

Düsseldorf, 10. August 2006

Diesel-Abgase: Vom Auspuff zur mobilen Chemiefabrik

Zukünftige Diesel-Emissionsrichtlinien stellen Automobil-Hersteller vor große Herausforderung; Mega-Markt für Zulieferer entsteht

Diesel fahren wird teuer – und Diesel bauen erst recht: Abgasnachbehandlungssysteme, die im Rahmen der globalen Emissionsrichtlinien zwischen 2009 und 2012 obligatorisch werden, treiben die Produktkosten – verglichen mit 2003 – um das Zehnfache in die Höhe. Das geht aus einer aktuellen Untersuchung der Top-Managementberatung A.T. Kearney zur Zukunft des Dieselmotors hervor. Untersucht wurden dabei auch die daraus resultierenden Konsequenzen für die Automobilindustrie. Hersteller stehen insbesondere durch den Kostenanstieg vor gewaltigen Herausforderungen, während sich für innovative Zulieferunternehmen das Potenzial eines neu entstehenden 30 Milliarden Euro-Marktes ergibt.

Das nahezu schadstofffreie Dieselfahrzeug ist das Ziel, das die globalen Umweltbehörden mit ihren Richtlinien zu Diesel-Emissionen verfolgen. Ab 2009 soll demnach der Schadstoffausstoß von Dieselfahrzeugen im Zuge der zukünftigen Richtlinien in den USA, Japan und Europa um über 90 Prozent gesenkt werden. Insbesondere Stickoxide (NOx) und Rußpartikel, die Umwelt und Mensch gleichermaßen schädigen, sollen erheblich reduziert werden.

„Um dieses Ziel zu erreichen, werden zukünftige Diesel-Abgasnachbehandlungssysteme zu mobilen Chemiefabriken. War 2003 noch ein einfacher Schalldämpfer ausreichend, verfünffacht sich bei zukünftigen Dieselpartikelfilter- und DeNOx-Systemen sowohl die technische Komplexität als auch Volumen und Gewicht“, erklärt Götz Klink, einer der Autoren der A.T. Kearney-Studie. Dass die entsprechende Technologie nicht zum Nulltarif zu haben ist, liegt auf der Hand. Das Gegenteil ist richtig: Abgasnachbehandlungssysteme, die den zukünftigen globalen Regularien entsprechen, treiben die Kosten – verglichen mit 2003 – um das Zehnfache in die Höhe. So werden sie zukünftig etwa sechs bis acht Prozent der Fahrzeuggesamtkosten ausmachen – im Unterschied zu etwa einem halben Prozent im Jahr 2003. Neben Elektronik und

Sicherheitstechnik gewinnt damit dieses Segment im Automobilbereich zukünftig am stärksten an Bedeutung.

Hersteller vor kostenseitiger und strategischer Herausforderung

Die globale Studie unter Beteiligung von 40 Unternehmen der Automobilindustrie beschreibt deutlich die Kostenfalle, in der sich die Hersteller befinden: Neben der Verzehnfachung der Produktionskosten für das Abgasnachbehandlungssystem erhöht sich der – für den Verkauf von Dieselfahrzeugen so wichtige – Kraftstoffverbrauch um bis zu zehn Prozent. Darüber hinaus steigen die Entwicklungskosten durch mehrere parallele Großprojekte insbesondere für globale Hersteller erheblich.

Zusätzlich zur kostenseitigen und technologischen Herausforderung ergeben sich für die Hersteller weitreichende strategische Fragestellungen: Wie attraktiv wird der Dieselmotor in Zukunft überhaupt noch sein? Welche Märkte sind attraktiv? Wie steht es mit alternativen Antriebstechnologien? Erste Hersteller haben mit der Ankündigung, eine Reihe von Diesel-Modellen zukünftig in den USA nicht mehr anzubieten, bereits Konsequenzen gezogen. Doch wo einige den Markt verlassen, ergeben sich für andere Chancen. So werden alle Hersteller eine genaue Bewertung Ihres globalen Diesel-Angebots vornehmen und entsprechende Strategien ableiten müssen.

Goldene Zeiten für innovative Zulieferer

Für Zulieferunternehmen entsteht durch die scharfen Umweltrichtlinien ein Marktsegment mit erheblichem Potential. „Mit etwa elf Prozent pro Jahr bis 2015 gehört das Segment Abgasnachbehandlung zu den künftigen Wachstumstreibern der Industrie“, so Stephan Krubasik, Co-Autor der Studie. Der ehemals hoch konsolidierte Markt, wie wir ihn heute kennen, wird dann so nicht mehr bestehen: Angesichts stetig schärferer globaler Grenzwerte und damit einhergehenden technischen Innovationen werden neue regionale Märkte und Produktsegmente entstehen und neue Player das Spielfeld betreten.

Vom neuen Umfeld profitieren wird künftig, wer über die richtige Strategie verfügt. Diese wiederum hängt stark von den Faktoren ab, die das einzelne Unternehmen kennzeichnen: Handelt es sich um einen Newcomer oder um ein etabliertes Unternehmen? Ist der Betrieb hoch spezialisiert oder verfügt er über ein breit gefächertes, systemisch integriertes Portfolio? Ist er regional fokussiert oder ein Global Player?

Die Antworten auf diese Fragen determinieren die Eckpfeiler einer erfolgreichen Strategie. Der Aufwand lohnt sich: Bis 2012 wird ein 30 Milliarden Euro Mega-Markt entstehen, von dem sich innovative, gut aufgestellte Unternehmen einen ansehnlichen Anteil sichern können, wenn Sie der technologischen Herausforderung einerseits und dem hohen Preis- und Kostendruck andererseits mit entsprechenden Konzepten begegnen.

Über A.T. Kearney

A.T. Kearney ist eines der größten internationalen Top-Management-Beratungsunternehmen. A.T. Kearney bietet seinen Klienten das gesamte Spektrum strategischer und operativer Beratung. Zu unseren Klienten gehören globale Großkonzerne wie nationale Unternehmen aller Wirtschaftszweige, Industrien und Dienstleister des öffentlichen und privaten Sektors. A.T. Kearney wurde 1926 in Chicago gegründet und beschäftigt heute rund 2.500 Mitarbeiter in mehr als 30 Ländern der Welt. Weitere Informationen finden Sie unter www.atkearney.de

Für weitere Informationen wenden Sie sich bitte an:

Marketing & Communications
A.T. Kearney GmbH
Lenbachplatz 5
D-80333 München
Tel: +49-89-5156-0
Fax: +49-89-5156-8983
e-mail marcom@atkearney.de

Frank Schröder
Trimedia Communications Deutschland GmbH
Schwannstraße 6
D-40476 Düsseldorf
Tel: +49-211-96485-41
Fax: +49-211-96485-45
e-mail frankschroeder@dus.trimedia.de