

PRESSEMITTEILUNG

4. Januar 2016

Autoindustrie: Langfristiger Wachstumskurs ist intakt – aber Erlösquellen verändern sich

McKinsey-Studie: Umsätze der weltweiten Autoindustrie können sich bis 2030 auf 6,7 Billionen Dollar fast verdoppeln – Wachstumsraten im traditionellen Fahrzeugverkauf schwächer – Neue Mobilitätsangebote können dies überkompensieren und machen in 15 Jahren fast ein Viertel des Gesamtumsatzes aus

DÜSSELDORF. Der Umsatz der weltweiten Automobilindustrie kann von heute jährlich 3,5 Billionen auf 6,7 Billionen Dollar im Jahr 2030 steigen. Die jährliche Wachstumsrate würde sich damit von derzeit 3,6 auf 4,4 Prozent im Jahr erhöhen. Neue Mobilitätsangebote und Konnektivitätsdienste sind der Motor dieser Entwicklung: Mit 1,5 Billionen Dollar Umsatzpotenzial können diese 2030 bereits fast ein Viertel des Gesamtumsatzes der Branche ausmachen. Das Umsatzwachstum aus dem Fahrzeugverkauf wird sich hingegen auf rund 2 Prozent pro Jahr halbieren. Dies sind die wichtigsten Ergebnisse einer aktuellen Studie der Unternehmensberatung McKinsey & Company. Die Analyse basiert auf einem gemeinsamen Forschungsprojekt mit der Stanford University.

Neue Wettbewerber setzen Industrie unter Druck

„Die Umbrüche in der Automobilindustrie sind heute schon spürbar“, sagt Detlev Mohr, Leiter der europäischen Automobilberatung bei McKinsey. „Vernetztes Fahren, die Elektrifizierung des Antriebs und neue Mobilitätskonzepte stellen die traditionellen Autohersteller vor neue Herausforderungen. Unsere Studie zeigt jedoch, dass sich das Branchenwachstum insgesamt noch beschleunigen kann – vor allem durch neue Geschäftsfelder wie Carsharing und Infotainmentangebote im Auto. Noch ist nicht entschieden, in welchem Maße sich traditionelle Hersteller oder neue Anbieter diese zusätzlichen Erlöse sichern können.“

Während der klassische Fahrzeugverkauf in etablierten Märkten wie Europa und Nordamerika der Studie zufolge stagnieren wird, bieten andere Regionen weiterhin großes Potenzial. 2030 werden in Asien und weiteren Wachstumsmärkten bis zu 75 Mio. Fahrzeuge verkauft – 28 Mio. Einheiten mehr als 2015. Detlev Mohr: „Um dieses Potenzial zu nutzen, müssen Hersteller die Fahrzeugmärkte bis hinunter auf Städteebene besser verstehen. Mittelfristig wird der Automarkt in New York dem in Shanghai ähnlicher sein als dem im ländlichen Kansas.“

Folgende Trends werden die Autoindustrie McKinsey zufolge bis 2030 prägen:

- **Autonomes Fahren:** Im Bestfall, wenn die noch bestehenden regulatorischen Hürden im Gleichschritt mit der technischen Entwicklung der Sicherheit ausgeräumt werden, könnten bis zu 15 Prozent der Neufahrzeuge im Jahr 2030 komplett autonom fahren. Schon heute stehen viele Autofahrer dieser Technologie aufgeschlossen gegenüber. Die stärkere Verbreitung innovativer Fahrassistenzsysteme kann helfen, die Kunden Schritt für Schritt ans autonome Fahren heranzuführen.
- **Mobilitätsangebote:** Heutige Autos werden meist für unterschiedlichste Einsatzgebiete verwendet – vom täglichen Pendeln über kurze Fahrten zum Shopping in die Stadt bis hin zur längeren Urlaubsreise. In Zukunft werden die Kunden maßgeschneiderte Lösungen für jedes Einsatzgebiet verlangen – zum Beispiel über Carsharing. Jedes zehnte verkaufte Fahrzeug im Jahr 2030 könnte ein geteiltes Auto sein.
- **Elektrifizierung:** Strengere Emissionsvorschriften, bessere Ladeinfrastruktur und niedrigere Batteriepreise werden die Verkäufe von E-Fahrzeugen weiter ankurbeln. In einem optimistischen Szenario – mit regulatorischer Förderung und steigendem Kundeninteresse – dürfte nach den Prognosen von McKinsey 2030 jedes zweite Neufahrzeug einen (teil-)elektrischen Antrieb haben. Auch hier werden sich regional unterschiedliche Märkte herausbilden: In großen Städten werden E-Autos eine sehr viel größere Rolle spielen als auf dem Land.

„Die Herausforderungen für traditionelle Hersteller sind enorm“, sagt Dominik Wee, Co-Autor der Studie und McKinsey-Partner in München. „Die langfristigen Trends und Kundenwünsche zwingen sie, an vielen Fronten gleichzeitig aktiv zu werden.“ Um das finanziell schultern zu können, sind Kooperationen eine attraktive Option – entweder mit anderen Herstellern oder Technologieunternehmen. Wee: „Autohersteller sollten ein eigenes Ökosystem rund ums Auto aufbauen und langfristig zu einem integrierten Mobilitätsdienstleister werden.“

Über McKinsey

McKinsey & Company ist die in Deutschland und weltweit führende Unternehmensberatung für das Topmanagement. 26 der 30 DAX-Konzerne zählen aktuell zu den Klienten. 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 100 Büros in mehr als 60 Ländern.

Für weitere Informationen wenden Sie sich bitte an:
Martin Hattrup-Silberberg, Telefon 0211 136-4516,

E-Mail: martin_hattrup-silberberg@mckinsey.com
www.mckinsey.de/medien

Alle Pressemitteilungen im Abo auf Twitter: [@McKinsey_de](https://twitter.com/McKinsey_de)