
Technologie-Riesen setzen Autohersteller schwer unter Duck

Autohersteller werden an Fusionen nicht vorbeikommen, wenn sie den Kampf mit den großen Technologiekonzernen um die Vorherrschaft im „Ökosystem Auto“ nicht verlieren wollen. Da ist eines der Ergebnisse des „Global Automotive Executive Survey 2018“ der Wirtschaftsprüfungs-Gesellschaft KPMG. Auch sonst beschreibt die Studie eine Szenerie dramatischen Wandels. So wird der Anteil der in Westeuropa produzierten Fahrzeuge deutlich sinken, und bis 2025 wird die Hälfte der stationären Händler vom Markt verschwunden sein.

Nach dem KPMG-Survey gehen drei Viertel der Entscheider (74 Prozent) davon aus, dass der Anteil der in Westeuropa produzierten Kfz von heute 15 Prozent bis zum Jahr 2030 auf unter fünf Prozent sinken wird. Dieter Becker, Global Head of Automotive bei KPMG, sieht darüber hinaus zahlreiche dramatische Veränderungen auf das Automobilgeschäft zukommen: „Die 50 größten Autohersteller kommen heute zusammen nur noch auf 20 Prozent der Marktkapitalisierung der 15 größten Technologieunternehmen. 2010 waren es noch 40 Prozent. Das zeigt ganz klar, dass die Digitalkonzerne finanziell inzwischen in einer ganz anderen Liga spielen.“

Vor allem für die Massenhersteller führe – so Becker – daher kein Weg an Fusionen vorbei, wenn sie den Kampf ums Überleben gegen die Technologiegiganten nicht verlieren wollten. „Die Premiumanbieter sind sicher besser aufgestellt, haben aber auch schon die Zeichen der Zeit erkannt, indem sie in Bereichen wie Kartendienste oder Ladestationen für Elektroautos zusammenarbeiten“; interpretiert Becker die KPMG-Zahlen.

Über die Hälfte der Entscheider (56 Prozent) sind sich danach mehr oder weniger sicher, dass die Zahl der Autohandlungen bis 2025 um 30 bis 50 Prozent sinken wird. Becker: „Fast 80 Prozent der Führungskräfte sind davon überzeugt, dass der einzige Ausweg zum Überleben für Händler darin besteht, das Geschäft in einen Dienstleistungsstützpunkt oder eine zentrale Anlaufstelle für Gebrauchtwagen zu verwandeln.“

Über 80 Prozent der Entscheider sind laut Becker davon überzeugt, dass die Verwertung der Fahrzeug- und Fahrerdaten künftig den Hauptbestandteil des Geschäftsmodells der Autobranche ausmachen werden. Der Begriff der Grundausstattung müsse deshalb neu definiert werden: 85 Prozent der Führungskräfte und drei von vier Kunden sind überzeugt, dass Daten- und Cybersicherheit künftig Voraussetzung für den Kauf eines Autos sein werden.

Die weltweite Autoproduktion wird noch vor Ende des Jahrzehnts die 100 Millionen-Marke knacken, zeigt sich Becker überzeugt. In über 700 Fabriken werden heute rund 3000 verschiedene Modelle produziert, von denen nur zwei Prozent reine Elektrofahrzeuge sind. „Auch, wenn immer wieder vom Durchbruch der E-Mobilität zu hören ist: es wird künftig keineswegs nur noch Elektroautos geben. Auf absehbare Zeit werden auch weiterhin die unterschiedlichen Antriebe nebeneinander existieren.“ Beim Diesel erkennt Becker auseinandergelagerte Meinungen: „Die Hälfte der Führungskräfte geht davon aus, dass dieser auf absehbare Zeit eine Option sein wird. Dem widersprechen allerdings zwei von drei Kunden, in Westeuropa sogar 70 Prozent.“

Car Sharing ist in Deutschland zwar ein wachsender Markt, aber immer noch eine zu vernachlässigende Größe. Einer Fahrzeugflotte von 45 Millionen Kfz stehen nach den KPMG-Zahlen nur 16 000 Car Sharing-Autos gegenüber. Das entspricht einem Marktanteil

von 0,04 Prozent. Doch das Statussymbol „mein Auto“ verliert Beckers Ansicht nach zunehmend an Bedeutung: 55 Prozent der Autofahrer sind demnach bereit, auf ein eigenes Fahrzeug zu verzichten, wenn Car Sharing-Möglichkeiten breitflächiger angeboten und leichter zu nutzen wären und fast jeder Zweite (43 Prozent) meint, dass die Hälfte der Autobesitzer, die sie kennen, schon 2025 kein eigenes Fahrzeug mehr besitzen will.

Für den „Global Automotive Executive Survey 2018“ wurden weltweit über 900 Entscheider der Automobil- und Technologiebranche sowie mehr als 2100 Konsumenten befragt wurden. Die gesamten Umfrageergebnisse finden sich unter <http://kpmg.com/GAES2018> im Internet. (ampnet/Sm)

Bilder zum Artikel



Der „Toyota Smart Mobility Park“ ist eine Ladestation, die beispielsweise Plug-in Hybridfahrzeuge und Elektrofahrzeuge mit Strom aus selbst erzeugter Sonnen- und Windenergie versorgt.

Foto: Auto-Medienportal.Net/Toyota



Öffentliche Ladestationen für Elektroautos in Oslo.

Foto: Auto-Medienportal.Net/Nissan



Vehicle-to-Grid-Ladestationen am europäischen Forschungs- und Entwicklungszentrum von Nissan im britischen Cranfield.

Foto: Nissan