
Die Autoindustrie sucht die „neue Normalität“

Von Walther Wuttke, cen

Seitdem das Corona-Virus die Welt als Geisel genommen hat, sucht die global aufgestellte Industrie nach neuen Strategien, um so etwas wie eine neue Normalität zu entwickeln. Die international vernetzte Automobilindustrie trifft die Pandemie dabei zu einem denkbar ungünstigen Moment. Die Zahl der weltweit abgesetzten Fahrzeuge ging schon vor dem Ausbruch von Covid-19 deutlich zurück und verringerte sich von 93,7 Millionen verkauften Modellen im Jahr 2018 auf 89,5 Millionen Fahrzeuge im vergangenen Jahr. Hinzu kommen noch verschärfte Abgasvorschriften, die neuen Antriebstechnologien, die Digitalisierung und die Überkapazitäten.

Die Erholung dauert lange

Die Unternehmensberatung Roland Berger hat jetzt eine Studie (New Normal for the automotive Industry) vorgelegt, die beschreibt, mit welchen Strategien sich die Industrie der „neuen Normalität“ stellen kann. In einem pessimistischen Szenario mit lang andauernder Pandemie (mehrere Wellen) könnten die Absatzvolumen erst nach dem Jahr 2025 wieder das Vor-Corona-Niveau erreichen, so die Experten in der Untersuchung.

„Nach der Finanzkrise vor zehn Jahren hat es drei bis vier Jahre gedauert, bis sich die Industrie erholt hat. Die aktuelle Krise geht deutlich weiter und ist auch von politischen Unsicherheiten überlagert. Daher sind wir nicht optimistisch, dass die Erholung sehr schnell kommen wird“, erklärt Wolfgang Bernhart von Roland Berger und Co-Autor der Studie. Zumal zusätzliche Faktoren den Blick in die Zukunft verstellen.

USA bleibt nationalistisch

In den USA besteht zudem die Unsicherheit, was längerfristig geschehen wird. „Der Handelskrieg verstärkt sich unter Trump. Doch selbst wenn im November ein demokratischer Präsident gewählt wird, wird sich aus unserer Sicht der nationalistische Kurs kaum verändern“, so Bernhard. In Europa stehe die Politik vor der Frage, ob mögliche Fördermaßnahmen für die Industrie im Rahmen des Green Deals der EU an Klimaziele gekoppelt werden. In diesem Jahr sei die Industrie allerdings auf der sicheren Seite „Die CO2-Ziele werden angesichts des rückläufigen Marktes wahrscheinlich in diesem Jahr erreicht werden“, so Bernhard.

Kleine und schlichte Autos gefragt

Auf jeden Fall werden sich die Hersteller aus Sicht der Autoren der Studie auf ein neues Käuferverhalten einstellen müssen. Je stärker die erwartete Rezession ausfallen wird, desto mehr werden sich die Kunden vor allem im Massensegment preiswerteren Fahrzeugen zuwenden. „Wir haben das nach der Finanzkrise in Frankreich beobachtet. Dort sind die Kunden stark in die kleineren Segmente abgewandert. Außerdem werden sich die Käufer überlegen, welche Extras sie ordern“, erklärt Bernhart.

In den USA werden weiterhin SUV und Pickups den Markt beherrschen – allerdings mit abgespeckter Ausstattung. Sollte die wirtschaftliche Krise länger andauern, werden sich die Hersteller, glauben die Autoren der Studie, neue, preiswerte Modelle mit weniger Ausstattung auf bereits existierenden Plattformen auf den Markt rollen. Dadurch verringern sich für die Hersteller tendenziell die erzielbaren Margen.

Lieferketten werden regionaler

Neben den Herstellern leiden auch die Zulieferer unter der unberechenbaren Pandemie. „Die meisten Zulieferer haben aktuell kein klares Bild, wo sie in ein, zwei Jahren stehen. Das war am Anfang der Finanzkrise nicht anders. Damals haben sich die Verhältnisse aber schneller als erwartet gebessert. Aktuell ist noch völlig unklar, auf welche Stückzahlen man sich einstellen soll. „Die Lieferanten stehen daher vor der Frage, ob sich der Markt kurzfristig erholt, und die vorhandenen Kapazitäten beibehalten werden können oder ob sich der Markt dauerhaft auf niedrigerem Niveau einpendelt und die Strukturen entsprechend angepasst werden müssen“, erklärt Felix Mogge, der ebenfalls an der Studie mitgearbeitet hat.

Die Lieferketten, so der Experte, werden sich langfristig verändern und regionaler werden. Allerdings „werden diese Veränderungen nicht von heute auf morgen organisiert werden können“. Auf jeden Fall wird sich dadurch der Kostendruck auf die Lieferanten weiter erhöhen, und davon sind dann vor allem auch die Zulieferer aus der zweiten und dritten Reihe betroffen.

China Treiber beim autonomen Fahren

Zu den aktuellen Problemen gesellen sich gewaltige Technologie-Umbrüche wie die Entwicklung zum autonomen Fahren, der Digitalisierung und der Elektrifizierung der Fahrzeuge. In diesem Bereich sehen die Experten von Roland Berger die Pandemie auch als Chance. „Der Mangel an Lastwagenfahrern“, so die Untersuchung, „hat die Versorgungsketten während der Pandemie zusätzlich unter Druck gesetzt. Vor allem in der Logistik beim autonomem Frachttransport und auf der letzten Meile werden neue Möglichkeiten entstehen.“

Allerdings werden die neuen Aufgaben den Trend zur Zusammenarbeit von Herstellern verstärken. „Einzelne Hersteller und Zulieferer schrauben kurzfristig Ausgaben zurück. Längerfristig wird das autonome Fahren aber eher noch an Bedeutung zunehmen“ analysiert Bernhart. Bedeutender Treiber in diesem Sektor ist China, wo die entsprechenden Investitionen in den kommenden Jahren deutlich erhöht werden.

USA werden Boden verlieren

Die Pandemie wird in den kommenden Jahren bei den kostentreibenden Themen Digitalisierung und Elektrifizierung zu neuen Partnerschaften führen. „Die Zusammenarbeit zwischen den Unternehmen muss sich in Zukunft verstärken. Das ist einfach notwendig und überfällig“, blickt Bernhart in die Zukunft. Bei der Elektrifizierung riskieren die USA, deutlich an Boden gegenüber Europa und China zu verlieren, wenn Abgasvorschriften verwässert und Förderungen für Fahrzeuge mit alternativen Antrieben abgebaut werden.

In Zukunft, so die Untersuchung, werden die US-amerikanischen Hersteller deshalb auf Plattformen europäischer und chinesischer Hersteller zurückgreifen müssen, um auf diesen Märkten erfolgreich zu agieren. China wird in diesem Szenario in den kommenden Jahren sowohl als Markt wie als Hersteller an Bedeutung gewinnen.

Druck beschleunigt Allianzen

Die rückläufigen Absätze und der Trend zu preiswerteren Modellen werden die Hersteller zusätzlich unter Druck setzen, was ebenfalls den Trend zu neuen Allianzen beschleunigen wird. Gleichzeitig könnten chinesische Unternehmen, wenn sie schneller aus der Krise fahren sollten, ihren Markteintritt in die internationalen Märkte beschleunigen.

(ampnet/ww)

Bilder zum Artikel



Einer der größten Parkplätze der Welt liegt in Bremerhaven.

Foto: Auto-Medienportal.Net/Bremerport