

Düsseldorf, 18. September 2009

Grüne Welle für Autozulieferer

*A.T. Kearney-Studie „Nachhaltigkeit in der Zulieferindustrie“:
Nachhaltige Märkte wachsen bis 2020 fünf bis zehn Mal so stark wie der
Automobilgesamtmarkt. Jeder zehnte Europäische Zulieferer ist jedoch
vom Trend zur Nachhaltigkeit bedroht.*

Der anhaltenden Trend zur Nachhaltigkeit wirkt sich auf die Automobilzulieferindustrie sehr unterschiedlich aus: einige Zulieferer profitieren von wachsenden und profitablen Milliardenmärkten. Alleine der Markt für Batterien für Hybrid- und Elektrofahrzeuge wird bis 2020 global auf über 60 Milliarden anwachsen. Andere Unternehmen müssen durch den Trend um ihre Umsätze fürchten, da ihre Produkte nach und nach durch „grüne“ Alternativen ersetzt werden. So ist mindestens jeder zehnte Europäische Zulieferer langfristig durch den Nachhaltigkeitstrend gefährdet. Das geht aus der aktuellen Studie „Nachhaltigkeit in der Zulieferindustrie“ der Top-Managementberatung A.T. Kearney hervor. Darin wurden weltweit mehr als 100 Zulieferer in einer Delphi-Studie zu den Auswirkungen des Nachhaltigkeitstrends befragt und auf dieser Basis entsprechende Handlungsoptionen entwickelt.

Bis 2020 werden Komponentenmärkte die mit Verbrauchssenkung und Emissionsreduzierung in Zusammenhang stehen deutlich stärker wachsen als der Durchschnitt der Automobilindustrie. Dazu gehören insbesondere innovative Antriebskomponenten, wie zum Beispiel Turbolader (8% Wachstum pro Jahr bis 2020), Abgasnachbehandlung (11%) und Benzin-Direkteinspritzung (18%). „Die Stars der zukünftigen grünen Märkte sind diejenigen, die mit der Elektrifizierung in Zusammenhang stehen. So wird zum Beispiel der Markt für Batterien für Hybrid- und Elektrofahrzeuge im Mittel um 40% wachsen und in 2020 ein globales Volumen von über 60 Milliarden Euro erreichen“, so Dr. Götz Klink, Leiter der Automotive Practice und verantwortlich für die Studie. Ebenso vom Trend der Elektrifizierung profitiert der Markt für Start-Stopp-Systeme (31%) und Elektromotoren (32%). Die neuen Märkte wachsen dabei nicht nur stärker

als der Schnitt, sondern sind auch noch profitabler: während EBIT-Margen von 4 bis 8% typisch in der Zulieferindustrie sind, sind die „grünen“ Märkte oftmals doppelt so profitabel.

Europäische Zulieferer sind im Wettlauf um die Positionierung in den genannten Märkten gut positioniert und kämpfen darum ihrer Position auszubauen. „Während die Ausgaben für Forschung und Entwicklung durch die Krise im Schnitt um mehr als 10% reduziert wurden, blieben die Budgets für nachhaltige Produkte oftmals unangetastet oder sind sogar gestiegen“, so Stephan Krubasik von A.T. Kearney. Auch im bisher noch zu 90% von Asiaten dominierten Batteriemarkt wollen die Europäer zukünftig erfolgreich mitspielen. „In Deutschland sind einige der größten Elektronik-, Chemie- und Automobilkonzerne beheimatet. Das bildet eine starke Basis für den erfolgreichen Einstieg ins automobiler Batteriegeschäft“, so Krubasik.

„Grün“ birgt auch Risiken für Zulieferer

Nicht alle Zuliefererbranchen werden jedoch von der „Grünen Welle“ getragen, einige sehen ihren Umsatz erheblich bedroht. Der anhaltende „Downsizingtrend“ beispielsweise – also der Trend zu kleineren, aufgeladeneren – Motoren führt zu einer Schrumpfen der Märkte klassischer Motorkomponenten, wie Kolben, Wellen und Gehäuseteile. Reine Elektrofahrzeuge machen Verbrennungsmotoren sogar gänzlich überflüssig oder benötigen als „Plug-in Hybride“, also Elektrofahrzeuge mit Generator, nur noch stark verkleinerte und vereinfachte Motoren. Auch wenn diese beiden Fahrzeugklassen selbst in 2020 nur etwa jedes zehnte neu verkaufte Fahrzeug ausmachen, bedrohen sie langfristig die Märkte für klassische Motorkomponenten erheblich. Zusätzlich steigt der Kostendruck auf Produkte, die nicht direkt der Nachhaltigkeit von Fahrzeugen dienen. „Die Fahrzeugkosten steigen durch die nachhaltigen Technologien enorm an und können nur teilweise an den Kunden weitergegeben werden. So sind die Antriebsstrangkosten in den letzten 5 Jahren um etwa 20% bis 30% gestiegen. Diese Mehrkosten müssen die Hersteller an anderer Stelle kompensieren“, so Klink. In der durchgeführten Studie geben 20% der befragten Europäischen Zulieferer an, ihr Unternehmen sei durch den Nachhaltigkeitstrend negativ beeinflusst. Etwa jeder zehnte Zulieferer ist durch den Trend gefährdet erhebliche Umsatzrückgänge zu erleiden, wenn das Portfolio nicht mittelfristig umstrukturiert wird.

Individuelle Nachhaltigkeitsstrategien

In Europa sind einige der zukünftigen „Grünen Konsolidierer“ beheimatet, also große Unternehmen, die dazu mit ihren Produkten hervorragend aufgestellt sind. Diese positionieren sich sowohl durch Verbesserung der eigenen Produkte als auch durch Übernahmen und Kooperationen aggressiv in nachhaltigen Märkten. „Die großen Europäischen Spieler werden zu den

Gewinnern des Nachhaltigkeitstrends gehören“, so Klink. Ebenfalls gewinnen werden kleinere „Grüne Nischenspieler“, die als Spezialisten für Verbrauchs- und Emissionsreduzierung profitieren können. Die Unternehmen im Bereich Abgasnachbehandlung sind beispielsweise durch die immer strenger werdenden Emissionsgesetzgebungen gut positioniert. Für diese Unternehmen gilt es vor allem, in den entsprechenden Märkten eine kritische Größe zu erreichen um die innovativen Produkte zu wettbewerbsfähigen Kosten anbieten zu können. Für Unternehmen, deren Produkte vom Nachhaltigkeitstrend gefährdet sind, gilt es durch ein stringentes Management der Produktkosten Profitabilität sicherzustellen. „Einige der Zulieferer werden langfristig jedoch nicht umhinkommen, ihr Portfolio zu überdenken“, so Klink.

Über A.T. Kearney

A.T. Kearney verbindet als eines der weltweit führenden 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 2.700 Mitarbeiter in über 30 Ländern der Welt.

Weitere Informationen finden Sie unter www.atkearney.de

Pressekontakt

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