste Teil des Interviews - in der voran-
gegangenen Ausgabe erschienen - befaßte sich mit grundsätzlichen Problemen der Unter-
nehmenskommunikation und der Information unter den Bedingungen der Globalisierung.*

Aus dem Inhalt:

S. 6

**DC übernimmt
Verantwortung**

S. 13

Streit um Altautos

S. 17

Mazdas Turnaround

S. 19

Ford-Schritte

S. 21

Lopez wieder da

S. 23/24

V6 4MOTION von VW

S. 26/27

Saabs Donnerschlag

S. 29

Aus für Ladas Händler

S. 36

Urteil der Woche

Von Paparazzi, gejagten Erbkönigen und Presseopfern

?: Herr Professor Gounalakis, zum Streitthema in der Automobilindustrie wird immer wieder das Kapitel Erbkönige. Prototypen und Vorserienfahrzeuge werden regelrecht gejagt, im letzten Winkel der Erde aufgespürt und manchmal auch auf einem Terrain fotografiert, das eingezäunt und mit Warntafeln abgeschottet ist: "Betreten verboten". Besteht öffentliches Interesse, daß Fotos von einem neuen Fahrzeug, das vielleicht erst in einem Jahr auf den Markt kommt, in die Zeitung gelangen?

Prof. Gounalakis: Das ist ein anderes Problem. Die Entwicklung von neuen Produkten eines Unternehmens unterliegt innerhalb des Hauses regelmäßig strengsten Geheimhaltungsvorschriften. Das Unternehmen als Herr über die Information kann grundsätzlich selbst bestimmen, ob etwas geheimgehalten oder öffentlich gemacht werden soll. Wenn es sich aber zur Geheimhaltung entschieden hat, dann müssen das Dritte grundsätzlich respektieren. Alle Versuche des Geheimnisbruches sind rechtswidrig. Ein herausragendes öffentliches Interesse daran, daß Erbkönige gezeigt werden, sehe ich nicht.

?: Konkretes Beispiel: Wenn ein Auto in einer abgeschlossenen Hotelgarage oder in einem Container steht, obendrein noch mit einer Plane abgedeckt, und die Plane zum Fotografieren runtergezogen wird - das wäre bereits rechtswidrig?

Prof. Gounalakis: Genauso ist es.

?: Was passiert mit Redaktionen oder Journalisten, die solche Bilder ankaufen oder weiterverbreiten? Dürfen Bilder von Wirtschaftsbossen verbreitet werden?

Prof. Gounalakis: Grundsätzlich haften die Journalisten und Verleger zivilrechtlich auf Schadensersatz und können auf Unterlassung in Anspruch genommen werden. Wenn sie einen Angestellten des Unternehmens bestochen haben, die Bilder preiszugeben, können sie sich auch strafbar machen. Zur zweiten Frage: Die Regelung ist relativ klar. Ohne Einwilligung des Abgebildeten bzw. desjenigen, der das Recht an dem abgebildeten Gegenstand hat, darf laut Paragraph 22 des Kunsturhebergesetzes ein Bildnis grundsätzlich nicht verbreitet werden. Von diesem Grundsatz sieht Paragraph 23 dieses Gesetzes eine Ausnahme für vier Fälle vor: »

bei Personen der Zeitgeschichte, bei Landschaftsaufnahmen, bei denen abgebildete Personen lediglich Beiwerk sind, bei Bildnissen von Versammlungen oder Aufzügen, und der vierte Fall betrifft Bildnisse, die einem höheren Interesse der Kunst dienen. In diesen vier Fällen können Bilder ohne Einwilligung des Abgebildeten geschossen und verbreitet werden.

?: Keine weiteren Klauseln?

Prof. Gounalakis: Eine komplizierte Rückausnahme sieht Paragraph 23, Absatz 2 des Kunsturhebergesetzes vor: Obwohl die eben von mir erwähnten Ausnahmetatbestände vorliegen, dürfen Bildnisse dann nicht verbreitet werden, wenn ein berechtigtes Interesse des Betroffenen tangiert ist. Mit Verweis auf dieses berechnigte Interesse ist der Weg offen für die Abwägung beider dahinterstehender Interessen: des Persönlichkeitsrechts einerseits und der Pressefreiheit andererseits. Bei herausragenden Persönlichkeiten des gesellschaftlichen Lebens - des politischen wie künstlerischen - sind Aufnahmen aus dem Privatbereich, entstellende Bilder oder Bildnisse, die der gewerblichen Werbung dienen, unzulässig. Da wird das Interesse des Abgebildeten regelmäßig als höherrangig eingestuft als das Informationsinteresse. Einzelne Personengruppen, etwa Schauspieler oder Fotomodelle, dürfen ebenfalls nicht abgelichtet werden, wenn die Bildnisse ihre Erwerbstätigkeit gefährden, also geschäftsschädigend sind. Ansonsten ist es eine Frage der Abwägung. Seit kurzem ist eine Änderung der Rechtsprechung zu verzeichnen. Bislang lag die Grenze der zulässigen Abbildung an der Haustürschwelle. Paparazzi-Fotos beispielsweise, die im öffentlichen Bereich geschossen wurden, durften ohne weiteres verbreitet werden. Diese klare Trennlinie hat der Bundesgerichtshof in einer neueren Entscheidung jetzt aufgegeben. Außerhalb des eigenen Hauses kann eine schützenswerte Privatsphäre dann gegeben sein, wenn sich der Betroffene in eine örtliche Abgeschiedenheit zurückgezogen hat, in der er, objektiv erkennbar, für sich allein sein will und in der er sich im Vertrauen auf die Abgeschiedenheit so verhält, wie er es in der breiten Öffentlichkeit nicht tun würde. Eine solche Abgeschiedenheit, in die sich etwa Prominente zurückziehen, soll Schutz geben. Deshalb durften die Bilder von Caroline von Monaco und ihrem damaligen Begleiter aus einem Gartenlokal in Südfrankreich nicht verbreitet werden. Wenn also beispielsweise Caroline von Monaco und ihr Mann heute mit dem Boot weit aufs Meer hinausfahren, ist das zwar auch ein öffentlicher Ort, aber ein abgeschiedener. Eine Aufnahme wäre unzulässig. Weil sich aber nicht immer ohne weiteres klären lässt, wo genau die Grenze der "öffentlichen Abgeschiedenheit" verläuft, werden wir wohl künftig einige Rechtsunsicherheiten in diesem Bereich haben.

?: Sie beziehen sich auf Personen der Zeitgeschichte. Wie sieht es mit Bildern von Automobilen, von Erbkönigen aus? Was ist zulässig? Wo sind die Grenzen zu ziehen?

Prof. Gounalakis: Grundsätzlich ist es so: Der Eigentümer einer Sache hat auch das Recht, darüber zu bestimmen, wer dieses Eigentum sehen darf - es sei denn, es steht im öffentlichen Raum. Auch da gibt es aber interessante Entscheidungen des Bundesgerichtshofs in bezug auf Häuser, die allgemein zugänglich sind. Grundsätzlich gilt: Das Recht an der Abbildung von Erbkönigen steht dem Eigentümer zu.

?: Der Prototyp eines neuen Autos steht hinter einer Mauer oder einem Zaun. Nähme man eine kleine Leiter, um fotografieren zu können - wäre das noch Öffentlichkeit?

Prof. Gounalakis: Auch hier geht es wieder um die Frage, ob die Information oder das Bild rechtswidrig erlangt wurde. In Deutschland ist die häusliche Sphäre privat und geschützt - dazu gehört natürlich auch der Garten. »

Und alles, was sich hinter dem Zaun abspielt. Dorthinein dürfen keine Bilder geschossen werden, auch nicht vom gegenüberliegenden Haus. Jedenfalls dürfen solche Bilder nicht verbreitet werden, wenn kein überragendes öffentliches Interesse besteht. Geheimhaltungswünsche bei Produktinformationen sind zu respektieren. Insoweit sehe ich kein schützenswertes öffentliches Interesse an einer frühzeitigen Information.

?: Was also ist mit der angelegten Leiter?

Prof. Gounalakis: Ein Paparazzo darf nicht auf die Leiter steigen, um Bilder aus dem privat geschützten Bereich zu schießen. In England ist die Situation freilich anders, dort gibt es bekanntlich keinen Privatsphärenschutz. Daher rührten auch die Probleme um die damalige Paparazzijagd nach der Prinzessin Lady Diana, denn die rechtswidrige Informationserlangung ist nach englischem Recht sanktionslos.

?: Und wie sieht es aus, wenn Journalisten herausbekommen, daß bei Autos der Vorserie offenbar etwas nicht in Ordnung und die Fahrsicherheit beeinträchtigt ist? Etwa durch Mängel an der Bremsanlage? Dürfen Journalisten da anders, sagen wir intensiver recherchieren und die Ergebnisse dann auch veröffentlichen? Es könnte ja auch sein, daß das betreffende Modell bereits auf dem Markt ist und der Hersteller oder Importeur versucht, die Sache zu verheimlichen und sich dabei auf das Betriebsgeheimnis beruft. Dürfen Journalisten dann berichten?

Prof. Gounalakis: Da kommen wir wieder zu unserem Gradmesser zurück, nämlich dem öffentlichen Interesse. Hat die Information überragendes öffentliches Interesse, darf darüber berichtet werden. In Ihrem Beispiel besteht sogar ein doppeltes öffentliches Interesse, deshalb darf nicht nur recherchiert, sondern muß grundsätzlich auch darüber berichtet werden. Das öffentliche Interesse wäre schon deshalb zu bejahen, weil es erheblichen Informationswert hat, wenn ein Autounternehmen versucht, Sicherheitsmängel zu vertuschen. Außerdem sind ureigenste öffentliche Interessen, wie der Verbraucherschutz und der Schutz der Gesundheit betroffener Autobesitzer, tangiert. Auch daraus leitet sich das Recht ab, darüber zu berichten.

?: Was ist, wenn eine Firma Mängel an einem ihrer Produkte oder etwa eine Rückrufaktion vertuscht und es kommt zu einem Unfall?

Prof. Gounalakis: Eine gravierende Angelegenheit, bei der der Autohersteller zweifach haftet, nach dem Produkthaftungsgesetz und deliktisch. Daneben besteht auch eine strafrechtliche Verantwortlichkeit, wenn eine Person verletzt wurde. Das Vertuschen einer Rückrufaktion ist aber auch insofern problematisch, weil potentiell weitere Gefahren bei all jenen Fahrzeugen weiterbestehen, die noch auf dem Markt sind. Deshalb besteht ein öffentliches Interesse, schnellstmöglich darüber unterrichtet zu werden, welche Produkte an welchen Stellen fehlerhaft sind, damit jeder, der ein solches Fahrzeug fährt oder zu kaufen beabsichtigt, seine körperliche Integrität schützen kann.

?: Angenommen, das betreffende Auto ist noch nicht auf dem Markt, stammt aus der Vorserie, soll aber in Kürze gebaut werden. Und der Journalist bekommt Informationen, daß das neue Modell ein Problemfall werden wird, weil es von der Entwicklung her schon viele Mängel hat. Andererseits, das weiß jeder, hängen vom Erfolg oder Mißerfolg eines Unternehmens viele Arbeitsplätze ab. Wäre es da im öffentlichen Interesse, geheimzuhalten, daß der anstehende Modellwechsel das Unternehmen wahrscheinlich in Schwierigkeiten bringen wird?

Redaktion: D-15366 Hönow/Berlin, Kaulsdorfer Str. 20, Tel.: 0 30 / 99 29 29-0, Fax: 0 30 / 99 29 29-88
Herausgeber: Globus-Press GmbH & Co. KG, D-50767 Köln, Fröbelstraße 5c
Internet: <http://www.ps-report.de> · E-Mail: ps-report@globus-press.de
Bankverbindung: Volksbank Köln-Nord Konto 14 58 019 BLZ 370 694 29
Abdruck honorarpflichtig (+ 16% MwSt.) und nur mit Urhebervermerk

29-25

3
um:
9

Prof. Gounalakis: Lassen Sie mich vorab sagen: Arbeitsplätze zu sichern oder zu schaffen ist mittlerweile ein Totschlagargument. Die Erhaltung von Arbeitsplätzen ist in diesem Zusammenhang nicht der entscheidende Aspekt. Ich will den Elchtest in Erinnerung rufen. Die A-Klasse von Mercedes wurde von einem schwedischen Fahrer getestet, und das Fahrzeug hat diesen Test nicht bestanden. Darüber gab es nicht nur Berichte, sondern auch visuelle Beiträge. Völlig zu Recht durfte darüber berichtet werden. Schließlich war das ein Test, dem sich alle anderen Fahrzeuge ebenfalls unterziehen mußten. Und nun war bei diesem Test das Produkt einer bestimmten Marke "durchgefallen". Die Verbraucher, die sich dieses Kraftfahrzeug vielleicht bestellen wollen, haben ein Recht zu erfahren, daß das besagte Auto in bestimmten Gefahrensituationen nicht so sicher ist, wie die Marke eigentlich verspricht. Seriöse Warentests sind also grundsätzlich zulässig.

?: Zum Thema Presseopfer! Da erscheint eine Geschichte, und jemand fühlt sich betroffen, verlangt Schmerzensgeld. Sieht es nicht so aus, daß wir langsam amerikanische Verhältnisse bekommen, wenn man die Summen hört, die gerade im Hamburger Raum erstritten werden?

Prof. Gounalakis: Gut, daß Sie das Thema ansprechen. Wir müssen hier sehr differenziert vorgehen. Schauen wir uns dazu den deutschen Markt und die deutsche Rechtsprechung an! Man kann sagen, daß es eine Reihe von Rechtsschutzmöglichkeiten gibt, die das deutsche Recht Betroffenen zur Verfügung stellt. Im weltweiten Vergleich zählt Deutschland zu den Ländern mit den meisten Verteidigungsmöglichkeiten. Die erste Möglichkeit bietet die Gegendarstellung nach den Landespressegesetzen, also die Richtigstellung einer Information, die im Tatsachenkern anders geschildert wurde, als sie der Betroffene sieht. Dann gibt es den Anspruch darauf, daß die Information von seiten des Verlages widerrufen oder berichtigt wird. Ich gebe zu, da sind die Möglichkeiten begrenzt, weil es auf die Wahrheit der Informationen und auf den Nachweis dieser Wahrheit ankommt, der häufig schwer zu führen ist, weil viele Informationen oft nicht beweisbar sind. Und als dritte Möglichkeit gibt es den Unterlassungsanspruch, das heißt, es kann im Wege einer einstweiligen Verfügung vorbeugend dafür gesorgt werden, daß bestimmte Informationen von dem betreffenden Verlag oder von anderer Seite nicht weiterverbreitet werden. Als vierte Rechtsschutzmöglichkeit kann Schadensersatz gefordert werden, wenn ein konkreter Schaden durch die Berichterstattung entstanden ist. Wenn man negativ in einer Zeitung dargestellt wird und man deshalb etwa Inserate schalten muß, um das richtigzustellen, können die Inseratskosten unter Umständen als Schadensersatz geltend gemacht werden. Als letzte und fünfte Möglichkeit kommt die Geldentschädigung, auch als Schmerzensgeld bekannt, in Frage. Sie sehen, die deutsche Rechtsprechung gewährt ein Bündel an Verteidigungsmöglichkeiten. Ähnliche Verteidigungsmöglichkeiten gibt es in Frankreich, Italien, Österreich und in der Schweiz. In den anglo-amerikanischen Ländern ist das ganz anders. Dort gibt es häufig nur den Schadensersatz, wenn eine Information unwahr ist oder zu Unrecht verbreitet wurde. Der Schadensersatz kann durch Strafschadenselemente, sogenannte punitive damages, angereichert werden. Zusammen kann das eine beträchtliche Summe ergeben, was abschreckend wirken soll.

?: Markiert das die Grenzen der freien Berichterstattung? Drohen amerikanische Verhältnisse?

Prof. Gounalakis: Im anglo-amerikanischen Recht ist die Berichterstattung relativ frei, man kann alles berichten, bis zur Grenze des Unwahren, des Unerlaubten. Das anglo-amerikanische System arbeitet mit Extremen. Man darf erst einmal fast alles, doch wenn man die Grenze des Erlaubten überschreitet, drohen enorme Schadenersatzsummen. »

Unser Rechtssystem, das kontinental-europäischer Tradition entspricht, ist viel differenzierter. Sie fragten: Drohen amerikanische Verhältnisse? - Ich meine nein, auch wenn die Summen, die der Bundesgerichtshof als Geldentschädigung bezeichnet, mittlerweile erhebliche Größenordnungen erreicht haben. Ich persönlich halte diesen Weg, den der Bundesgerichtshof im Fall Caroline von Monaco gegangen ist, für falsch, weil das Ergebnis - 180.000 Mark (!) Schmerzensgeld für drei Verletzungshandlungen - niemandem vermittelbar ist. Dieses Schmerzensgeld steht im krassen Mißverhältnis etwa zu den Schmerzensgeldbeträgen bei Körperverletzungen.

?: Was wird da gewährt?

Prof. Gounalakis: Legen Sie mich bitte nicht auf die Summe fest, aber man kann grob sagen, bei Verlust etwa eines Auges werden um die 20.000 Mark Schmerzensgeld gewährt. In den Bereichen, die ich selber recherchiert habe - es sind Vergewaltigungsfälle und Fälle sexueller Nötigung - ist die Wertungsdiskrepanz ganz extrem. Bei Fällen brutalster Vergewaltigung oder Kindesmißbrauchs werden Beträge zwischen 5.000 und 20.000 Mark zuerkannt. Weil das Opfer während der Vergewaltigung um sein Leben bangte und weil die psychischen Folgen dieser Tat das Opfer ein Leben lang begleiten werden, wurden in einem konkreten Fall 5.000 Mark (!) ausgeteilt. Im Vergleich dazu: Fünfstellige Beträge an Caroline von Monaco für ein erfundenes Interview, ein Interview, das sie nicht gegeben hat. Ich meine, das ist eine Diskrepanz, die sich den Menschen nicht vermitteln läßt. Sie läßt sich auch nicht kaschieren, indem der Bundesgerichtshof statt von Schmerzensgeld von Geldentschädigung spricht. In der Sache ist und bleibt es Schmerzensgeld, was gewährt wird.

?: Sind die Schmerzensgelder für Verkehrsoffer oder für Vergewaltigung zu gering oder gegebenenfalls die im Medienrecht zu hoch?

Prof. Gounalakis: Sie können in beide Richtungen entscheiden, nur das Äquivalenzverhältnis muß stimmen. Wenn wir im Medienrecht bei Verletzungen des Persönlichkeitsrechts hohe Geldentschädigungssummen gewähren, müssen wir im Verhältnis dazu auch Verkehrsunfalls- oder Vergewaltigungsoffern höhere Geldentschädigungssummen gewähren. Keinesfalls aber darf durch zu hohe Entschädigungssummen im Medienrecht die Pressefreiheit beeinträchtigt werden.

?: Was ist Ihre Meinung?

Prof. Gounalakis: Meine Meinung ist wieder eine differenzierte. Berücksichtigen muß man vor allen Dingen, daß in den USA viel höhere Summen bei Körperverletzungen ausgeteilt werden. Das hängt aber auch mit dem Sozialsystem zusammen. Wir haben einen Schutz bei Verlust des Arbeitsplatzes, eine Erwerbsunfähigkeitsrente, ein Rentensystem, ein ausgeklügeltes Krankenversicherungssystem. Das heißt, derjenige, der durch das Leben gezeichnet wird, fällt nicht ins Bodenlose, sondern wird durch ein soziales Netz aufgefangen. Er benötigt nicht enorme Summen, um zu überleben. In den USA ist es anders. Dort braucht man das Geld, um für den Rest seines Lebens einigermaßen klarzukommen. Man muß die unterschiedlichen Verhältnisse durchaus im Auge behalten. Aber insgesamt gesehen, halte ich die in Deutschland gezahlten Schmerzensgelder bei Körperverletzungen für zu niedrig.

PS/Hans-U. Wiersch

Redaktion: D-15366 Hönow/Berlin, Kaulsdorfer Str. 20, Tel.: 0 30 / 99 29 29-0, Fax: 0 30 / 99 29 29-88
Herausgeber: Globus-Press GmbH & Co. KG, D-50767 Köln, Fröbelstraße 5c
Internet: <http://www.ps-report.de> · E-Mail: ps-report@globus-press.de
Bankverbindung: Volksbank Köln-Nord Konto 14 58 019 BLZ 370 694 29
Abdruck honorarpflichtig (+ 16% MwSt.) und nur mit Urhebervermerk

Die Neuerungen in der facelifteten E-Klasse waren der Auslöser, mit Vorstandsmitglied Dr. Dieter Zetsche u.a. über die Verfügbarkeit technischer Leckerbissen in einem Konzern wie DaimlerChrysler zu sprechen; schließlich gilt es, Differenzierungen zwischen den einzelnen Fahrzeug-Baureihen zu bewahren. Bei der Gelegenheit ein Wort auch in Richtung veröffentlichte Meinung in puncto smart. Zetsche sieht das Unternehmen DaimlerChrysler in der Pflicht, nach Lösungen für Zukunftsprobleme zu suchen.

"Wir haben die Verantwortung für das, was wir tun"

?: Herr Dr. Zetsche, die ersten fünf Monate des Jahres sind bilanziert. Wie hat sich DaimlerChrysler bisher positioniert?

Dr. Zetsche: Unser Konzern ist außerordentlich erfolgreich unterwegs. Allein mit Mercedes-Pkws liegen wir im Vergleich zum Vorjahr in diesem Zeitraum mit 17 Prozent im Plus. Dabei ist jedoch zu bemerken, daß wir bereits im letzten Jahr einen deutlich zweistelligen Zuwachs hatten. Das bedeutet nichts anderes, als daß wir weiterhin massiv Marktanteile gewinnen, und dies weltweit.

?: Ihre A-Klasse hat großen Anteil daran ...

Dr. Zetsche: Wir sind mit allen unseren Baureihen gut aufgestellt, stabil oder wachsend. Aber natürlich kommt der große Schluck des Wachstums durch die A-Klasse, die im ersten Quartal des letzten Jahres noch nicht mit vollem Volumen verfügbar war.

?: Wie sehen die Exportwerte aus? - Das Land der Tränen ist zur Zeit Japan ...

Dr. Zetsche: Bei uns könnte man höchstens von Freudentränen sprechen. Wir haben zur Zeit ein 30prozentiges Plus in einem stagnierenden oder leicht rückläufigen Markt. Das ist hervorragend im Vergleich zu den nationalen Wettbewerbern, aber ganz besonders auch im Vergleich zu den Importeuren, die alle massive Rückschläge zu verdauen haben.

?: Herr Dr. Zetsche, die E-Klasse haben Sie seit 95 fast einmillionenmal verkauft. Heute präsentieren Sie das sogenannte Facelift. Tatsächlich hat sich das Auto jedoch gravierend geändert ...

Dr. Zetsche: Da es unsere Absicht ist, in der zweiten Hälfte des Lebenszyklus nochmals etwa die gleiche Stückzahl abzusetzen, war es sicherlich eine richtige Entscheidung, keine Retuschen vorzunehmen, sondern mit diesem Facelift eine wirklich grundlegende weitere Perfektionierung dieses Fahrzeuges vorzustellen. Das beginnt beim Exterieur, setzt sich im Interieur gleichermaßen fort und betrifft auch in ganz starkem Maße die Technik. Der große Teil der Innovationen, die mit der neuen S-Klasse - viele davon erstmalig - im Markt vorgestellt wurden, ist jetzt auch in der E-Klasse verfügbar. Beispiele sind das Comand-System oder das Multifunktionslenkrad, das Sechsgang-Schaltgetriebe, die Schaltung beim Automatgetriebe oder die sehr bemerkenswerten zwei neuen Dieselmotoren mit sehr hohen Drehmomenten bei sehr niedrigen Verbräuchen. Ich könnte die Liste beliebig fortsetzen.

?: ESP ist in der E-Klasse serienmäßig ...