

PRESSEMITTEILUNG

8. September 2019

CO₂-Grenzwerte: Autoindustrie bringt bis 2025 über 300 neue E-Autos auf den Markt

- Hersteller müssten 2021 mehr als zwei Millionen E-Autos in Europa verkaufen, um Milliardenstrafen zu vermeiden
- Seit 2014 mehr als 250 Kooperationen in der Branche geschlossen

DÜSSELDORF. Unruhige Zeiten für die Autoindustrie: Eine weltweit nachlassende Autokonjunktur, Handelskonflikte sowie der Übergang in die Elektromobilität drohen zu einem perfekten Sturm zu werden. Schon jetzt finden sich in den Bilanzen vieler Hersteller und Zulieferer starke Bremsspuren. Bis 2021 müssten die Hersteller zum Erreichen der CO₂-Ziele in der Europäischen Union mehr als zwei Millionen E-Autos verkaufen – 2018 wurden lediglich 200.000 E-Autos abgesetzt. Werden die Flottengrenzwerte verfehlt, drohen Strafzahlungen von über 15 Milliarden Euro. Um dieses Extremszenario zu vermeiden, hat die Branche reagiert: Bis 2025 bringen die Hersteller mehr als 300 neue batterieelektrische Autos auf den Markt. Dies geht aus der neuen Studie „Mastering new mobility“ hervor, die McKinsey & Company zur IAA 2019 in Frankfurt veröffentlicht.

Die Autohersteller haben 2018 mit rund 120 Milliarden Euro Gesamtgewinn und einer EBIT-Rendite von 6,3% erneut Rekorde eingefahren – seitdem hat sich die Konjunktur jedoch massiv eingetrübt. „Die Industrie hat aktuell viele Baustellen, die sie gleichzeitig bearbeiten muss. Sie muss als Reaktion auf die abkühlende Autokonjunktur die Kosten weiter senken und gleichzeitig massiv in E-Mobilität, Connectivity und autonomes Fahren investieren“, sagt Andreas Tschiesner, Leiter der europäischen Automobilberatung von McKinsey.

In Europa fehlen 400.000 öffentliche Ladestationen

Dass die Branche ihr Geschäftsmodell inzwischen massiv verändert, zeigt ein Blick auf die Investitionen in E-Mobilität: Mehr als 275 Milliarden Euro wurden bereits in modulare Plattformen und neue Modelle gesteckt. Knapp 60 batterieelektrische Modelle sind für 2020 angekündigt, 45 weitere für 2021 und 61 Modelle für 2022 – die meisten davon noch im Segment der mittleren und großen Fahrzeuge. Tschiesner: „In den größeren Segmenten fällt es Herstellern tendenziell leichter, positive Deckungsbeiträge zu erzielen.“ Neben einer Kostensenkung, vor allem bei der Batterie, müsse auch die Lieferkette neu organisiert werden. Für über zwei Millionen E-Autos benötige Europa eine Batteriekapazität von etwa 110 Gigawattstunden (GWh). Aktuell liegt sie bei 25 GWh. Zusätzlich, so Tschiesner, müssten bessere Rahmenbedingungen geschaffen werden, damit die E-Mobilität den Durchbruch schaffe. So mache sich jeder zweite Kunde Sorgen um die Reichweite und Ladeinfrastruktur. Bis zu 400.000 öffentliche Ladestationen fehlen in Europa.

Die Studie nennt einen weiteren Erfolgsfaktor für den Übergang von der Auto- zur Mobilitätsindustrie: Kooperationen. „Zusammenarbeit ist für die Autoindustrie eigentlich nichts Neues“, erläutert Timo Möller, Leiter des McKinsey Center for Future Mobility. „Doch um technologisch auch in neuen Feldern wie Software, künstlicher Intelligenz oder digitalen Angeboten mit den Digitalkonzernen mitzuhalten, müssen sich Autohersteller und -zulieferer noch stärker öffnen.“ Seit 2014 haben die Hersteller (OEMs) mehr als 250 Kooperationen geschlossen – mit 94 die meisten noch in klassischen Feldern wie dem Verbrennungsmotor. Doch auch die notwendigen Investitionen in E-Mobilität lassen sich auf mehreren Schultern leichter stemmen: Hier gibt es bereits 65 Kooperationen, 26 davon zwischen den Autoherstellern. 15 Zulieferer entwickeln bereits E-Achsen – also eine fertige Einheit aus Achse, Motor und Getriebe - die sie den Herstellern als Komplettlösung anbieten können. In den Themenfeldern Connectivity, autonomes Fahren und Shared Mobility überwiegt bei Autoherstellern hingegen die Zusammenarbeit mit Technologiekonzernen. Möller: „An die Stelle der klassischen Beziehung zwischen Zulieferern und Herstellern werden in Zukunft Mobilitäts-Ökosysteme treten, in denen sich die klassische Autoindustrie und die Digitalkonzerne auf Augenhöhe begegnen werden.“

Die Studie steht zum Download zur Verfügung unter: mck.de/iaa2019

Über McKinsey

McKinsey & Company ist die in Deutschland und weltweit führende Unternehmensberatung für das Topmanagement. In partnerschaftlicher Zusammenarbeit mit den Klienten bietet McKinsey unter anderem strategische Beratung, digitale Transformation, Talententwicklung, Risikomanagement, Marketing, Design, Prozessoptimierung und funktionale Exzellenz für Privatunternehmen, öffentliche Einrichtungen und soziale Organisationen. Zu den Klienten zählen 28 der 30 DAX-Konzerne. In Deutschland und Österreich ist McKinsey mit Büros an den Standorten Berlin, Düsseldorf, Frankfurt am Main, Hamburg, Köln, München, Stuttgart und Wien aktiv, weltweit mit über 120 Büros in 65 Ländern. Gegründet wurde McKinsey 1926, das deutsche Büro 1964. Globaler Managing Partner ist Kevin Sneader, für Deutschland und Österreich zuständig ist seit 2014 Cornelius Baur.

Erfahren Sie mehr unter: <https://www.mckinsey.de/uber-uns>

Sie haben Rückfragen? Wenden Sie sich bitte an:

Martin Hattrup-Silberberg, Telefon 0211 136-4516,
E-Mail: martin_hattrup-silberberg@mckinsey.com
www.mckinsey.de/news

Alle Pressemitteilungen im Abo unter <https://www.mckinsey.de/news/kontakt>