

05.03.2018 – 09:55 Uhr

78% der Automobilmanager sehen striktere Emissionsvorschriften als Herausforderung, die aber Chancen für Elektromobilität eröffnet

Zürich (ots) -

Automotive Trendbarometer von PwC Strategy& zeigt: Elektromobilität ist für 39% Hauptabsatztreiber der nächsten fünf Jahre / Digitale Plattformen und Services sowie Kooperationen mit Start-ups sehen 56% als Chance für neue Geschäftsmodelle

Nach einem Jahrzehnt des ungebremsen Aufschwungs könnte 2018 zum strukturellen Wendepunkt für die Autoindustrie werden. So sehen Führungskräfte der Automobilhersteller klimapolitische Regulierung (78%) und die Folgen der Dieselkrise (76%) als potenzielle Risiken für das laufende Jahr. Handelsrestriktionen und protektionistische Tendenzen sind für mehr als die Hälfte (59%) eine Gefahr, gefolgt von den Auswirkungen des Brexits (51%). Die Zulieferindustrie sieht die Folgen der Dieselkrise (61%) und Handelsrestriktionen (54%) als größte Herausforderungen.

Mit Blick auf die nächsten fünf Jahre schätzen 54% eine konjunkturelle Abschwächung als wahrscheinlich ein. 44% glauben, dass schwelende regionale Konflikte wie der auf der koreanischen Halbinsel oder im Mittleren Osten das eigene Geschäft mittelfristig beeinflussen könnten. Dagegen sorgt Elektromobilität für einen Hoffnungsschimmer und ist 2018 für 29% der Absatztreiber Nummer eins ? in den kommenden fünf Jahren sogar für 39%. Auch die Zukunftsthemen autonomes Fahren und Fahrerassistenzsysteme nehmen aus Insider-Sicht an Fahrt auf und sind für knapp ein Viertel (23%) ein Umsatzkatalysator in den nächsten fünf Jahren. Das sind die zentralen Ergebnisse einer Umfrage von PwC Strategy& unter 200 Führungskräften aus der Automobilbranche. ?Die drohenden Dieselfahrverbote in einigen deutschen Städten verdeutlichen die Aktualität einer Verkehrswende. Soll sie gelingen, ist die Marktdurchdringung der Elektromobilität sicher ein wichtiger Baustein, auch wenn ihr die Manager noch nicht die Hauptrolle zusprechen. Die wachsenden Absatzzahlen von Elektroautos und Hybridfahrzeugen im letzten Jahr zeigen bereits eine Trendwende?, so Felix Kuhnert, Partner und Global Automotive Leader von PwC.

In Sachen Zukunftsfähigkeit stellt sich die Branche außerdem auf neue Player ein. Start-ups und Wettbewerber aus der Technologiebranche sieht inzwischen mehr als die Hälfte (56%) eher als Chance denn als Risiko. Genau die Hälfte der Unternehmen arbeitet außerdem bereits mit Start-ups oder anderen Technologieunternehmen enger zusammen, zusätzliche 23% planen für die nächsten fünf Jahre erstmals gemeinsame Projekte. Doch auch in den eigenen Reihen entstehen bei OEMs und Zulieferern neue Technologien, allen voran im Bereich der Elektromobilität, die bei 66% der Manager auf der Agenda für die nächsten Jahre steht. 34% planen Big-Data-Projekte zur Vermarktung von Kunden- und Fahrerdaten. Immerhin 29% der Befragten sieht in Carsharing-Modellen eine signifikante Erlösquelle der Zukunft. Diese Veränderungen durch neue Geschäftsmodelle und die Digitalisierung der Branche wirken sich nach Einschätzung der Branchenentscheider vor allem auf die Unternehmensbereiche Produktion (51%), Forschung & Entwicklung (48%) sowie IT (40%) aus.

?In zentralen Bereichen der OEMs werden sich Anforderungen und Arbeitsinhalte eher kurz- als mittelfristig fundamental verändern. Daher ist der Aufbau von Kompetenzen für branchenübergreifende und interdisziplinäre Kooperationen, wie beispielsweise mit IT-Unternehmen, notwendig. Neue Geschäftsmodelle und Mobilitätssysteme werden dabei nur als ein Aspekt wahrgenommen. Gezielte F&E-Investitionen rund um neue Mobilitätskonzepte und Antriebsformen könnten erfolgsentscheidend sein, damit die deutsche Automobilindustrie den Anschluss an veränderte Kundenerwartungen im Bereich Mobilität nicht verliert?, so Heiko Weber, Partner und Automotive-Experte bei Strategy& in Deutschland.

Die Ergebnisse des Automotive Trendbarometers finden Sie zum kostenlosen Download unter:
<http://ots.de/q7mAuV>

Über PwC

PwC betrachtet es als seine Aufgabe, gesellschaftliches Vertrauen aufzubauen und wichtige Probleme zu lösen. Mehr als 236.000 Mitarbeiter in 158 Ländern tragen hierzu mit hochwertigen, branchenspezifischen Dienstleistungen in den Bereichen Wirtschaftsprüfung, Steuer- und Unternehmensberatung bei.

Die Bezeichnung PwC bezieht sich auf das PwC-Netzwerk und/oder eine oder mehrere der rechtlich selbstständigen Netzwerkgesellschaften. Weitere Details unter www.pwc.com/structure.

Über Strategy&

Strategy& ist ein globales Team praxisorientierter Strategen. Unser Ziel ist es, unseren Klienten jederzeit den entscheidenden Vorteil zu verschaffen. Wir verfügen über 100 Jahre Erfahrung in der Managementberatung und kombinieren diese mit der einzigartigen Industrieerfahrung und den Ressourcen von PwC. Wir sind Teil des weltweiten PwC-Netzwerks.

Weitere Informationen unter <http://www.strategyand.pwc.com/>.

Kontakt:

Annabelle Kliesing
Senior PR Lead
PwC Strategy& (Germany) GmbH
annabelle.kliesing@strategyand.de.pwc.com
T: +49 89 54525613

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100001952/100812991> abgerufen werden.