

Freitag, 19. Juni 2026, 16:09 Uhr CEST

Von der Ikone unter den Stadtautos zur etablierten Marke für Premium-Elektromobilität

Im Rahmen der neuen Dokumentarserie „Innovation Deutschland“ von WELT zeigt smart, wie die Marke urbane Mobilität immer wieder neu erfindet



Wer morgens in einer europäischen Großstadt ins Auto steigt, kennt das Gefühl: Die Herausforderung ist nicht die Strecke – es ist der Raum. Der Parkplatz. Die Lücke im Verkehr. Die enge Kurve im Parkhaus. Städte sind dichter geworden, lauter, anspruchsvoller. Und die Ansprüche an Mobilität haben sich mit ihnen verändert: Menschen pendeln quer durch Stadtteile, wechseln zwischen Verkehrsmitteln und erwarten, dass ihr Fahrzeug mit ihrem Leben Schritt hält.

Genau in diesem Umfeld ist smart zuhause – und genau deshalb ist die Marke Teil der neuen WELT-Dokumentarserie „Innovation Deutschland“. Wolfgang Ufer, CEO von smart Europe, erklärt, warum Innovation in der Mobilität weit mehr bedeutet als neue Technologie. Es geht darum, Fortbewegung grundlegend neu zu denken.

Eine Idee, die sich immer wieder behauptet

Seit seiner Gründung stellt smart dieselbe Frage: Was braucht ein Mensch wirklich, um sich durch die Stadt zu bewegen?

Kompakt, elektrisch, urban – das klingt heute nach Zeitgeist. Für smart ist es das Ergebnis eines langen, konsequenten Weges. Er begann 1998 mit dem smart fortwo – einem Fahrzeug, das Mobilität auf das Wesentliche reduzierte. Die Elektrifizierung folgte schrittweise: zunächst als Mildhybrid, dann ab 2007 als reines Elektrofahrzeug – zu einem Zeitpunkt, als die meisten Hersteller das Thema noch als Zukunftsmusik betrachteten. Was alle diese Generationen verbindet, ist dieselbe Überzeugung: Ein Stadtfahrzeug muss kein Kompromiss sein. Es kann eine bewusste Entscheidung sein. Klein genug, um mühelos zu navigieren. Clever genug, damit wenig Raum wie genug Raum wirkt. Intuitiv genug, um den Fokus auf das Wesentliche zu lenken.



Drei Modelle, eine Philosophie

Das vollelektrische Modellangebot von smart – smart #1, #3 und #5 – spricht heute eine breite Vielfalt an Lebensstilen an und zeigt, dass „urban“ weit mehr bedeutet als der tägliche Arbeitsweg.

Der smart #1 ist der Allrounder: fünf Sitze, bis zu 986 Liter Kofferraumvolumen bei umgeklappten Rücksitzen und ein Charakter, der selbstbewusst ist, ohne laut zu sein. Er passt in die Parklücke und macht auch beim Wochenendausflug eine gute Figur.

Der smart #3 setzt andere Akzente – eine coupé-artige Silhouette, athletische Proportionen und eine Aerodynamik, die auf Effizienz und Fahrdynamik gleichermaßen ausgelegt ist. Ein Fahrzeug für alle, die Alltagstauglichkeit und Stil nicht als Gegensätze verstehen, sondern als zwei Seiten derselben Idee.

Der smart #5 geht noch einen Schritt weiter: Als technologisches Flaggschiff des Portfolios, aufgebaut auf einer 800-Volt-Architektur mit echter Schnellladefähigkeit, ist er für alle gemacht, die sich nicht durch Reichweite einschränken lassen wollen.

Drei Modelle, drei eigenständige Konzepte – verbunden durch ein klares Versprechen: Ruhe in eine laute Welt zu bringen.

Skepsis ist menschlich. Neugier auch.

Neues braucht Zeit, um vertraut zu werden. Das gilt für Städte ebenso wie für Antriebstechnologien. Wolfgang Ufer, CEO von smart Europe, beschreibt diesen Moment des Wandels treffend:

"„Skepsis ist menschlich. Besonders wenn etwas neu ist. Während Verbrennungsmotoren seit über einem Jahrhundert die Norm sind, kann das Elektrofahren für viele noch ungewohnt wirken. Aber in dem Moment, in dem man es erlebt, beginnen sich die Wahrnehmungen zu verschieben: Elektromobilität offenbart schnell ihre Vorteile – ein geschmeidiges Fahrerlebnis, intuitive Bedienung und eine nahtlose Integration in den Alltag."

Wolfgang Ufer, CEO smart Europe

Genau dieses Erlebnis steht im Mittelpunkt dessen, was smart ausmacht. Keine Technologie um ihrer selbst willen, sondern Ingenieurskunst, die spürbar macht, warum sie da ist. Over-the-Air-Updates halten alle smart Fahrzeuge aktuell – ohne zusätzlichen Aufwand oder Kosten. Digitale und persönliche Kontaktpunkte ergänzen sich, sodass jede Begegnung mit der Marke so individuell sein kann wie die Art, wie jeder Fahrer sein Fahrzeug nutzt.

Die Stadt bewegt sich weiter. Und der smart #2 ist der nächste Schritt.

Bald wird ein viertes Modell die vollelektrische Familie ergänzen – eines, das das gesamte Portfolio in seiner klarsten, konzentriertesten Form verkörpert.

Mit dem smart #2 öffnet die Marke ein neues Kapitel – kein nostalgischer Rückblick, sondern eine Weiterentwicklung. Ein Zweisitzer, der von Grund auf für das Leben in der Stadt konzipiert wurde und gleichzeitig für die Autobahn bereit ist – eine präzise Antwort auf eine Welt, in der Raum die knappste Ressource ist. Elektrisch, durch und durch modern, gebaut mit allem, was die heutige Technologie möglich macht: Der smart #2 nimmt den ursprünglichen Gedanken und entwickelt ihn vollständig neu. Das Serienmodell feiert seine Weltpremiere auf dem Pariser Autosalon im Herbst 2026.

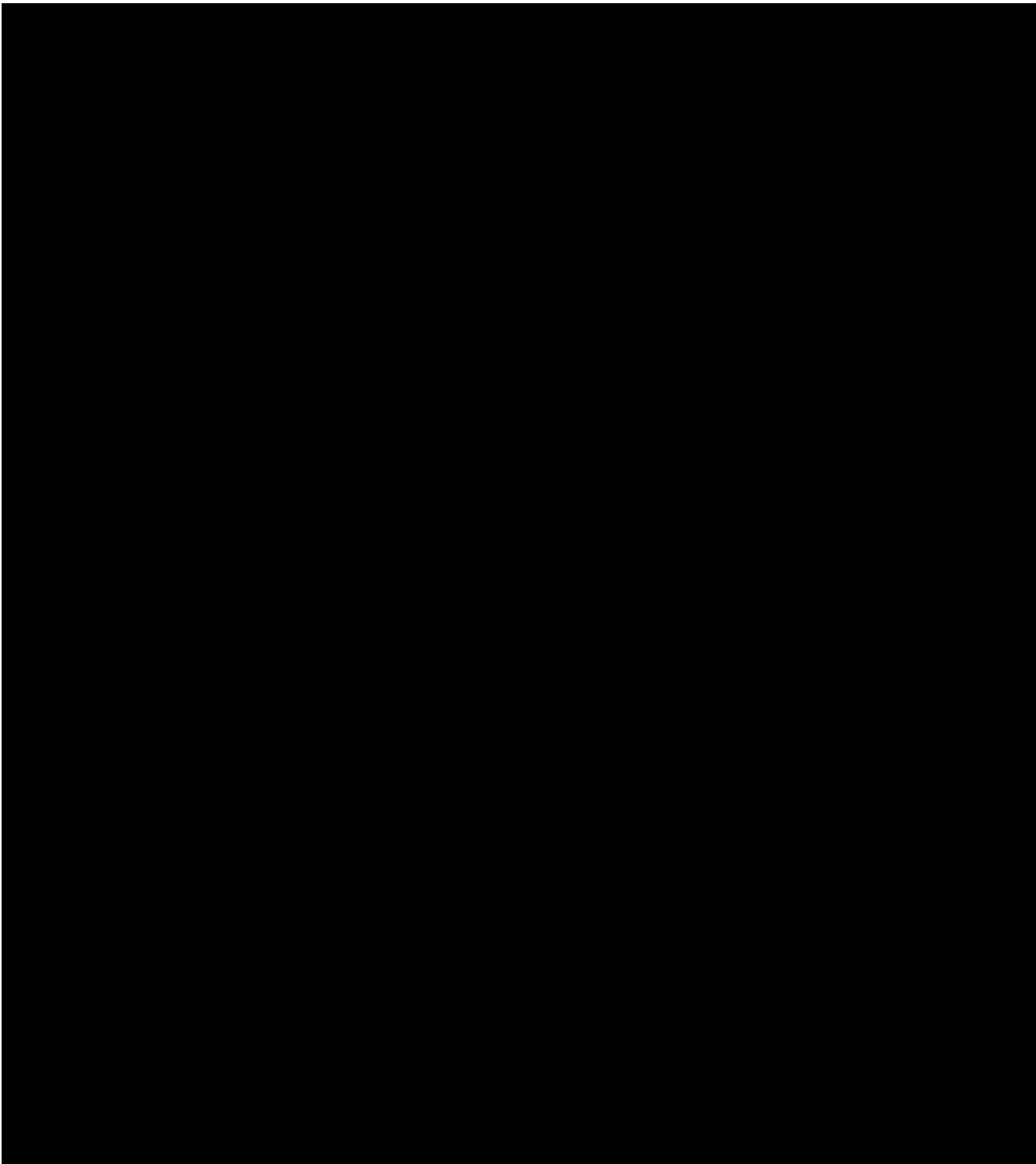


Das smart Concept #2 gibt einen Ausblick auf die kommende Serienversion

Was die Geschichte von smart über alle Modelle und Generationen hinweg verbindet, ist keine technische Spezifikation – es ist eine Haltung. Die Überzeugung, dass ein Fahrzeug dann wirklich gut ist, wenn es nicht im Weg steht. Wenn es da ist, wenn man es braucht – und keine Aufmerksamkeit fordert, wenn man es nicht braucht.

smart in „Innovation Deutschland“ auf WELT & WELT TV

In der Dokumentation „Innovation Deutschland“ teilt Wolfgang Ufer, CEO von smart Europe, seine Perspektive darauf, wie smart diesen Wandel mitgestaltet – und was es braucht, um Elektromobilität einfach, zugänglich und alltagsrelevant zu machen.



Die ganze Story jetzt ansehen auf [WELT Online](#).

Über smart

Die smart Europe GmbH ist eine hundertprozentige Tochtergesellschaft der smart mobility International Pte. Ltd. und wurde im Juni 2020 in Leinfelden-Echterdingen bei Stuttgart gegründet. Das internationale Team von smart Europe ist für alle Vertriebs-, Marketing- und After-Sales-Aktivitäten für die nächste Generation von smart Fahrzeugen, Produkten und Dienstleistungen der Marke auf dem europäischen Markt verantwortlich. Mit Wolfgang Ufer als CEO und Martin Günther als CFO entfaltet das Unternehmen in Europa sein volles Potenzial mit einem hocheffizienten und kundenorientierten Geschäftsmodell. Das internationale smart Joint Venture wurde zwischen der Mercedes-Benz AG und der Geely Holding Group gegründet. smart positioniert sich als führender Anbieter von intelligenten Elektrofahrzeugen im Premiumsegment.

Kontaktdaten

Tim Scholz
presse@smart.com

Link kopieren

<https://media.smart.com/de-DE/267297-von-der-ikone-unter-den-stadtautos-zur-etablierten-marke-fur-premium-elektromobilitat/>