

Düsseldorf, 5. September 2007

CO₂-Kosten belasten Gewinne der Autohersteller und entlasten Autofahrer durch geringeren Spritverbrauch

Analyse von A.T. Kearney und Credit Suisse: Weitreichende Auswirkungen der CO₂-Reduktion auf die Automobilindustrie

Mit den zu erwartenden gesetzlichen Vorgaben, die CO₂-Emission von PKW bis 2012 auf durchschnittlich 120 g/km zu reduzieren, könnten jährliche Kosten zwischen 11 und 18 Milliarden Euro auf die europäische Automobilindustrie zukommen. Autofahrern beschert die damit verbundene Senkung des durchschnittlichen Spritverbrauchs um 25 Prozent europaweit jährliche Einsparungen von etwa 65 Milliarden Euro. Das geht aus einer aktuellen Analyse der Top-Managementberatung A.T. Kearney und dem Finanzdienstleistungs-Unternehmen Credit Suisse hervor. Durch die notwendigen Kosten könnten sich die Gewinne der Autohersteller um bis zu 18 Prozent gegenüber den aktuellen Erwartungen der Finanzmärkte für 2009 reduzieren. Vor allem Massenhersteller im Segment Klein- und Mittelklassewagen wären vom derzeit diskutierten gewichts-basierten Szenario besonders stark betroffen. Einige Fahrzeugsegmente könnten sogar in die Verlustzone rutschen. Dennoch bietet die bevorstehende CO₂-Gesetzgebung für Autohersteller eine Reihe von Möglichkeiten, ihre Marktposition durch die Entwicklung innovativer Business-Modelle und Fahrzeuge nachhaltig zu verbessern. Die EU ist nun gefordert, mit einer entsprechenden Gesetzgebung zur CO₂-Reduzierung die Kostenbelastung für Massen- und Premium-Hersteller gleichmäßig zu verteilen.

Trotz einer signifikanten Reduzierung der CO₂-Emission kann man davon ausgehen, dass die Selbstverpflichtung der European Automobile Manufacturers' Association (ACEA), bis 2008 den CO₂-Ausstoß auf durchschnittliche 140 g/km zu reduzieren, nicht erreicht wird. Entsprechend bereitet die EU derzeit eine CO₂-Richtlinie vor, die bereits verabschiedete Emissionsgesetzgebungen wie EU 5 und EU 6 ergänzen soll und für alle Neufahrzeuge einen CO₂-Ausstoß von 120 g/km in 2012 vorsieht. „Der Gesetzgeber steht nun vor der schwierigen Aufgabe, im Sinne der Nachhaltigkeit für eine effektive Reduzierung der CO₂-Emission zu sorgen, ohne dabei Teile der europäischen Automobilindustrie in die Knie zu zwingen“, bringt F. Nikolaus Soellner, Partner und Leiter von A.T. Kearney's Global Automotive Practice, die aktuelle Lage auf den Punkt.

Die Ausgangssituation ist dabei von Hersteller zu Hersteller sehr verschieden, wobei im Hinblick auf die CO₂-Emission ein großer Unterschied zwischen den einzelnen Segmenten besteht: So entfallen aufgrund der hohen Stückzahlen etwa 70 Prozent der CO₂-Emission auf Massenhersteller wie beispielsweise VW, PSA oder Fiat. Aufgrund der schieren Masse ist der Anteil dieses Bereichs am gesamten CO₂-Ausstoß sehr viel höher, so dass Optimierungen bei diesen Fahrzeugen in Summe sehr viel mehr ins Gewicht fallen, als bei den Premium-Marken wie beispielsweise Mercedes, BMW oder Audi, auf die die restlichen 30 Prozent entfallen. Entsprechend werden sich dann auch die zu erwartenden Kosten zur CO₂-Reduktion in Höhe von schätzungsweise 11 bis 18 Milliarden Euro mit unterschiedlicher Gewichtung auf die Hersteller verteilen.

„Hinzu kommt, dass Käufer im Premium-Segment sehr viel weniger auf den Preis achten als im Mittelklasse- und Kleinwagensegment. Hier wird es sehr viel schwerer, die durch die CO₂-Richtlinien verursachten höheren Produktkosten an die Konsumenten weiterzugeben“, sagt der Leiter der Studie Jens Tischendorf von A.T. Kearney: „Im Gesetzgebungsverfahren kommt es also nun darauf an, das richtige Verhältnis des Anspannungsgrades zwischen Volumen- und Premium-Herstellern zu finden, ohne einzelne Hersteller zu sehr zu be- oder entlasten.“

CO₂-Regulierung mit direkten Auswirkungen auf Unternehmensprofite

„Selbst wenn der Gesetzgeber im Stande ist, ein weitgehend ausgewogenes Szenario zu entwickeln, wird sich die CO₂-Regulierung direkt auf die Profite der Unternehmen auswirken. Auch unter der Annahme, dass Teile der Kosten an die Kunden weitergegeben werden können und ein ausgewogenes Szenario verabschiedet wird, könnten sich die Gewinne der Hersteller um durchschnittlich 2 bis 18 Prozent gegenüber den aktuellen Erwartungen der Finanzmärkte für 2009 reduzieren“, sagt Studienautor Arndt Ellinghorst, Head of Automotive Research bei Credit Suisse. „Wir gehen davon aus, dass die Mehrkosten durch die CO₂-Reduzierung und die damit verbundenen negativen Auswirkungen auf die Gewinne der europäischen Autohersteller ab 2008 eintreten und über einen Zeithorizont von fünf Jahren auf ihren vollen Betrag ansteigen werden.“

In welchem Ausmaß sich die CO₂-Reduktion auf die Profite der einzelnen Unternehmen auswirkt, hängt vor allem auch vom Segment und der Markenposition ab. „Am härtesten trifft es hier die Hersteller von Kleinwagen. Hier beträgt die Profitmarge lediglich 150 bis 400 Euro. Mit zusätzlichen Kosten für die Reduktion der CO₂-Emission zwischen 200 und 550 Euro pro Fahrzeug sind entsprechende Preisaufschläge nicht zu vermeiden und einige Segmente werden in die Verlustzone rutschen“, so Tischendorf: „Ähnliches gilt in nicht ganz so gravierendem Ausmaß für die Kompakt- und Mittelklasse. Selbst für Premium-Marken reicht die Profitabilität in einigen Segmenten nicht aus, um die CO₂-Reduktionskosten ohne eine Weitergabe an den Kunden zu kompensieren.“

Geringer Benzinverbrauch Chance für Hersteller

Ein positiver Effekt der CO₂-Reduktion kommt zudem den Autofahrern zugute: der durchschnittliche Kraftstoffverbrauch wird sich um etwa 25 Prozent verringern. Sobald der gesamte Fahrzeugbestand in etwa acht bis zehn Jahren erneuert sein wird, sparen die Autofahrer europaweit in Summe schätzungsweise 65 Milliarden Euro pro Jahr. „Aus unserer Sicht stellt gerade der rapide sinkende Verbrauch für die Hersteller eine vielversprechende Möglichkeit dar, die höheren Produktkosten durch höhere Fahrzeugpreise auszugleichen“, sagt Co-Autor Stephan Krubasik von A.T. Kearney: „Dies gilt ganz besonders für Fahrzeuge, die überwiegend von Vielfahrern gekauft oder geleast werden und für Premium-Marken, die eine geringere Preis-Elastizität aufweisen.“

Für die Autohersteller wird es zu einer zentralen Herausforderung, einen möglichst großen Teil der durch die CO₂-Regulierung entstehenden Mehrkosten auf die Kunden zu übertragen. Für die Hersteller ist es dabei am erfolgversprechendsten im Verkaufsprozess die Lebenszykluskosten eines Fahrzeugs zu betonen. Dies kann soweit gehen, dass heute existierende Full-Service-Leasing-Angebote hin zu einem „Pay per use“-Geschäftsmodell erweitert werden. Zusätzlich zur Betonung der ökonomischen Vorteile kommt die Herausforderung, emotionale Produkteigenschaften wie „Umweltfreundlichkeit“, „Innovation“ und „zusätzlicher Fahrspaß“ zu betonen, wie dies Toyota im Falle des Hybrids vorgemacht hat.

Über Credit Suisse

Als eine der weltweit führenden Banken bietet die Credit Suisse ihren Kunden Dienstleistungen in den Bereichen Investment Banking, Private Banking und Asset Management an. Sie offeriert Unternehmen, institutionellen Kunden und vermögenden Privatkunden weltweit sowie Retailkunden in der Schweiz fachspezifische Beratung, umfassende Lösungen und innovative Produkte. Die Credit Suisse ist in über 50 Ländern tätig und beschäftigt etwa 45 000 Mitarbeitende. Die Credit Suisse Group, die Muttergesellschaft der Credit Suisse, ist ein führendes, global tätiges Finanzdienstleistungsunternehmen mit Hauptsitz in Zürich. Die Namenaktien der Credit Suisse Group (CSGN) sind in der Schweiz sowie, in Form von American Depositary Shares (CS), in New York kotiert. Weitere Informationen über die Credit Suisse finden Sie unter www.credit-suisse.com.

Über A.T. Kearney

A.T. Kearney verbindet als eines der weltweit größten Top-Management-Beratungsunternehmen strategische Weitsicht mit operativer Erfahrung. Entscheider in Großkonzernen ebenso wie in mittelständischen Unternehmen aller Wirtschaftszweige sowie im öffentlichen Sektor nutzen unsere internationalen Beraterteams, um gemeinsam mit uns ihre Wettbewerbsfähigkeit nachhaltig zu steigern. A.T. Kearney wurde 1926 in Chicago gegründet und beschäftigt heute mehr als 2.500 Mitarbeiter in über 33 Ländern der Welt. Weitere Informationen finden Sie unter www.atkearney.de.

Kontakt für die Presse

Frank Schröder
Marketing & Communications
A.T. Kearney GmbH – Kaistraße 16A
D-40221 Düsseldorf
Tel: +49-211-1377 2272
Fax: +49-211-1377 2990
e-mail frank.schroeder@atkearney.com