

02.05.2017 - 11:01 Uhr

Erster "Automotive Disruption Radar" von Roland Berger: Autonomes Fahren und E-Autos stossen weltweit auf Akzeptanz bei der Kundschaft

Zürich (ots) -

- Neue Analyse von Roland Berger erfasst globale Transformationsprozesse in der Automobilindustrie systematisch
- Studie basiert auf Umfrage von mehr als 10.000 Konsumenten in zehn Ländern
- Automobilbranche und ihre Lieferkette stehen vor dem grössten Umbruch in der Geschichte
- Fokus autonomes Fahren: Bereits 46 Prozent der Konsumenten weltweit würden auf ein Auto für autonom fahrende Taxis verzichten; Deutschland knapp über internationalem Durchschnitt
- Fokus Elektrifizierung: Schon für 37 Prozent der weltweiten Verbraucher ist ein E-Fahrzeug eine Alternative; 41 Prozent in Deutschland
- Schweizer Zulieferer stark betroffen, da voll in die weltweite Wertschöpfungskette eingebunden

Die Automobilbranche sieht sich einem radikalen Wandel ausgesetzt: Die Digitalisierung ermöglicht schon heute Mobilitätsdienstleistungen wie Carsharing- oder Mitfahrmodelle und öffnet neue Vertriebswege. Parallel spielen Elektroantriebe eine immer grössere Rolle. Zudem schreitet die Entwicklung des automatisierten Fahrens rasant voran. Bei all diesen technologiegetriebenen Umbrüchen stellt sich die Frage, auf welche Resonanz sie beim Kunden treffen. Geht es nach ihnen, wird die Zukunft von autonom-fahrenden und E-Autos bestimmt: Bereits 46 Prozent der Konsumenten weltweit würden sich kein Auto mehr kaufen, sollten autonom fahrende Taxis, so genannte Robocabs, kostengünstiger zur Verfügung stehen. Zudem überlegen sich 37 Prozent der Verbraucher, ein E-Fahrzeug als nächstes Auto anzuschaffen.

Das sind Ergebnisse des ersten "Automotive Disruption Radar" von Roland Berger. Der Radar unterstützt Unternehmen der Automotive-Industrie dabei, ihre Investitionsentscheidungen zu treffen. Deshalb erfasst Roland Berger im "Automotive Disruption Radar" regelmässig den Verlauf und die Auswirkungen von disruptiven Trends wie neuen Mobilitätskonzepten, automatisiertem Fahren, Vernetzung und digitalen Services sowie Elektrifizierung. Die Auswertung zeigt den aktuellen Stand und die Veränderungen in fünf besonders relevanten Bereichen auf: regulatorische Rahmenbedingungen, Technologie, Infrastruktur, Aktivitäten der Industrie sowie die Kundenerwartungen. Für eine detaillierte Analyse dieser Kategorien greifen die Experten von Roland Berger auf 25 Indikatoren zurück. Alleine um die Stimmung unter den Konsumenten zu untersuchen, wurden für den Radar mehr als 10.000 Verbraucher in zehn Ländern befragt: China, Deutschland, Frankreich, Grossbritannien, Indien, Japan, Niederlande, Singapur, Südkorea und USA.

Schweizer Zulieferer stark betroffen

"Wie ihre Kunden, weltweite Automobilhersteller, werden auch Schweizer Zulieferer stark von dem Trend betroffen sein und sich mit signifikanten Anpassungen Ihrer Geschäftsmodelle auseinander setzen müssen. Und dies sollte schon heute beginnen, da die Transformation zwar dauern wird, aber das langfristige Zielbild dafür bald stehen muss. Eine Neuordnung der Zulieferlandschaft ist dabei anzunehmen", sagt Sven Siepen, Managing Partner und Automotive-Experte bei Roland Berger in Zürich.

"Die Automobilindustrie muss viele disruptive Trends zeitgleich meistern und dieser radikale Wandel wird deutliche Folgen für die gesamte Branche nach sich ziehen", so Norbert Dressler, Partner von Roland Berger. "Komplette Wertschöpfungsketten verschwinden, neue Geschäftsmodelle entstehen - traditionelle Hersteller und Zulieferer müssen sich dieser Wettbewerbssituation stellen. Unser "Automotive Disruption Radar" soll Unternehmen dabei helfen, Investitionsentscheidungen zu treffen und den vielfältigen Komplexitäten besser zu begegnen."

Neue Mobilitätskonzepte insbesondere in Asien gefragt

Im internationalen Vergleich sind Kunden in Singapur und China am meisten an neuen Mobilitätskonzepten interessiert. In diesen Ländern gaben 84 Prozent (Singapur) bzw. 83 Prozent (China) der Studienteilnehmer an, mindestens eine Person zu kennen, die auf ein eigenes Auto verzichtet. Deutschland kommt in der Umfrage mit 66 Prozent auf den vierten Platz. In anderen führenden Wirtschaftsnationen wie Grossbritannien (37%), Frankreich (34%) oder Japan (29%) kommen Carsharing- oder Mitfahrmodelle weniger gut an. Schlusslicht sind mit 22 Prozent die USA.

"Die Haltung der deutschen Verbraucher hat sich stark verändert, vor allem unterstützt durch den Trend zur Shared Economy", kommentiert Wolfgang Bernhart, Partner bei Roland Berger. "Neue Geschäftsmodelle kommen so zum Zuge. Etablieren sich Robocabs als kostengünstige Alternative zum eigenen Fahrzeug, wird sich diese Entwicklung in den kommenden Jahren noch deutlich beschleunigen." Insbesondere Verbraucher in Ländern mit hoher Bevölkerungsdichte wie den Niederlanden (59%), Japan (56%) und Singapur (51%) können sich vorstellen, Robocabs zu nutzen und auf ein eigenes Auto zu verzichten. Deutschland folgt mit 47 Prozent knapp dahinter. In grossen Flächenstaaten wie den USA (35%), Indien (33%) und China (27%) sind Kunden weniger aufgeschlossen. "Automatisierte Fahrzeuge mit Elektroantrieb werden voraussichtlich bis 2021 marktreif sein", erklärt Bernhart. "Alle grossen Automobilhersteller unternehmen gemeinsam mit Zulieferern und branchenfremden Akteuren wie IT-Firmen grosse Anstrengungen, um sich im Wettbewerb zu behaupten. Weltweit arbeiten rund 40.000 Vollzeitbeschäftigte an neuen Mobilitätsdienstleistungen und automatisiertem Fahren."

E-Autos vor allem in China populär

Auch beim Thema E-Mobilität zeigt der "Automotive Disruption Radar" signifikante regionale Unterschiede auf. Kunden aus China sind überwiegend positiv gegenüber E-Autos eingestellt. 60 Prozent spielen mit dem Gedanken, sich ein entsprechendes Modell als nächstes Auto zu kaufen. Auch in Südkorea (54%) kommt für mehr als die Hälfte der Befragten ein E-Modell infrage. Deutschland landet mit 41 Prozent im Mittelfeld. Kunden aus Europa, Japan, Südkorea und den USA sehen vor allem die hohen Preise als Hinderungsgrund für einen Kauf. "Noch ist der Marktanteil elektrisch betriebener Fahrzeuge auf vergleichbar niedrigem Niveau - 2016 ist der Anteil von E-Modellen an der Gesamtproduktion aber deutlich gestiegen", erklärt Wolfgang Bernhart. "Fortschritte bei der Batterietechnologie erlauben grössere Reichweiten und mehr Komfort. Zudem sind die Kosten deutlich gesunken: Hochenergiezellen für Elektroautos werden bis 2020 rund 120 Euro pro Kilowattstunde kosten. Bei den ersten Modellen war der Preis dreimal so hoch."

"Diese Entwicklungen zeigen, dass für die gesamte Automobilwirtschaft eine Ära zu Ende geht. Und die neue Dynamik im Markt wird von einer veränderten Erwartungshaltung der Kunden angetrieben", fasst Dressler zusammen. "Die Branche muss deshalb einen Spagat schaffen: Sowohl Hersteller als auch Zulieferer müssen auf diese Umbrüche reagieren und neues Potenzial zu erschliessen. Sie können sich aber nicht komplett von ihrer bestehenden Infrastruktur lösen, sondern müssen Transformationsprozesse durchlaufen. Darin besteht die grösste Herausforderung für die Firmen."

Die Studie können Sie herunterladen unter: www.rolandberger.de/pressemitteilungen

Roland Berger, 1967 gegründet, ist die einzige der weltweit führenden Unternehmensberatungen mit deutscher Herkunft und europäischen Wurzeln. Mit rund 2.400 Mitarbeitern in 34 Ländern ist das Unternehmen in allen global wichtigen Märkten erfolgreich aktiv. Die 50 Büros von Roland Berger befinden sich an zentralen Wirtschaftsstandorten weltweit. Das Beratungsunternehmen ist eine unabhängige Partnerschaft im ausschliesslichen Eigentum von rund 220 Partnern.

Navigating Complexity

Seit 50 Jahren berät Roland Berger seine Klienten dabei, Veränderungen erfolgreich zu begegnen. Heute und in der Zukunft wollen wir unsere Klienten dabei unterstützen, durch die vielschichtigen wirtschaftlichen, technologischen, politischen und sozialen Komplexitäten unserer Zeit zu navigieren. Mit ihnen gemeinsam entwickeln und verwirklichen wir flexible Strategien, die essentiell für den langfristigen Erfolg sind.

Kontakt:

Bei Rückfragen wenden Sie sich bitte an:

Yvonne Brunner
Roland Berger AG
Public Relations Schweiz
Tel.: +41 79 542 46 78
E-Mail: yvonne.brunner@rolandberger.com
www.rolandberger.com

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100058682/100801917> abgerufen werden.