

16.09.2015 – 13:31 Uhr

Bis 2021 machen digitale Automobilanwendungen bereits 10% des Neuwagenumsatzes im Premiumsegment aus: Automobilkonzerne müssen sich schnell auf das digitale Zeitalter einstellen

Zürich (ots) -

Die vernetzte Mobilität entwickelt sich zum zentralen Wachstumstreiber der Automobilindustrie. Bereits im kommenden Jahr wird das Connected-Car-Segment global ein Umsatzvolumen von 42 Mrd. CHF umfassen, um sich bis 2021 auf 130 Mrd. CHF zu verdreifachen. Connected-Car-Anwendungen machen dann im Schnitt bereits 10% aller Neuwagenumsätze im Premiumsegment aus. In der Schweiz werden bereits in diesem Jahr 150'000 der neu zugelassenen Neuwagen mit dem Internet verbunden sein.

Autos werden zunehmend als Gesamtpaket von Dienstleistungen statt Einzelteilen verstanden. Bereits 2025 liegen die Digitalumsätze im Premiumsegment weltweit bei 3'500 CHF pro Haushalt und Jahr. Dieses Umsatzvolumen beinhaltet die Entgelte für vernetzte Mobilität, digitale Anwendungen sowie die Internetnutzung, die bei einer durchschnittlichen Fahrtdauer von einer Stunde pro Tag in einem autonomen Fahrzeug konsumiert werden. Um diese Potenziale auszuschöpfen, müssen sich Automobilunternehmen konsequent digital ausrichten und sich von Produkt- zu Softwareunternehmen wandeln. Dies stellt eine grosse Herausforderung dar und erfordert neben einem neuen Produktverständnis auch neue Innovationsansätze und -prozesse sowie eine andere Unternehmenskultur. "Automobilunternehmen müssen sich schnell auf das digitale Zeitalter einstellen, damit Autos weiterhin eine wichtige Rolle im digitalen Konsumentenleben einnehmen. Sonst könnte ihnen ein ähnliches Schicksal wie der PC-Industrie drohen. Dort verlagern sich intelligente Dienstleistungen zunehmend in die Cloud, Endanwendungen werden immer öfter am Smartphone statt am PC genutzt", so Alex Koster, Managing Partner und Digitalexperte von Strategy& in der Schweiz sowie Co-Autor der aktuellen Studie "Connected C@r 2015" von Strategy&, dem globalen Strategieberatungsteam von PwC, in Zusammenarbeit mit dem Center of Automotive Management (CAM) in Bergisch Gladbach, Deutschland. Die Untersuchung befasst sich mit der Gegenwart und Zukunft der vernetzten Mobilität im PKW-Segment.

Das enorme Marktpotenzial und die zahlreichen Schnittstellen mit mobilen Endgeräten, Software- und Internetanwendungen locken verstärkt branchenfremde Digitalplayer wie Apple, Google, Uber sowie auch Telekomunternehmen in das Automobilsegment. "Um im neuen Wettbewerb weiterhin erfolgreich zu sein, wird allein die deutsche Automobilindustrie in den kommenden Jahren 11,7 Mrd. CHF pro Jahr in die Digitalisierung ihrer Produkte und Dienstleistungen investieren müssen. Die ungewöhnliche Allianz von Audi, BMW und Daimler, um für 2,8 Mrd. Euro Nokias digitalen Kartenanbieter Here gemeinsam zu übernehmen, war da vermutlich nur der Anfang", kommentiert Dr. Richard Viereckl, Senior Partner und Automobilexperte bei Strategy&.

Sicherheitsanwendungen sind Hauptwachstumstreiber

Den Löwenanteil des Umsatzpotenzials generieren weiterhin Sicherheitsanwendungen. So erwirtschaften sie im kommenden Jahr über alle Hersteller hinweg über 16 Mrd. CHF und damit 37,3% aller automobilen Digitalumsätze. Dieser Anteil steigt bis 2021 auf 40,2% bei einem Umsatzvolumen von knapp 53 Mrd. CHF. Die technologischen Vorstufen des autonomen Fahrens haben schon 2016 ein Marktvolumen von 10 Mrd. CHF. Bis 2021 wird sich dieses auf 42 Mrd. CHF mehr als vervierfachen. Bereits 2025 werden 20% der Neuwagen über die betreffenden technischen Fähigkeiten verfügen.

Auch die weiteren Connected-Car-Segmente werden zwischen 2016 und 2021 erheblich an Umsatz zulegen: Entertainment steigt von 6,3 auf 14,2 Mrd. CHF, Mobilitätsmanagement von 4,7 auf 5,9 Mrd. CHF, Fahrzeugmanagement von 3,8 auf 7,5 Mrd. CHF und Well-Being von 2,1 auf 8,1 Mrd. CHF.

Europäische OEMs und Zulieferer führen Innovationsrankings an

Derzeit sind die europäischen Automobilhersteller und -zulieferer mit einem enormen Innovationspotenzial sehr gut im Markt aufgestellt: So führen VW und Daimler die Innovationsrankings sowohl bei sicherheitsrelevanten Fahrassistenzsystemen als auch im Bereich Infotainmentsysteme an. Auf Platz drei folgt in beiden Rankings der US-Konzern Ford, der BMW auf den vierten Platz verweist. Auch bei der Connected-Car-Innovationsstärke der

Zulieferer belegen mit Bosch und Continental zwei europäische Konzerne im internationalen Vergleich die ersten beiden Plätze, gefolgt vom US-Wettbewerber Visteon. "Die europäische Automobilindustrie zeichnet sich im Branchenvergleich durch eine hohe Innovationskraft aus und schneidet bei Innovationsrankings in fast allen Bereichen sehr gut ab. Allerdings stehen Automobilmargen durch steigende Investitionen in Forschung und Entwicklung besonders im digitalen Bereich zunehmend unter Druck", erläutert Prof. Dr. Stefan Bratzel vom Center of Automotive Management, Co-Autor der Studie, das Innovationsranking.

Schweiz geht bei der Mobilität voraus

Die Branche steht vor einem strukturellen Umbruch, weil sich neben den Fahrzeugplattformen auch das Mobilitätsverhalten der Konsumenten rasant verändert. Angreifer wie Tesla oder Uber erhöhen den Innovationsdruck mit reichweitenstarken alternativen Antriebskonzepten und neuen Softwareplattformen. "Über die Zukunftsfähigkeit der etablierten Anbieter entscheidet künftig die Frage, ob es ihnen gelingt, Mobilität komplett neu zu denken und in marktfähige Angebote und Produkte zu übersetzen", so Alex Koster. Gerade beim Thema Mobilität nimmt die Schweiz eine führende Rolle ein. Bereits heute sind die Schweizer Nummer eins beim Car Sharing. Trotz eines etablierten Car Sharing Angebots entstanden hier in den letzten zwei Jahren noch neue Unternehmen - vor allem im P2P Car Sharing Markt, die weitere Dynamik in den Schweizer Markt für Mobilität bringen dürften.

IT-Sicherheit und Datenschutz als gemeinsame Aufgaben

Über Erfolg am Markt werden aber vor allem das IT-Risiko und IT-Sicherheitsgesichtspunkte entscheiden. Je höher die Ansprüche an die Autonomie des Fahrens, umso höher wird die Anzahl der beteiligten IT-Systeme - und damit das Risiko von Fehlern oder Manipulationen. "Mit den vernetzten Fahrzeugen und den dadurch entstehenden neuen Daten- und Informationsströmen gewinnen die Themen IT-Sicherheit und Datenschutz für die gesamte Automobilbranche enorm an Bedeutung. Allerdings muss es gelingen, gemeinsame Datenschutzstandards zu setzen. Hier sind neben den Herstellern auch die Verbände gefragt, sich auf international gültige Konzepte und Prinzipien zu verständigen", so Koster.

Design der Studie "Connected C@r 2015"

Für die Studie haben Strategy&, das Center of Automotive Management (CAM) und PwC Autofacts die Produktpaletten der weltweit führenden OEMs und Zulieferer analysiert. In einem zweiten Schritt wurden ferner Forschungs- und Entwicklungs-Pipelines sowie aktuelle Testreihen zum Entwicklungsstand vernetzter Automobile untersucht. Auf Basis der resultierenden Funktionslisten wurde durch Experten die Attraktivität der Funktionen für den Endkunden nach dem Kano-Modell abgeschätzt und darauf aufsetzend die Erlöspotenziale für die Hersteller abgeleitet.

Über Strategy&

Strategy& ist ein globales Team praxisorientierter Strategen. Unser Ziel ist es, unseren Klienten jederzeit den entscheidenden Vorteil zu verschaffen. In enger Zusammenarbeit mit ihnen meistern wir ihre grössten Herausforderungen und helfen ihnen ihre Chancen zu identifizieren. Wir verfügen über 100 Jahre Erfahrung in der Managementberatung und kombinieren diese mit der einzigartigen Industrieerfahrung und den Ressourcen von PwC. Sei es bei der Entwicklung einer Unternehmensstrategie, der Transformation eines Geschäftsbereichs oder beim Aufbau neuer Kompetenzen, wir schaffen jederzeit den Mehrwert, den unsere Klienten von uns erwarten.

Wir sind Teil des weltweiten PwC-Netzwerks. PwC bietet mit mehr als 195'000 Mitarbeitern in 157 Ländern branchenspezifische Dienstleistungen in den Bereichen Wirtschaftsprüfung, Steuer- und Unternehmensberatung an. www.strategyand.pwc.com

Kontakt:

Karla Schulze Osthoff
karla.schulze.osthoff@strategyand.ch.pwc.com
T: +41 58 792 3137

Jasmin Moser
jasmin.moser@ch.pwc.com
T: +41 58 792 1830

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100001952/100777862> abgerufen werden.