

01.07.2020 – 09:30 Uhr

Bain-Studie zum Automobil- und Mobilitätssektor / Wann E-Mobilität und autonomes Fahren durchstarten

München/Zürich (ots) -

- **Der Umbruch in der Automobilbranche geht trotz Corona-Krise weiter**
- **2025 werden 12 Prozent aller verkauften Neufahrzeuge Elektroautos sein, bis 2040 mehr als die Hälfte**
- **Der Anteil autonomer Fahrzeuge wird sich zwischen 2030 und 2040 vervierfachen**
- **Ungeachtet der coronabedingten Sparmaßnahmen müssen Autohersteller und Zulieferer weiter in Zukunftstechnologien investieren**

Die internationale Automobilindustrie ist zurzeit doppelt gefordert. Sie muss die Auswirkungen der Corona-Krise verkraften und gleichzeitig den grundlegenden Umbruch der Branche bewältigen. Elektromobilität und autonomes Fahren werden sich noch in diesem Jahrzehnt vom Nischen- zum Massenmarkt entwickeln. Diesen sogenannten Tipping Point werden E-Autos bis 2024 erreichen, beim autonomen Fahren mit Robotaxis wird es bis 2028 dauern. Die aktuelle Krise kann diesen Wandel in Teilen beschleunigen oder verzögern, aber verhindern wird sie ihn nicht. Bereits 2025 werden weltweit etwa 12 Prozent aller Neufahrzeuge elektrisch angetrieben sein, bis 2040 sind es mehr als die Hälfte. Der Marktanteil autonomer Fahrzeuge dürfte sich zwischen 2030 und 2040 vervierfachen. Zu diesen Ergebnissen kommt die Studie "Endspiel in der Automobilindustrie: Entscheidend ist der Tipping Point" der internationalen Unternehmensberatung Bain & Company.

Ausgelöst durch die Corona-Pandemie setzen die meisten Unternehmen aktuell strikte Sparprogramme um und fahren ihre Investitionen zurück. Aus Sicht von Bain-Partner und Studien-Co-Autor Dr. Klaus Stricker sollte dabei differenziert vorgegangen werden: "Trotz des extremen Kostendrucks sollten Autohersteller und Zulieferer ihre Investitionen in wichtige Zukunftsfelder wie Elektromobilität, Batterie- und Zelltechnologie, Software oder Konnektivität bestmöglich aufrechterhalten. Die dringend erforderlichen Ergebnisverbesserungen müssen vor allem aus dem traditionellen Kerngeschäft kommen."

E-Mobilität: Kundenakzeptanz erhöhen

Derweil gewinnt die Elektromobilität weiter an Dynamik. Laut der Bain-Studie erreichen die gesamten Anschaffungs- und Betriebskosten (Total Cost of Ownership) eines E-Autos bereits in diesem Jahr das Niveau eines konventionell angetriebenen Fahrzeugs. Dabei hängt der genaue Zeitpunkt des Übergangs zum Massenmarkt je Region im Wesentlichen vom Fahrzeugsegment, von den Batteriekosten, dem Strom- und Benzinpreis sowie von staatlichen Stützungsmaßnahmen ab. Die Studie geht davon aus, dass die durchschnittlichen Kosten für Batteriepacks 2025 rund 85 Euro pro Kilowattstunde betragen werden. Das sind 36 Prozent weniger als 2018. Zudem werden die Autohersteller bis dahin voraussichtlich weit mehr als 200 neue E-Modelle anbieten und mit einem steigenden Anteil in der Mini- und Kompaktklasse weitere Käuferschichten ansprechen können.

Allerdings schrumpfen durch die Wirtschaftskrise infolge der Corona-Pandemie in vielen Haushalten die verfügbaren Mittel für größere Investitionen wie ein Auto. Gleichzeitig nimmt in der Bevölkerung der Wunsch nach geschützten Mobilitätsräumen zu, was sich positiv auf die Fahrzeugnachfrage auswirken kann. Staatliche Förderungs- und Stützungsmaßnahmen könnten dem Markt kurzfristig weitere Dynamik verleihen - und bei entsprechender Ausrichtung der Maßnahmen könnte insbesondere die Elektromobilität profitieren.

"Die Kundenakzeptanz wird letztlich entscheidend sein für den Durchbruch der Elektromobilität", ist sich Bain-Partner und Studien-Co-Autor Marco Gerrits sicher. "Neben den bisherigen Käufern von E-Autos, die oft aus gehobenen, progressiven Schichten stammen, müssen in Zukunft auch traditionelle Kundensegmente gewonnen werden." Diese würden vor allem auf Funktionalität und Praktikabilität achten, sprich Reichweite, einfache und gut funktionierende Lade- sowie Bezahlvorgänge und - im Vergleich zu Verbrennern - günstige Gesamtkosten.

Autonomes Fahren: Hürden überwinden

Für den langfristigen Erfolg des autonomen Fahrens sprechen die wachsende technologische Reife sowie aussichtsreiche Pilotprojekte mit Robotaxis und Autobahnpielen auf Level-4-Niveau. Laut Bain-Studie wird der Anteil autonomer Fahrzeuge an den Neuzulassungen bis 2030 in Nordamerika auf 9 Prozent steigen, in Europa auf 6 Prozent und im Raum Asien-Pazifik auf 4 Prozent. Bis 2040 könnten sich diese Werte mehr als vervierfachen. Für den Massenmarkt müssen die Autohersteller allerdings noch einige Hürden nehmen wie Allwettertauglichkeit

oder das Beherrschen von unübersichtlichem Verkehrsaufkommen. Zudem fehlen bislang weitgehend verbindliche rechtliche Rahmenbedingungen.

Darüber hinaus müssen die Kosten für die autonomen Systeme signifikant reduziert werden. Diese belaufen sich für Robotaxis derzeit auf rund 65.000 Euro, könnten aber bis 2030 nach Bain-Analysen um mehr als 85 Prozent sinken, auf dann 8.000 bis 10.000 Euro. Zu diesem Preispunkt können ab 2024 urbane autonome Mobilitätssysteme realisiert werden. Innovative Städte werden versuchen, die Vorteile der Robotaxis zu nutzen und sie intelligent in den öffentlichen Personennahverkehr zu integrieren.

Geschäftsmodell effizienter gestalten

Für die Automobilindustrie bedeutet die Entwicklung hin zu E-Autos und autonomem Fahren zunächst steigende Kosten. Ohne weitere Gegenmaßnahmen könnte die Umsatzrendite der Fahrzeughersteller, insbesondere wegen der zunächst hohen Batteriekosten, über die nächsten Jahre im Schnitt um 2 bis 3 Prozentpunkte sinken. Laut Bain-Studie lassen sich ab 2025 mit Elektroantrieben Gewinnspannen erreichen, wie sie mit Verbrennungsmotoren erzielt werden.

"Angesichts der Corona-Krise und der hohen Investitionen in automobiler Zukunftsfelder müssen die Unternehmen ihre Geschäftsmodelle auf Effizienz trimmen", betont Branchenkenner Gerrits. "Jetzt ist der richtige Zeitpunkt, alte Zöpfe abzuschneiden und die Komplexität bei Plattformen, Antrieben, Modellen und Derivaten drastisch zu senken sowie Skaleneffekte auch herstellerübergreifend zu nutzen."

Maßnahmen konsequent umsetzen

Hersteller und Zulieferer müssen zügig die richtigen Weichen stellen. Die Bain-Studie zeigt konkrete Handlungsfelder auf, um den zukünftigen Geschäftserfolg zu sichern:

- Nachhaltiger Ausbau der Elektromobilität mit reinen E-Autos und Plug-in-Hybriden
- Deutliche Reduzierung der Angebotskomplexität - inklusive Streichung unprofitabler Modelle - und Verringerung der technischen Spezifikationen auf ein Mindestmaß
- Kostenreduktion bei allen Fahrzeugkomponenten durch Modularisierung und herstellerübergreifende Realisierung von Skaleneffekten
- Drastische Kostensenkung im Vertrieb, zum Beispiel durch verstärkte Nutzung des Onlinekanals, sowie in Verwaltungsfunktionen, etwa durch Digitalisierung
- Strategiekonforme Allokation von Entwicklungs- und Investitionsbudgets durch deutliche Verringerung des Mitteleinsatzes im traditionellen Geschäft zur Sicherstellung ausreichender Mittel für neue Technologien
- Aufbau von Kompetenzen bei Batterie- und Zelltechnologie sowie Software, inklusive integrierter Software-/Hardware-Optimierung
- Reduzierung der Entwicklungs- und Fertigungstiefe bei Standardkomponenten
- Pragmatisches Angebot von Mobilitätslösungen für Städte gemeinsam mit Infrastruktur- und Technologiepartnern
- Grundlegender Kulturwandel hin zu mehr Agilität und Unternehmertum für schnelle und pragmatische Entscheidungen in einem Umfeld großer Unsicherheit, inklusive Ausgründung von autark agierenden Einheiten für neue Technologien

"Der fundamentale technologische Umbruch kann die Machtverhältnisse im Automobil- und Mobilitätssektor in den nächsten 10 bis 15 Jahren radikal verändern", stellt Bain-Partner Stricker fest. "Belohnt werden am Ende Unternehmen, die ihr traditionelles Geschäft maximal effizient gestalten und die finanziellen Mittel dafür deutlich reduzieren, das Potenzial neuer Technologien und deren Tipping Point erkennen sowie gemeinsam mit Partnern zum richtigen Zeitpunkt mutig investieren."

Eine Abbildung zu diesem Thema finden Sie hier: <https://www.bain.com/de/insights/infografik-tipping-points-automotive/>

Bain & Company

Bain & Company ist eine international führende Unternehmensberatung, die Entscheider weltweit bei der Zukunftsgestaltung unterstützt. Mit unseren 59 Büros in 37 Ländern sind wir in unmittelbarer Nähe unserer Kunden. Wir arbeiten gemeinsam mit ihnen daran, den Wettbewerb zu übertreffen und neue Standards in den jeweiligen Branchen zu setzen. Partner aus unserem Ökosystem digitaler Innovatoren ergänzen unsere Expertise und sorgen mit dafür, dass wir für unsere Kunden bessere, schnellere und nachhaltigere Ergebnisse erzielen. Seit unserer Gründung 1973 messen wir unseren Erfolg am Erfolg unserer Kunden. Wir sind stolz darauf, dass wir die höchste Weiterempfehlungsrate in der Beratungsbranche haben und dass unsere Kunden die Börsenindizes um das Vierfache übertreffen. Erfahren Sie mehr unter: www.bain.de, www.bain-company.ch. Folgen Sie uns auf:

[LinkedIn](#), [Facebook](#), [Xing](#), [Bain Insights App](#).

Pressekontakt:

Pressekontakt:

Leila Kunstmann-Seik

Bain & Company Germany, Inc.

Karlsplatz 1

80335 München

E-Mail: leila.kunstmann-seik@bain.com

Tel.: +49 (0)89 5123 1246

Mobil: +49 (0)151 5801 1246

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100018214/100850952> abgerufen werden.