

strategy&

Stimmungsbarometer Automotive 2020


Befragung von Managern der Automobilbranche








März 2020




Agenda

B2B-Umfrage „Stimmungsbarometer Automotive 2020“

1. Zusammenfassung 

2. Ergebnisse 
 - Wirtschaftliche und politische Herausforderungen 
 - Elektromobilität 
 - Antriebstechnologien 
 - Innovationen und Neuentwicklungen 
 - Kooperationen 
 - Frauen in Führungspositionen 

3. Über die Studie 

Zusammenfassung

Herausforderungen der Automobilbranche: Klimawandel und globaler Wettbewerb

Der **Klimawandel** ist in diesem Jahr das **Top-Thema unter den Managern der Automobilindustrie**. Mehr als drei Viertel sehen in ihm und seinen Folgen nicht nur in diesem Jahr die größte Herausforderung, sondern gehen auch für die kommenden fünf Jahre davon aus, dass **Regulatorik** sowie der **öffentliche Druck** die Automobilindustrie maßgeblich bestimmen werden. ►

Eine weitere Herausforderung ist der **steigende globale Wettbewerb**. ► China spielt hierbei eine große, aber nicht unumstrittene Rolle. Hersteller spüren die Entwicklungen des chinesischen Marktes am stärksten: Rund zwei Drittel erwarten Umsatzauswirkungen von über 10 %. ► **Beteiligungen chinesischer Investoren** werden hingegen eher als Gefahr denn als Chance für die deutsche Automobilbranche gesehen. ► Der Einfluss von neuen Wettbewerbern auf das **Wertelabel „Made in Germany“** wird kontrovers diskutiert: Mehr als die Hälfte der befragten Führungskräfte sieht das Qualitätsmerkmal durch ausländische Wettbewerber geschwächt. ►

Zusammenfassung

Zusammenarbeit und Innovationsdruck bei neuen Antriebstechnologien

Branchenübergreifende Kooperationen spielen für die Unternehmen eine wichtige Rolle (91 %), besonders im Bereich alternativer Antriebstechnologien. ► Zulieferer sehen im Vergleich zu Autobauern eher ein Muss für Kooperationen bei der Brennstoffzellentechnologie und einer umweltschonenderen Weiterentwicklung der Verbrennungsmotoren. ►

Elektromobilität, die Brennstoffzellen- und die Batterietechnologie werden von den Managern derzeit als die drei **Bereiche mit dem größten Innovationsdruck** eingestuft. ► Sechs von zehn befragten Führungskräften räumen **Start-ups** in diesem Bereich daher **gute Erfolgchancen** ein. ► Insgesamt sehen die Befragten ihre **Unternehmen** recht **gut auf die unterschiedlichen Anforderungen vorbereitet**, besonders im Bereich elektrischer Antriebe. ► Hersteller und Handel sind nach eigener Meinung zudem noch besonders gut im Bereich der vernetzten Mobilität aufgestellt. ►

Zusammenfassung

Offenheit für neue Technologien und kritische Haltung gegenüber Diversität

Den **Fokus** der deutschen Industrie und der Öffentlichkeit **auf die batteriebetriebene Elektromobilität kritisieren** die befragten Führungskräfte. Mehr als acht von zehn Automanagern wünschen sich sowohl von den Herstellern als auch von der Politik eine **technologieoffenere Unterstützung der Elektromobilität**. ► Besonders die Zuliefererindustrie drängt auf ein stärkeres Vorantreiben der **Brennstoffzellentechnologie**. ► Allerdings gehen knapp zwei Drittel der Befragten nicht davon aus, dass die alternativen Antriebstechnologien den Verbrennungsmotor jemals vollständig ablösen werden. ►

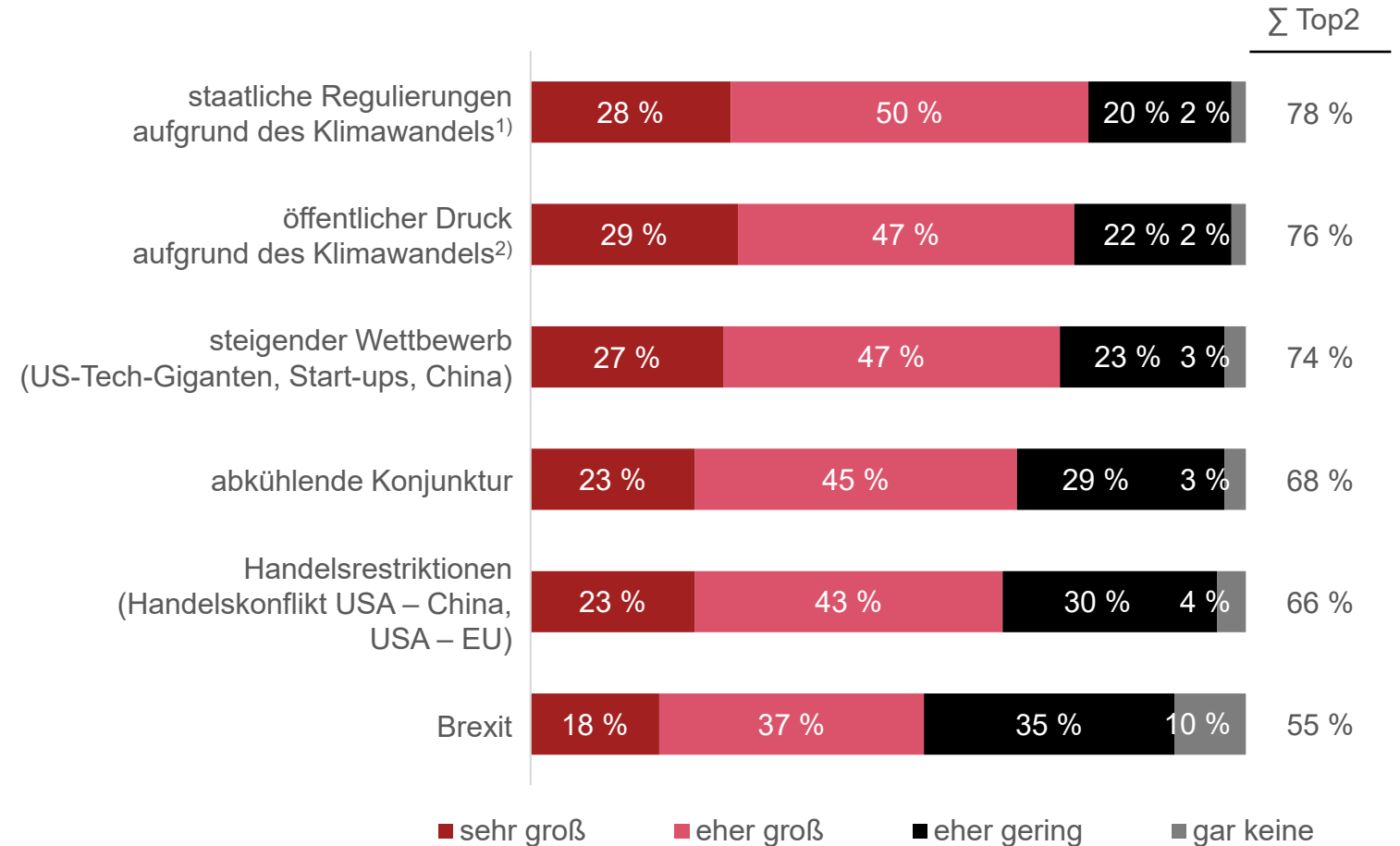
Knapp die Hälfte der Führungskräfte begrüßen mehr **Frauen in den Chefetagen der Automobilindustrie**. Mehr als jede dritte Führungskraft im Automobilsektor steht einem höheren Frauenanteil in den Führungsetagen aber nach wie vor **skeptisch gegenüber**. ► Vor allem Autobauer und Handel sehen einen höheren Frauenanteil in den Chefetagen der Automobilbranche als Hemmnis für die strategische Ausrichtung. ►

Ergebnisse

Wirtschaftliche und politische Herausforderungen

Auswirkungen auf die Unternehmen in 2020

Die Folgen des Klimawandels, sei es durch staatliche Regulierungen oder den öffentlichen Druck, stellen für mehr als drei Viertel der Automanager die größte Herausforderung in diesem Jahr dar.



Frage 1a: Wie schätzen Sie die (positiven wie negativen) Auswirkungen der folgenden wirtschaftlichen und politischen Herausforderungen auf Ihr Unternehmen in diesem Jahr ein?

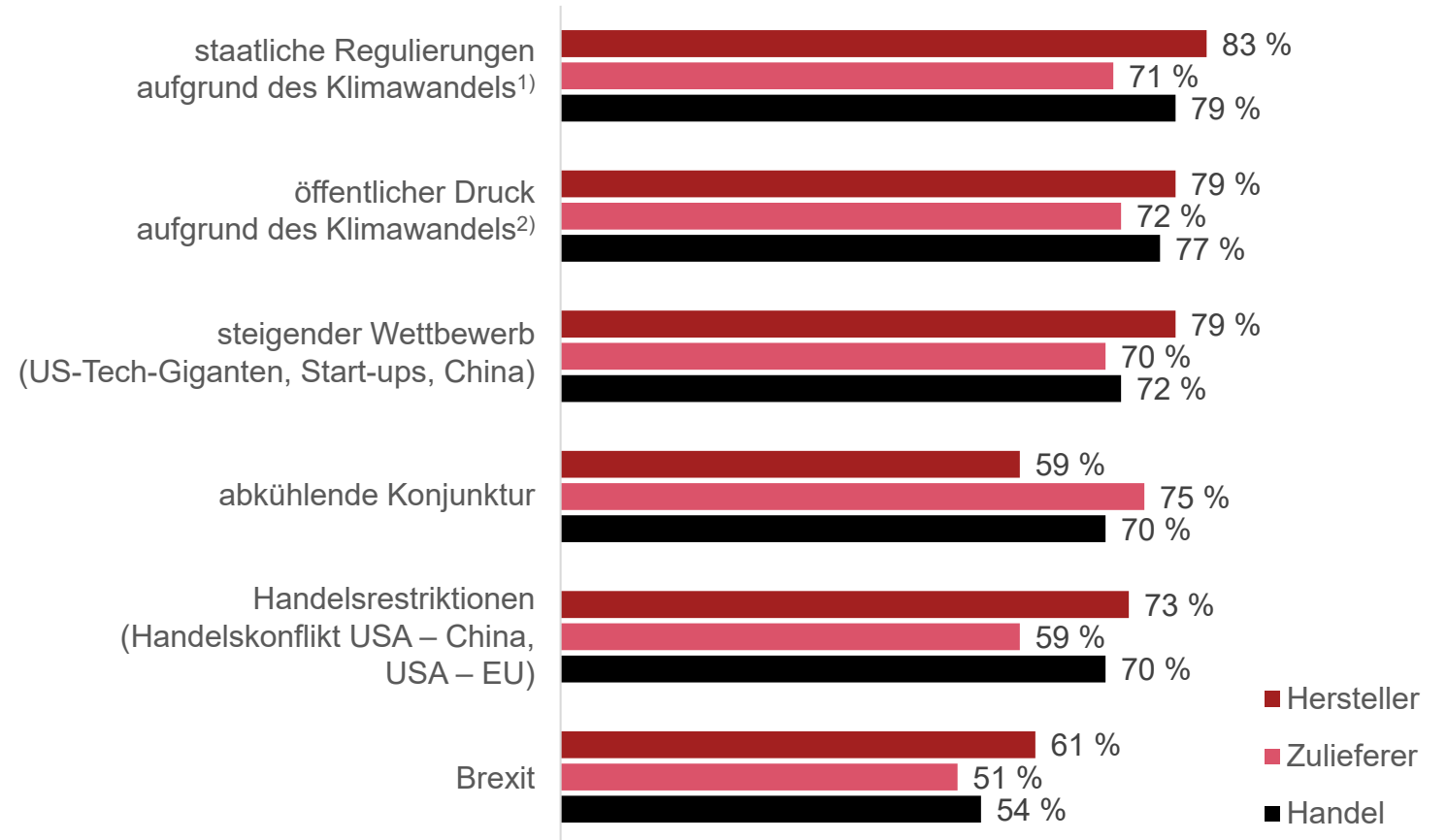
Basis: Manager der Automobilbranche (Hersteller, Zulieferer, Handel), N = 210 (skalierte Abfrage; sortiert nach Top2)

Wirtschaftliche und politische Herausforderungen

Auswirkungen auf die Unternehmen in 2020

Zuliefererbetriebe erwarten durch die sich abkühlende Konjunktur die größten Auswirkungen auf ihr Unternehmen in diesem Jahr.

Top2: sehr große bzw. eher große Auswirkungen in diesem Jahr



Frage 1a: Wie schätzen Sie die (positiven wie negativen) Auswirkungen der folgenden wirtschaftlichen und politischen Herausforderungen auf Ihr Unternehmen in diesem Jahr ein?

Basis: Manager der Automobilbranche, Hersteller: N = 66, Zulieferer: N = 87, Handel: N = 57 (skalierte Abfrage; hier ausgewiesen: Top2)

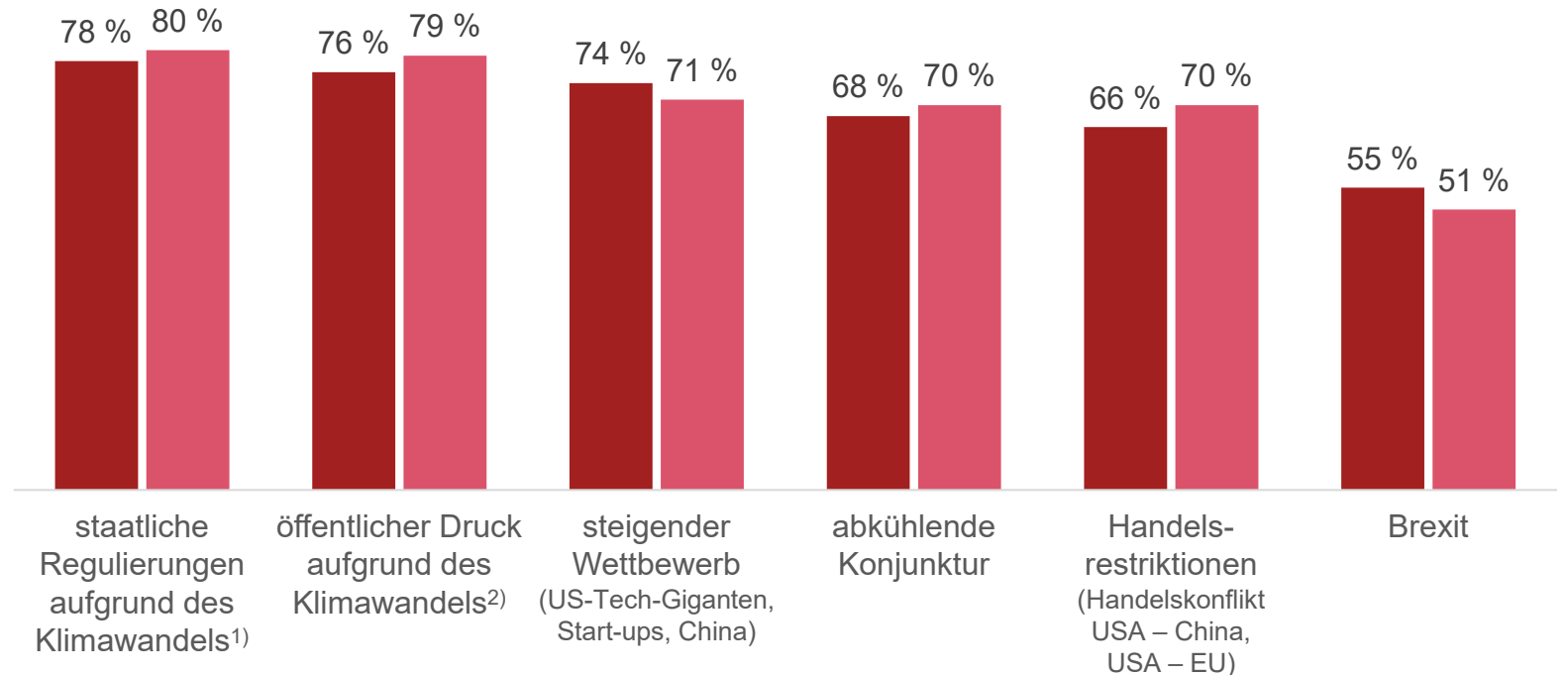
Wirtschaftliche und politische Herausforderungen

Auswirkungen auf die Unternehmen in diesem Jahr und in den kommenden fünf Jahren

Nach Einschätzung der Auto-
manager werden auch in den
kommenden fünf Jahren
regulatorische Maßnahmen wie
neue CO₂-Grenzen und der
öffentliche Druck, den
Klimawandel voranzutreiben, die
Automobilindustrie maßgeblich
bestimmen.

Top2: sehr große bzw. eher große Auswirkungen ...

■ in diesem Jahr ■ in den kommenden fünf Jahren



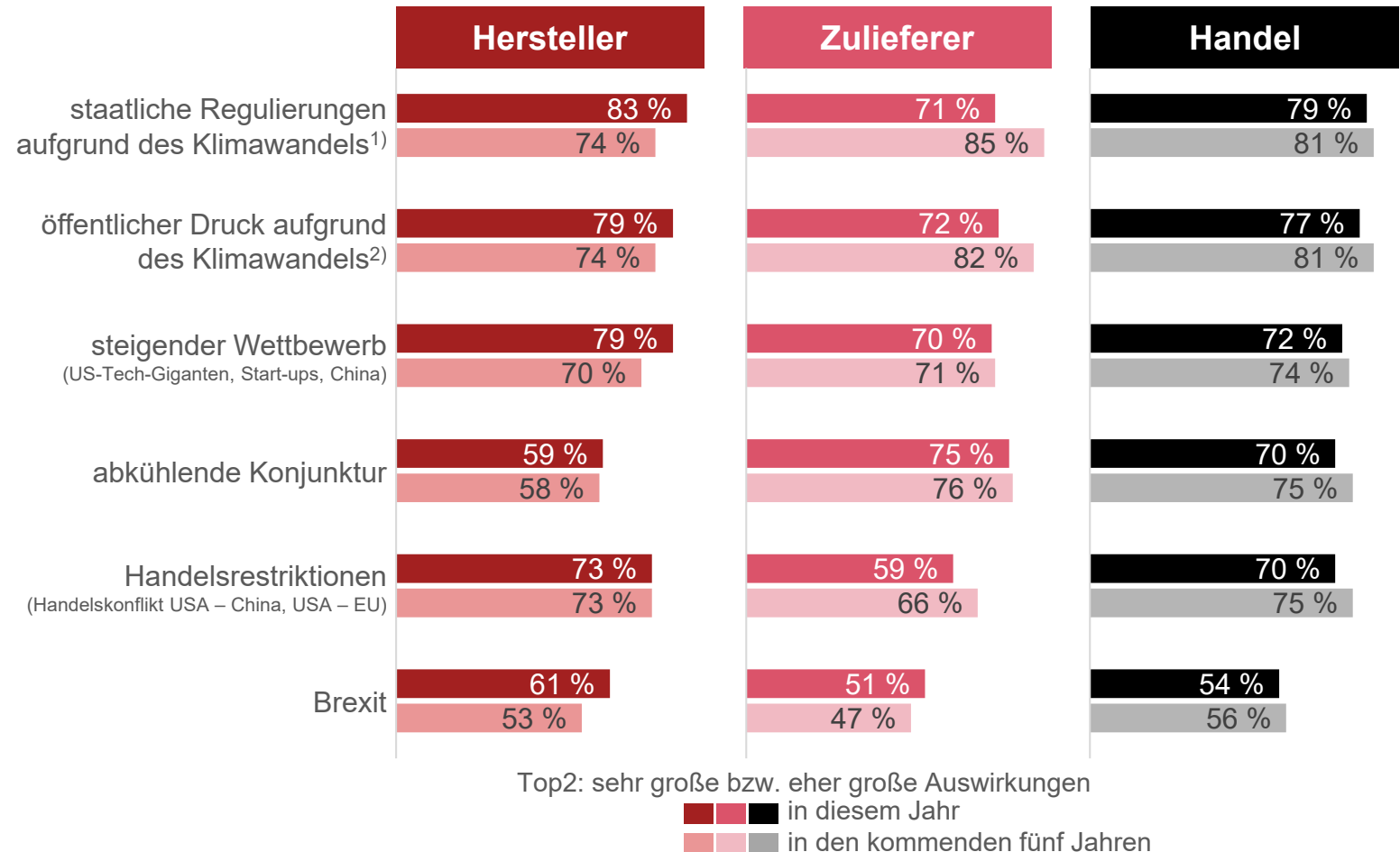
Frage 1a/b: Wie schätzen Sie die (positiven wie negativen) Auswirkungen der folgenden wirtschaftlichen und politischen Herausforderungen auf Ihr Unternehmen ein? Bitte trennen Sie Ihre Einschätzung nach den Auswirkungen in diesem Jahr und den Auswirkungen in den kommenden fünf Jahren. Basis: Manager der Automobilbranche, N = 210 (skalierte Abfrage; hier ausgewiesen: Top2: sehr große bzw. eher große Auswirkungen)

Wirtschaftliche und politische Herausforderungen

Auswirkungen auf die Unternehmen in diesem Jahr und in den kommenden fünf Jahren

Zuliefererbetriebe rechnen durch die Folgen des Klimawandels und drohender Handelsrestriktionen in den kommenden fünf Jahren mit verstärkten Auswirkungen auf ihr Unternehmen.

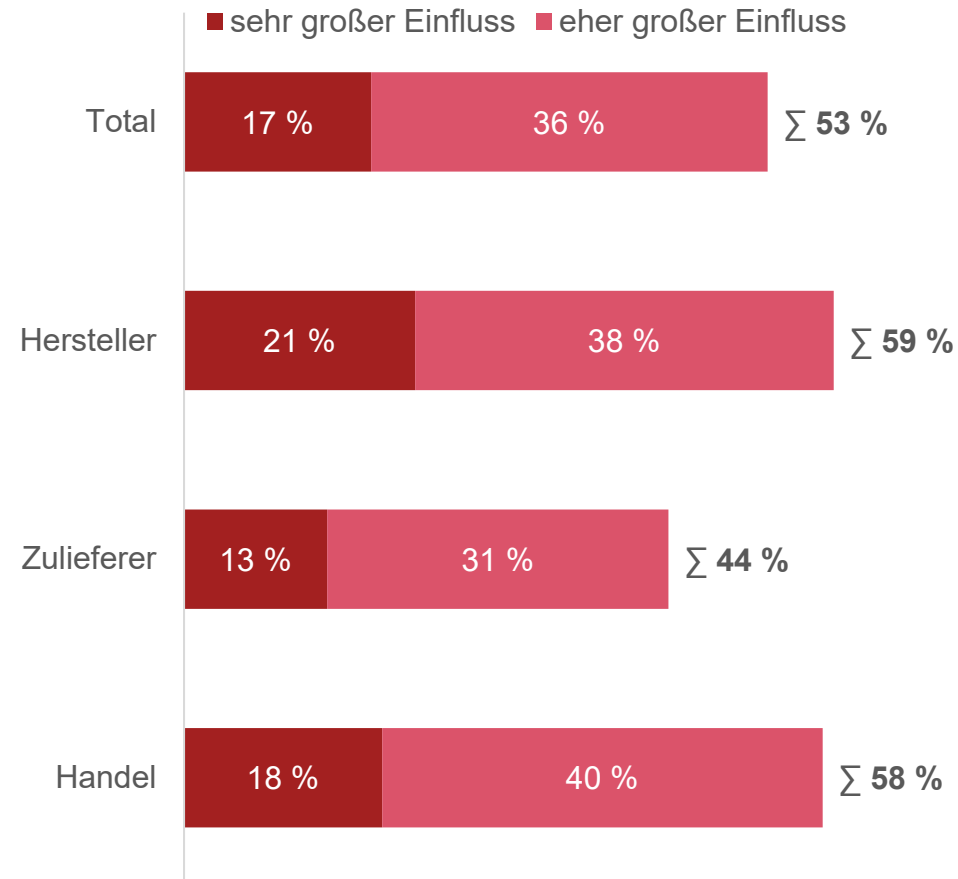
Frage 1a/b: Wie schätzen Sie die (positiven wie negativen) Auswirkungen der folgenden wirtschaftlichen und politischen Herausforderungen auf Ihr Unternehmen ein? Bitte trennen Sie Ihre Einschätzung nach den Auswirkungen in diesem Jahr und den Auswirkungen in den kommenden fünf Jahren. Basis: Manager der Automobilbranche, Hersteller: N = 66, Zulieferer: N = 87, Handel: N = 57 (skalierte Abfrage; hier ausgewiesen: Top2: sehr große bzw. eher große Auswirkungen)



Wirtschaftliche und politische Herausforderungen

Einfluss des Brexits auf die Entwicklung in der Automobilbranche

Zulieferer erwarten einen weniger starken Einfluss des Brexits auf die Branchenentwicklung als Hersteller oder Handel.

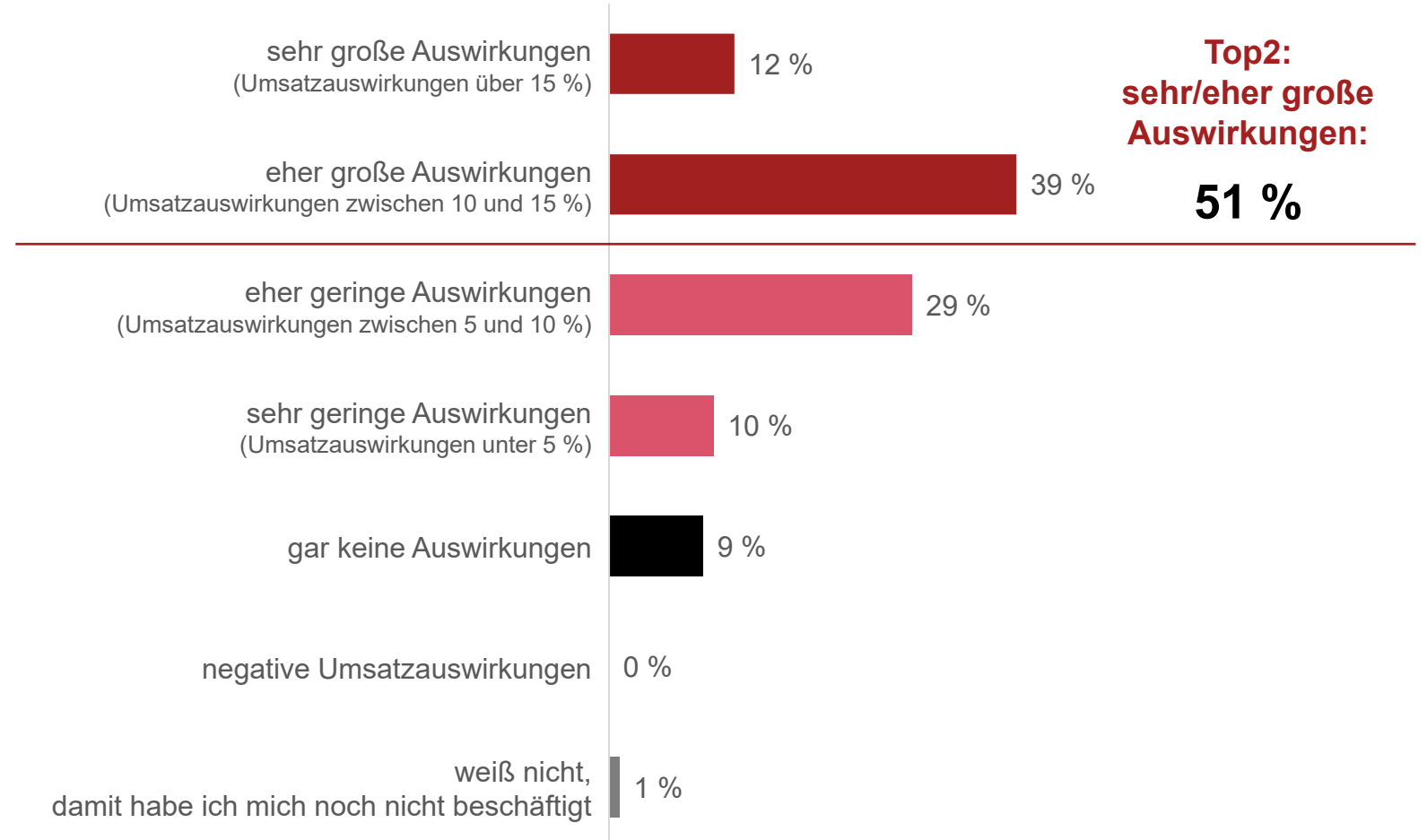


Frage 13: Wie bewerten Sie den Einfluss des Brexits auf die Geschäftsentwicklung in der Automobilbranche? Basis: Manager der Automobilbranche, Hersteller: N = 66, Zulieferer: N = 87, Handel: N = 57 (skalierte Abfrage; hier ausgewiesen: Top2: sehr großer bzw. eher großer Einfluss)

Wirtschaftliche und politische Herausforderungen

Auswirkungen der Entwicklung des chinesischen Marktes auf das eigene Unternehmen

Für jedes zweite Unternehmen hat die Entwicklung des chinesischen Automobilmarktes Umsatzauswirkungen von über 10 % auf das eigene Unternehmen.



Frage 6: Der chinesische Markt ist weltweit der größte Automobilmarkt. Mercedes-Benz, BMW und Audi verkauften in China im November 2019 13 % mehr als im Vorjahresmonat. Wie sehr wirkt sich die Entwicklung des chinesischen Marktes auf Ihr Unternehmen aus? Basis: Manager der Automobilbranche (Hersteller, Zulieferer, Handel), N = 210 (Einfachnennung)

Wirtschaftliche und politische Herausforderungen

Auswirkungen der Entwicklung des chinesischen Marktes auf das eigene Unternehmen

Hersteller sind besonders stark von der Entwicklung des chinesischen Marktes betroffen. Zwei Drittel erwarten Umsatzauswirkungen von mehr als 10 %.

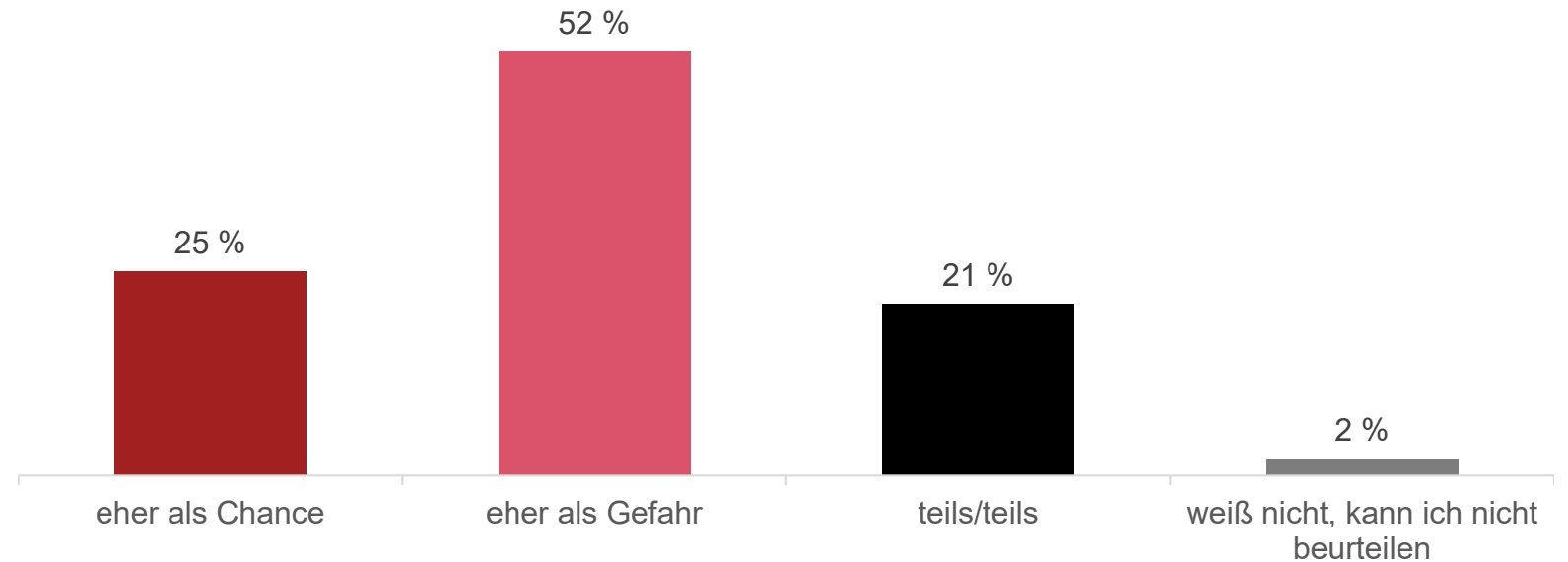
Frage 6: Der chinesische Markt ist weltweit der größte Automobilmarkt. Mercedes-Benz, BMW und Audi verkauften in China im November 2019 13 % mehr als im Vorjahresmonat. Wie sehr wirkt sich die Entwicklung des chinesischen Marktes auf Ihr Unternehmen aus? Basis: Hersteller: N = 66 bzw. Zulieferer: N = 87 (Einfachnennung)

	Hersteller	Zulieferer
Basis	66	87
sehr große Auswirkungen (Umsatzauswirkungen über 15 %)	15 %	7 %
eher große Auswirkungen (Umsatzauswirkungen zwischen 10 und 15 %)	50 %	31 %
eher geringe Auswirkungen (Umsatzauswirkungen zwischen 5 und 10 %)	20 %	42 %
sehr geringe Auswirkungen (Umsatzauswirkungen unter 5 %)	9 %	9 %
gar keine Auswirkungen	5 %	9 %
negative Umsatzauswirkungen	1 %	0 %
weiß nicht, damit habe ich mich noch nicht beschäftigt	0 %	2 %
Top2: sehr bzw. eher große Auswirkungen	65 %	38 %

Wirtschaftliche und politische Herausforderungen

Beteiligungsoffensive chinesischer Investoren

Beteiligungen von chinesischen Investoren werden eher als Gefahr denn als Chance für die deutsche Automobilbranche gesehen.

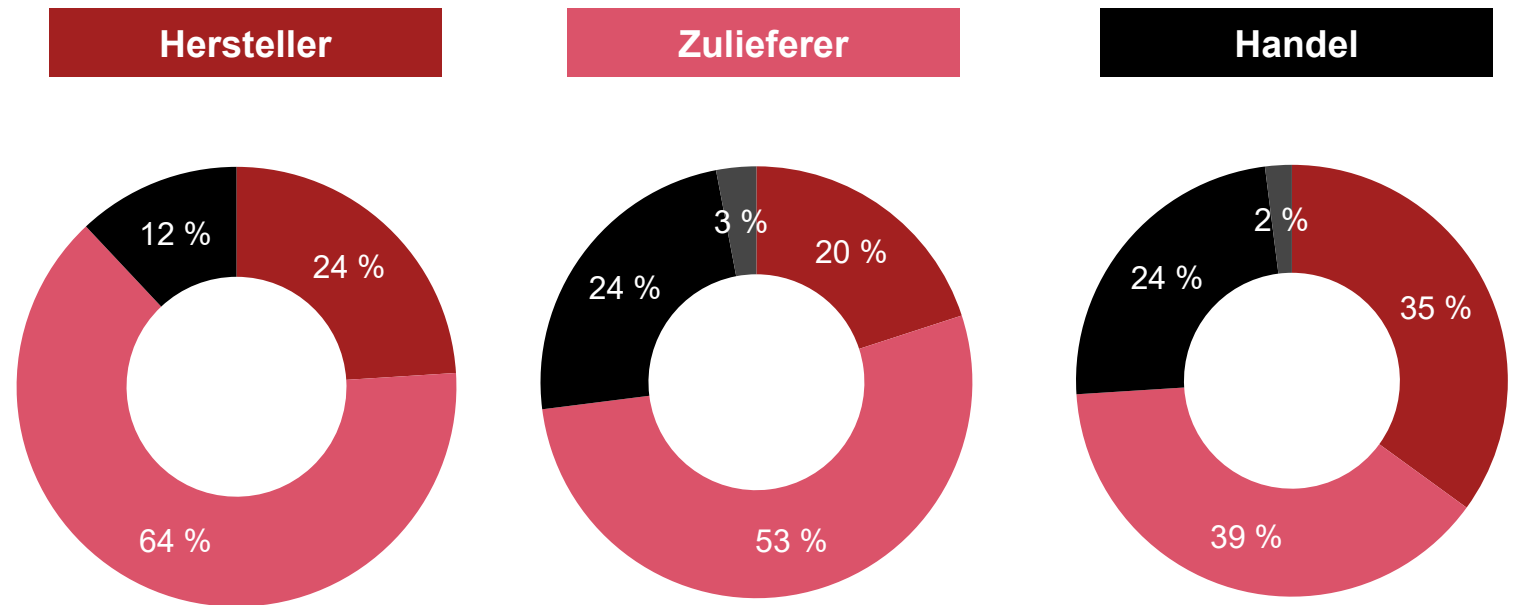


Frage 14: Wie bewerten Sie die Beteiligungsoffensive chinesischer Investoren in deutsche Unternehmen? Sehen Sie diese eher als Gefahr oder als Chance für die Automobilbranche? Basis: Manager der Automobilbranche (Hersteller, Zulieferer, Handel), N = 210 (Einfachnennung)

Wirtschaftliche und politische Herausforderungen

Beteiligungsoffensive chinesischer Investoren

Knapp zwei Drittel der Automobilhersteller sehen in chinesischen Investoren eine Gefahr für die Branche.



Ich sehe die Beteiligungsoffensive chinesischer Investoren in deutsche Unternehmen ...

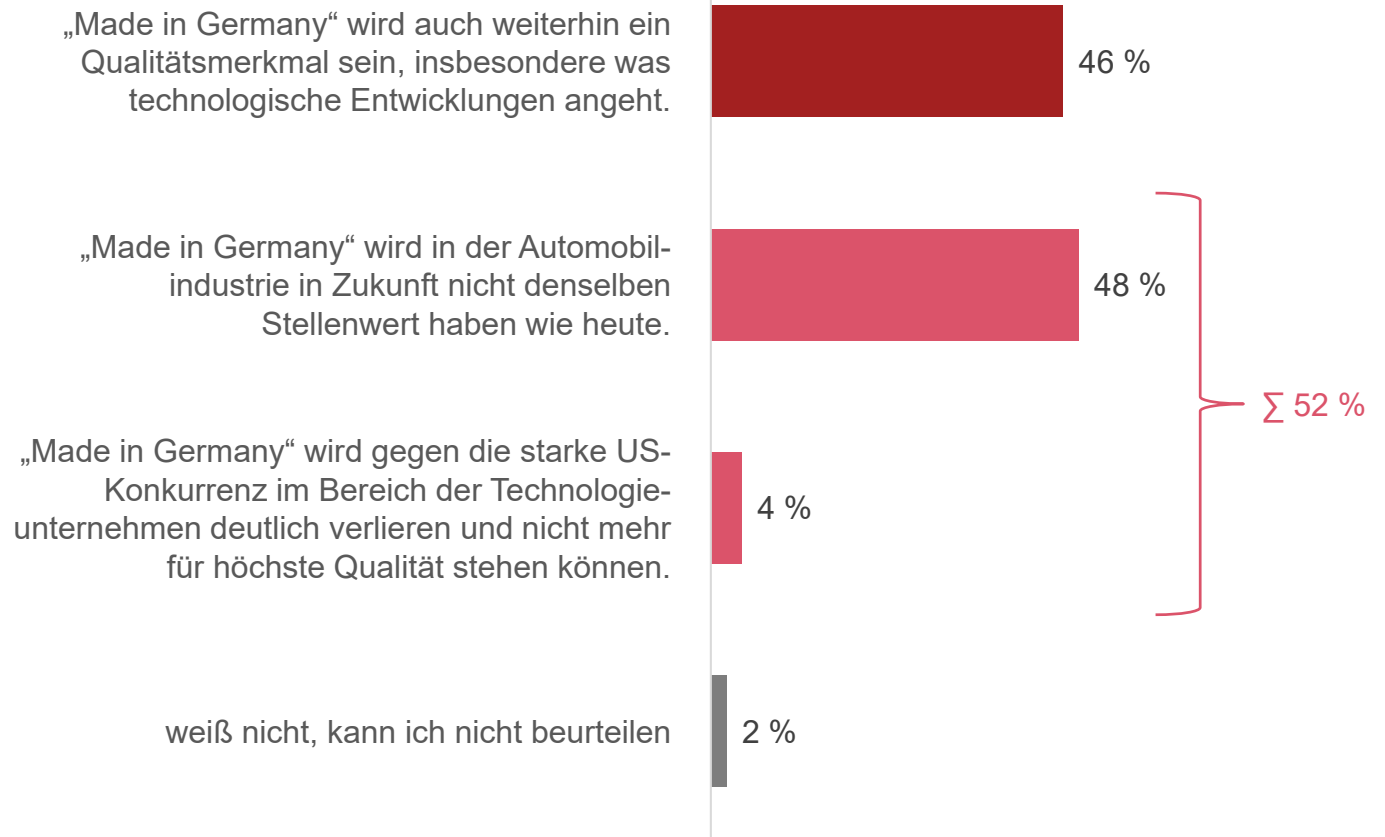
■ eher als Chance ■ eher als Gefahr ■ teils/teils ■ weiß nicht, kann ich nicht beurteilen

Frage 14: Wie bewerten Sie die Beteiligungsoffensive chinesischer Investoren in deutsche Unternehmen? Sehen Sie dieses eher als Gefahr oder Chance für die Automobilbranche? Basis: Manager der Automobilbranche, Hersteller: N = 66, Zulieferer: N = 87, Handel: N = 57 (Einfachnennung)

Wirtschaftliche und politische Herausforderungen

Auswirkungen ausländischer Wettbewerber auf „Made in Germany“

Nach Meinung von über der Hälfte der befragten Führungskräfte werden neue Wettbewerber aus dem Ausland den Stellenwert des Qualitätsmerkmals „Made in Germany“ schwächen. 46 % sehen keine negativen Folgen.



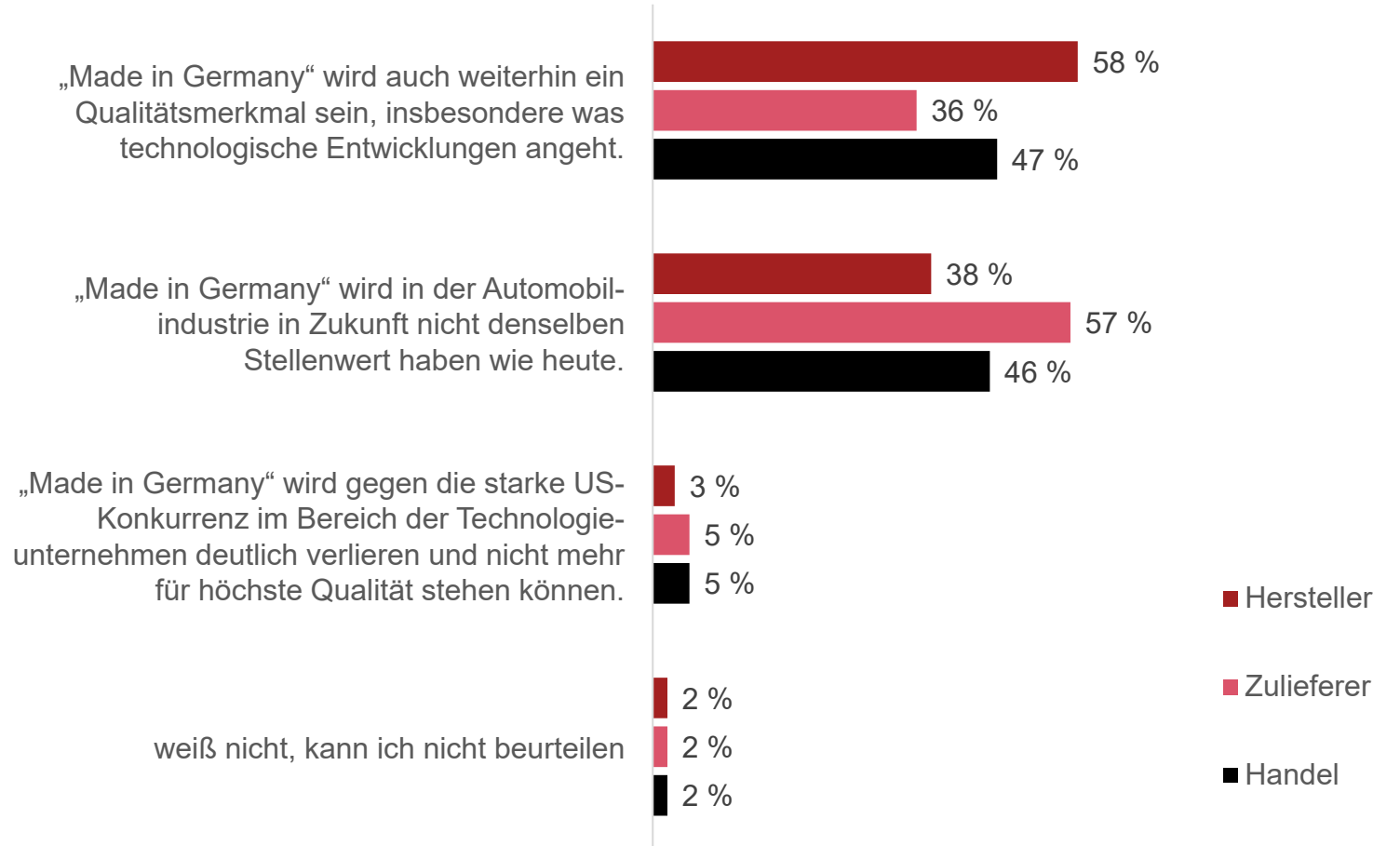
Frage 10: „Made in Germany“ vs. US-Tech-Giganten: Neue Wettbewerber aus dem Ausland setzen die deutsche Automobilindustrie unter hohen Konkurrenzdruck. Wie schätzen Sie dabei die Auswirkungen dieser Entwicklung auf „Made in Germany“ ein? Basis: Manager der Automobilbranche (Hersteller, Zulieferer, Handel), N = 210 (Einfachnennung)

Wirtschaftliche und politische Herausforderungen

Auswirkungen ausländischer Wettbewerber auf „Made in Germany“

Mehr als jeder zweite Autobauer wertet ungeachtet der ausländischen Tech-Giganten-Konkurrenz „Made in Germany“ als Qualitätsmerkmal. Zulieferer hingegen befürchten eher eine Schwächung des Labels.

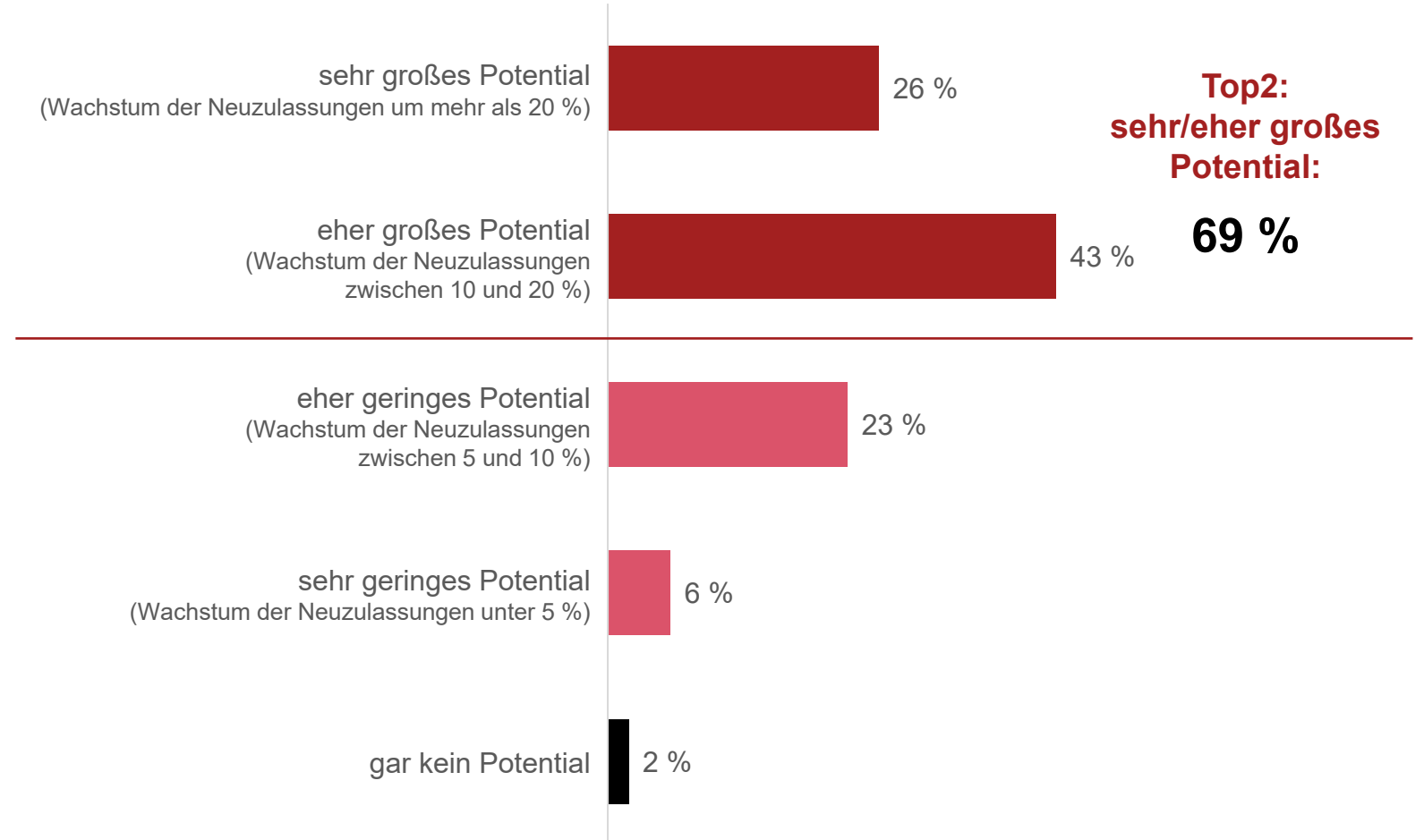
Frage 10: „Made in Germany“ vs. US-Tech-Giganten: Neue Wettbewerber aus dem Ausland setzen die deutsche Automobilindustrie unter hohen Konkurrenzdruck. Wie schätzen Sie dabei die Auswirkungen dieser Entwicklung auf „Made in Germany“ ein? Basis: Manager der Automobilbranche, Hersteller: N = 66, Zulieferer: N = 87, Handel: N = 57 (Einfachnennung)



Elektromobilität

Potential der Elektromobilität bis 2025

Mehr als zwei Drittel der Auto-manager räumen der Elektromobilität auch in den kommenden fünf Jahren ein großes Potential mit zweistelligen Wachstumsraten bei den Neuzulassungen ein.



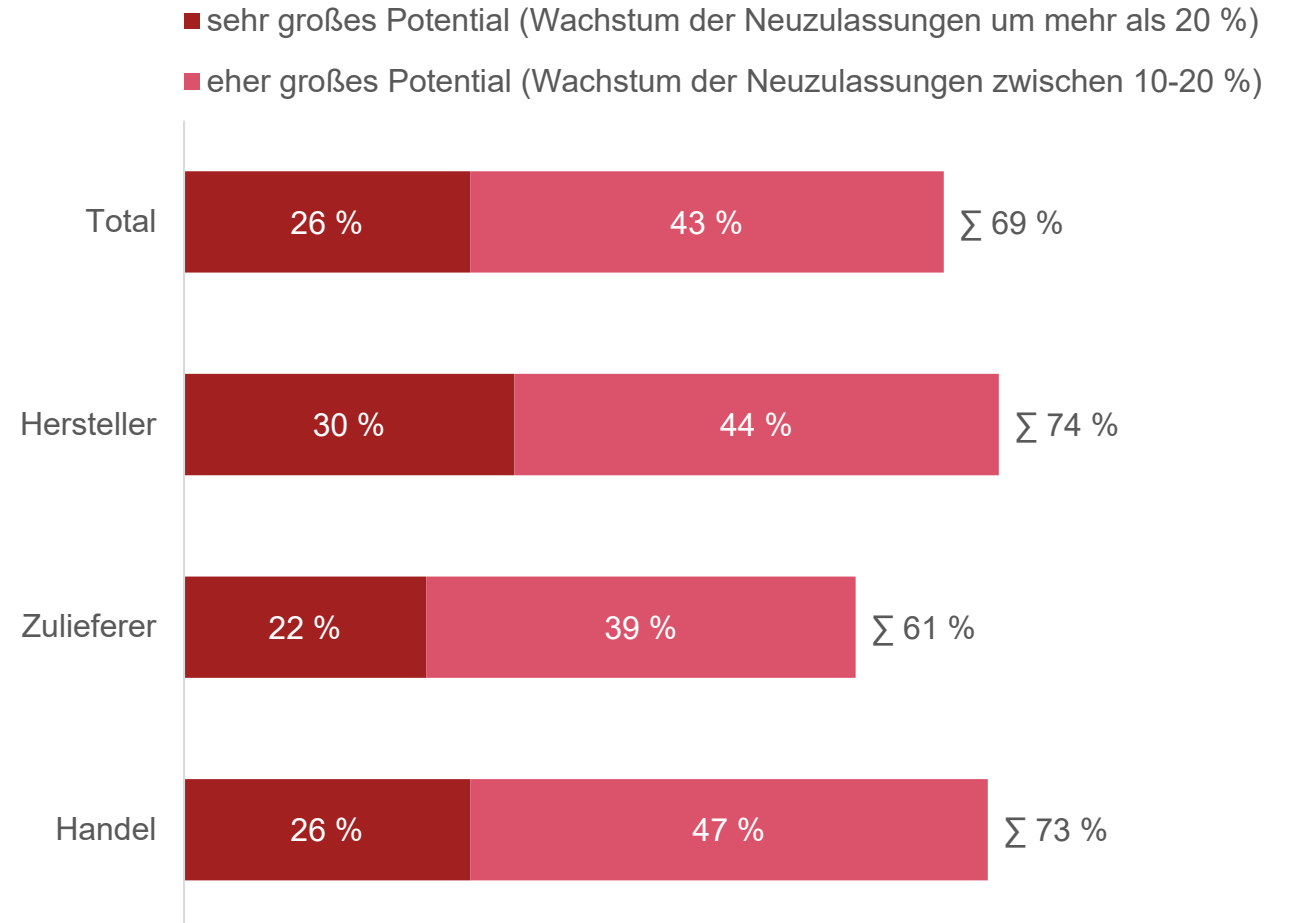
Frage 2a: Im vergangenen Jahr ist die Zahl der Neuzulassungen von Elektrofahrzeugen in Deutschland von ca. 164.000 auf 298.000 um 82 % gestiegen. Welches Potential sehen Sie bei der Entwicklung der Elektromobilität vor dem Hintergrund zahlreicher Produktoffensiven bis 2025?
Basis: Manager der Automobilbranche (Hersteller, Zulieferer, Handel), N = 210 (Einfachnennung)

Elektromobilität

Potential der Elektromobilität bis 2025

Besonders auf Hersteller- und Handelsseite wird der Elektromobilität in den kommenden fünf Jahren ein großes Potential bescheinigt.

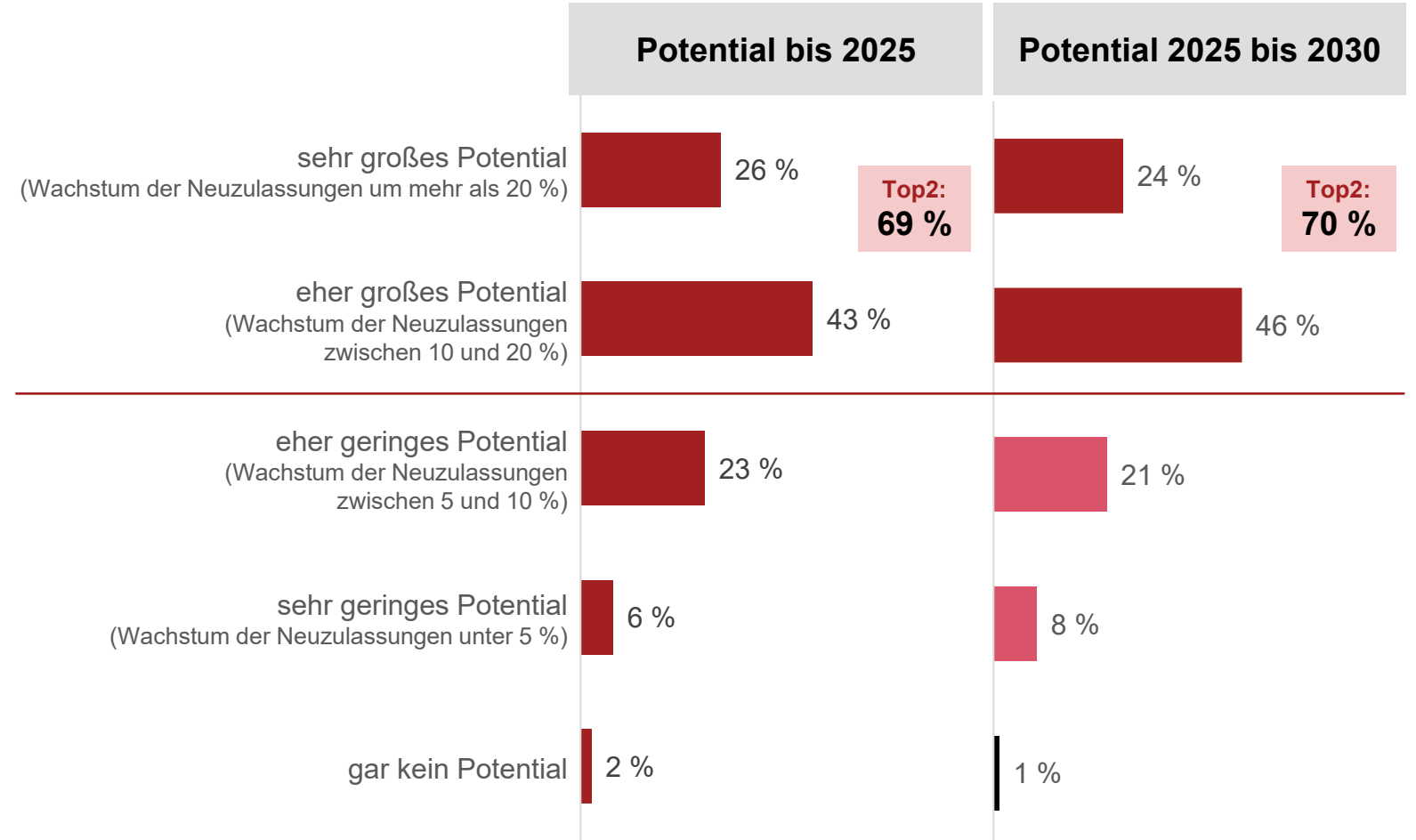
Frage 2a: Im vergangenen Jahr ist die Zahl der Neuzulassungen von Elektrofahrzeugen in Deutschland von ca. 164.000 auf 298.000 um 82 % gestiegen. Welches Potential sehen Sie bei der Entwicklung der Elektromobilität vor dem Hintergrund zahlreicher Produktoffensiven bis 2025?
Basis: Manager der Automobilbranche (Hersteller, Zulieferer, Handel), N = 210 (Einfachnennung; hier ausgewiesen: Top2: sehr großes bzw. eher großes Potential)



Elektromobilität

Potential der Elektromobilität bis 2025 und im Zeitraum von 2025 bis 2030

Auch mit Blick auf die nächsten zehn Jahre werden zweistellige Wachstumsraten bei den Neuzulassungen von Elektrofahrzeugen erwartet.



Frage 2a/b: Im vergangenen Jahr ist die Zahl der Neuzulassungen von Elektrofahrzeugen in Deutschland von ca. 164.000 auf 298.000 um 82 % gestiegen. Welches Potential sehen Sie bei der Entwicklung der Elektromobilität vor dem Hintergrund zahlreicher Produktoffensiven bis 2025? Welches Potential sehen Sie bei der Entwicklung der Elektromobilität im Zeitraum von 2025 bis 2030? Basis: Manager der Automobilbranche (Hersteller, Zulieferer, Handel), N = 210 (Einfachnennung)

Elektromobilität

Entwicklung beim Wettrennen um die Technologieführerschaft

Drei von vier Managern der Automobilbranche empfinden den sich verschärfenden Wettbewerb als Chance, durch ein breiteres Produktangebot die Elektromobilität auf dem deutschen Markt populärer zu machen.

Top2: stimme voll und ganz bzw. stimme eher zu

Der Markt ist noch groß genug, sodass die verschiedenen Anbieter ihre Modelle parallel anbieten können. Der Markt wird sich erst in einigen Jahren konsolidieren.



Ich empfinde den erhöhten Wettbewerbsdruck als eine Chance, E-Mobilität durch ein breiteres Produktangebot auf dem deutschen Markt populärer zu machen.



Der verschärfte Wettbewerb wird die deutsche Automobilindustrie unter zu hohen Druck setzen, durch den sie am Ende gegen ausländische Anbieter verlieren wird.



Frage 4: Momentan scheint sich ein Rennen zwischen Deutschland und den USA im Bereich Elektromobilität zu entwickeln. Tesla möchte die erste europäische Gigafactory in Deutschland bauen. Porsche bringt mit dem Taycan einen direkten Angreifer für Tesla auf den Markt. Wie beurteilen Sie die weitere Entwicklung beim Wettrennen um die Technologieführerschaft?
Basis: Manager der Automobilbranche (Hersteller, Zulieferer, Handel), N = 210 (skalierte Abfrage; hier ausgewiesen: Top2)

Elektromobilität

Entwicklung beim Wettrennen um die Technologieführerschaft

Automanager in höheren Führungsebenen zeigen sich im Gegensatz zur mittleren Führungsebene pessimistischer: Sie sehen Deutschland im Wettrennen um die Technologieführerschaft am Ende eher als Verlierer gegen die ausländischen Anbieter.

Frage 4: Momentan scheint sich ein Rennen zwischen Deutschland und den USA im Bereich Elektromobilität zu entwickeln. Tesla möchte die erste europäische Gigafactory in Deutschland bauen. Porsche bringt mit dem Taycan einen direkten Angreifer für Tesla auf den Markt. Wie beurteilen Sie die weitere Entwicklung beim Wettrennen um die Technologieführerschaft?
Basis: Manager der Automobilbranche (Hersteller, Zulieferer, Handel), N = 210 (skalierte Abfrage; hier ausgewiesen: Top2)

Top2: stimme voll und ganz bzw. eher zu

	Total	Stellung im Unternehmen 1. + 2. Führungs- ebene	3. Führungs- ebene
Basis	210	94	116
Der Markt ist noch groß genug, sodass die verschiedenen Anbieter ihre Modelle parallel anbieten können. Der Markt wird sich erst in einigen Jahren konsolidieren.	83 %	86 %	81 %
Ich empfinde den erhöhten Wettbewerbsdruck als eine Chance, E-Mobilität durch ein breiteres Produktangebot auf dem deutschen Markt populärer zu machen.	76 %	76 %	77 %
Der verschärfte Wettbewerb wird die deutsche Automobilindustrie unter zu hohen Druck setzen, durch den sie am Ende gegen ausländische Anbieter verlieren wird.	57 %	68 %	48 %

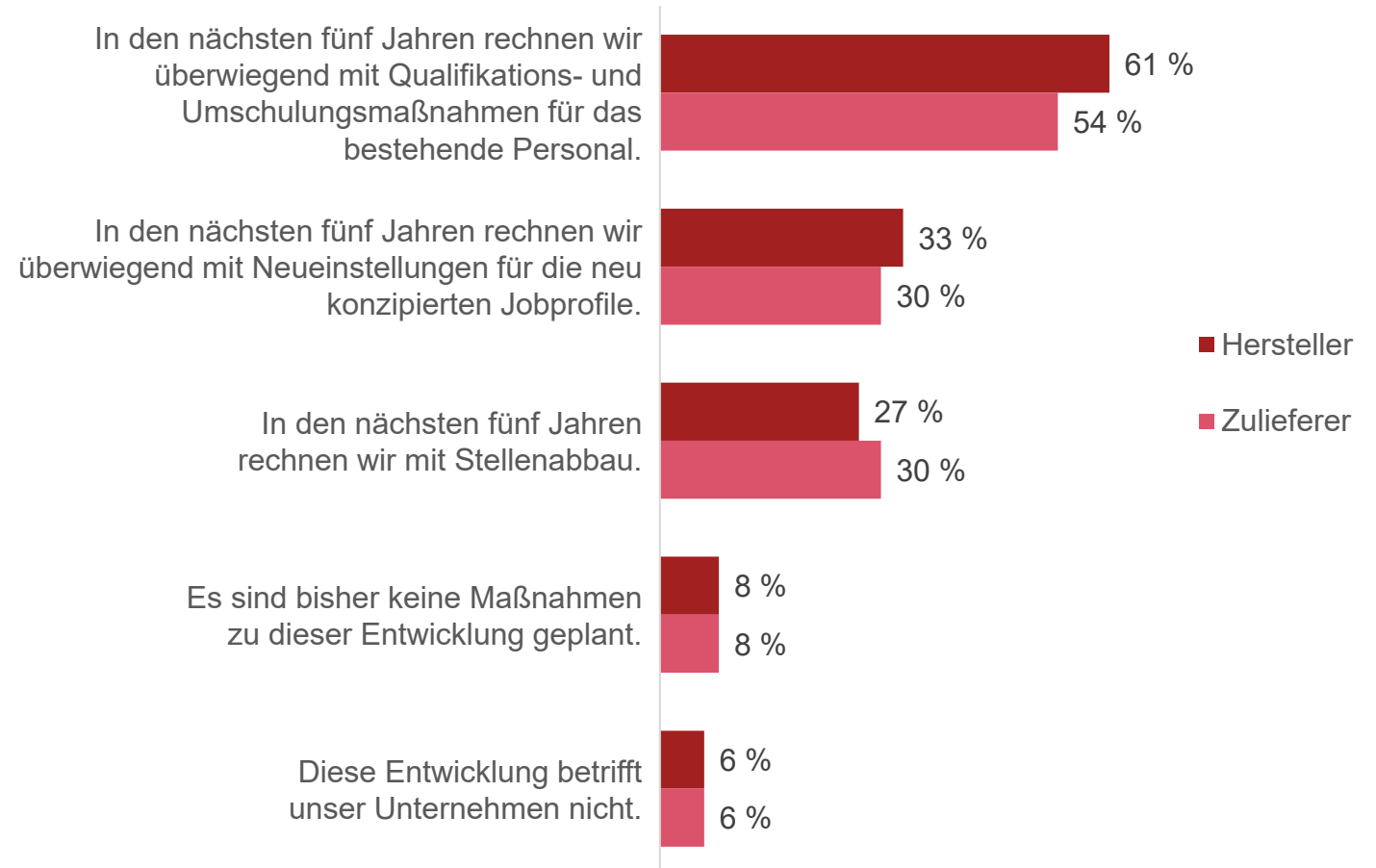
1. + 2. Ebene = Geschäftsführung/Vorstand/Mitglied der Geschäftsleitung/Führungskraft/höheres Management;
3. Ebene = mittleres Management/Fachkraft mit Projektverantwortung.

Elektromobilität

Personelle Maßnahmen der Hersteller und Zulieferer aufgrund sich verändernder Jobprofile

Momentan setzen sowohl die Autobauer als auch die Zulieferer auf Qualifikations- und Umschulungsmaßnahmen für das bestehende Personal, um auf die veränderten Arbeitsabläufe zu reagieren. Weniger als ein Drittel rechnet derzeit mit einem Stellenabbau.

Frage 5: Deutsche Automobilhersteller wollen derzeit rund 40 Milliarden Euro in Elektromobilität investieren. Elektroantriebe bestehen nur aus einem Bruchteil der Komponenten, aus denen Verbrennungsmotoren zusammengesetzt sind. Es sind damit weniger Arbeitskräfte in der Produktion notwendig, dafür fällt aber Arbeit in anderen Technologiebereichen an. Welche Maßnahmen ergreifen Sie hinsichtlich Ihrer Mitarbeiter in Vorbereitung auf diese Entwicklung? Basis: Hersteller: N = 66 bzw. Zulieferer: N = 87 (Mehrfachnennungen)



Antriebstechnologien

Relevanz von Brennstoffzellen für die Transformation der Automobilindustrie

Mehr als acht von zehn Führungskräften der Automobilbranche wünschen sich von der Politik eine technologieoffenere Unterstützung und weniger eine einseitige Fokussierung auf batteriebetriebene Antriebe.

Frage 3: Während der Fokus der Industrie und Öffentlichkeit auf der batteriebetriebenen Elektromobilität zu liegen scheint, existiert u. a. mit der Brennstoffzellentechnologie eine weitere Alternative zu Verbrennungsmotoren. Wie bewerten Sie die Relevanz von Brennstoffzellen für die Transformation der Automobilindustrie?

Basis: Manager der Automobilbranche (Hersteller, Zulieferer, Handel), N = 210 (skalierte Abfrage; hier ausgewiesen: Top2)

Top2: stimme voll und ganz bzw. stimme eher zu

Hersteller sollten eine technologieoffene Forschung und Entwicklung betreiben, um möglichst alle Möglichkeiten bei der Umstellung auf klimafreundliche Antriebe auszuschöpfen.



Die Politik sollte nicht nur einseitig die batteriebetriebene Elektromobilität fördern, sondern auch andere, alternative Antriebstechnologien unterstützen.



Die Produktion von Brennstoffzellen ist deutlich weniger umweltschädlich als die von Batteriezellen (Abbau seltener Erden etc.) und sollte daher weitaus mehr vorangetrieben werden als die Batterietechnologie.



Es gibt weitere technologische Möglichkeiten wie bspw. E-Fuels, die zwar einen niedrigeren Wirkungsgrad in der Gesamtkette aufweisen, aber dennoch ihre langfristige Daseinsberechtigung haben.



Weder die Brennstoff- noch die Batteriezellentechnologie werden den Verbrennungsmotor jemals vollständig ablösen können.



Die Brennstoffzellentechnologie weist bisher eine geringere Energieeffizienz auf als Batteriezellen und sollte daher nur in geringem Umfang weiter erforscht werden.



Antriebstechnologien

Relevanz von Brennstoffzellen für die Transformation der Automobilindustrie

Besonders die Zuliefererindustrie wünscht sich aufgrund der weniger umweltschädlichen Produktion ein stärkeres Vorantreiben der Brennstoffzellentechnologie.

Frage 3: Während der Fokus der Industrie und Öffentlichkeit auf der batteriebetriebenen Elektromobilität zu liegen scheint, existiert u. a. mit der Brennstoffzellentechnologie eine weitere Alternative zu Verbrennungsmotoren. Wie bewerten Sie die Relevanz von Brennstoffzellen für die Transformation der Automobilindustrie?
Basis: Manager der Automobilbranche (Hersteller, Zulieferer, Handel), N = 210 (skalierte Abfrage; hier ausgewiesen: Top2)

Top2: stimme voll und ganz bzw. stimme eher zu	Total	Hersteller	Zulieferer	Handel
Basis	210	66	87	57
Hersteller sollten eine technologieoffene Forschung und Entwicklung betreiben, um am besten alle Möglichkeiten bei der Umstellung auf klimafreundliche Antriebe auszuschöpfen.	83 %	88 %	80 %	82 %
Die Politik sollte nicht nur einseitig die batteriebetriebene Elektromobilität fördern, sondern auch andere alternative Antriebstechnologien unterstützen.	83 %	80 %	85 %	82 %
Die Produktion von Brennstoffzellen ist deutlich weniger umweltschädlich als die von Batteriezellen (Abbau seltener Erden etc.) und sollte daher weitaus mehr vorangetrieben werden als die Batterie-technologie.	79 %	71 %	85 %	77 %

Antriebstechnologien

Relevanz von Brennstoffzellen für die Transformation der Automobilindustrie

Zulieferer sehen seltener als Hersteller in der bisher geringeren Energieeffizienz von Brennstoffzellen einen Grund, diese Technologie nicht weiter zu erforschen.

Top2: stimme voll und ganz bzw. stimme eher zu	Total	Hersteller	Zulieferer	Handel
Basis	210	66	87	57
Es gibt weitere technologische Möglichkeiten wie bspw. E-Fuels, die zwar einen niedrigeren Wirkungsgrad in der Gesamtkette aufweisen, aber dennoch ihre langfristige Daseinsberechtigung haben.	71 %	70 %	72 %	70 %
Weder die Brennstoff- noch die Batteriezellentechnologie werden den Verbrennungsmotor jemals vollständig ablösen können.	64 %	65 %	63 %	65 %
Die Brennstoffzellentechnologie weist bisher eine geringere Energieeffizienz auf als Batteriezellen und sollte daher nur in geringem Umfang weiter erforscht werden.	47 %	50 %	39 %	56 %

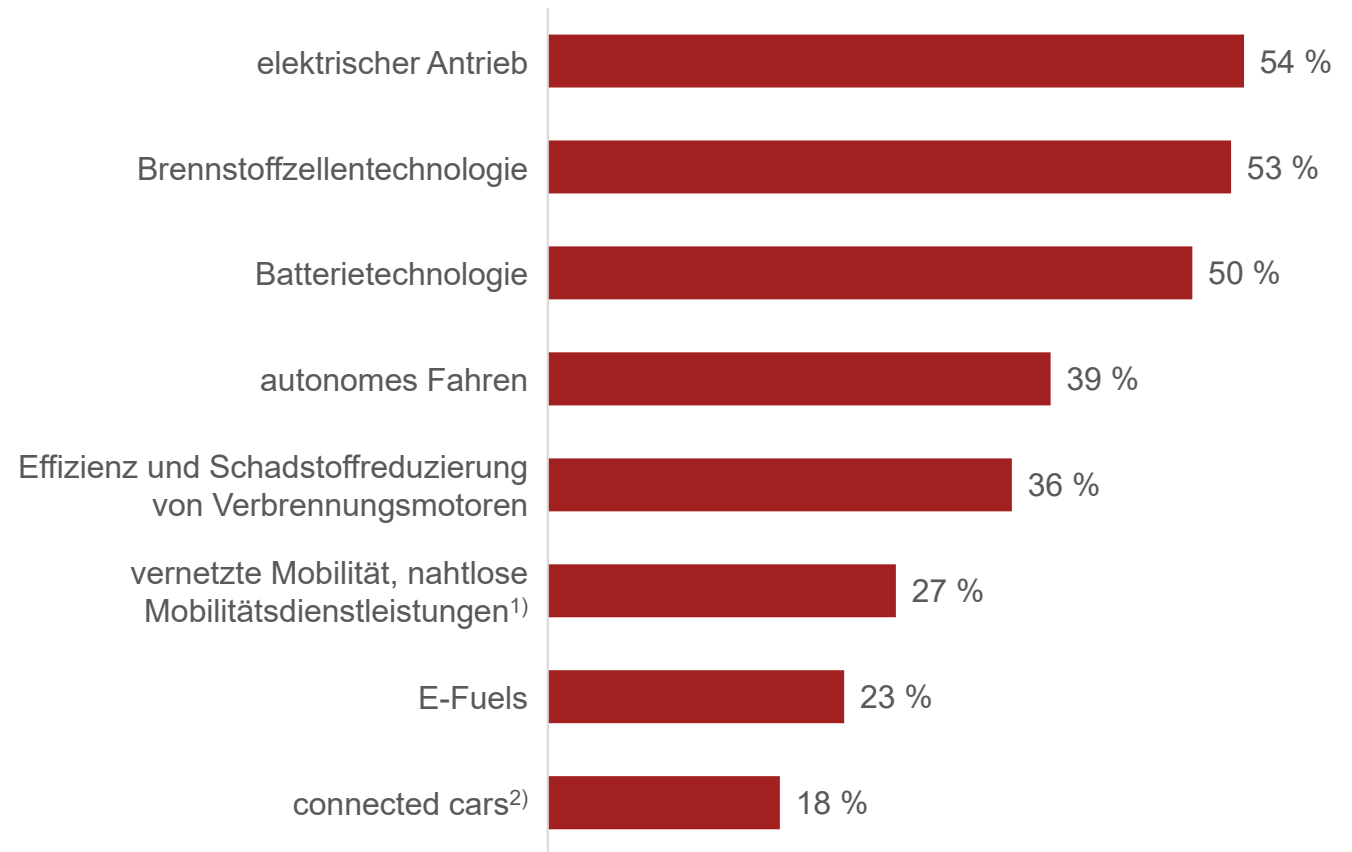
Frage 3: Während der Fokus der Industrie und Öffentlichkeit auf der batteriebetriebenen Elektromobilität zu liegen scheint, existiert u. a. mit der Brennstoffzellentechnologie eine weitere Alternative zu Verbrennungsmotoren. Wie bewerten Sie die Relevanz von Brennstoffzellen für die Transformation der Automobilindustrie?

Basis: Manager der Automobilbranche (Hersteller, Zulieferer, Handel), N = 210 (skalierte Abfrage; hier ausgewiesen: Top2)

Innovationen und Neuentwicklungen

Bereiche mit dem größten Druck für Innovationen

Elektromobilität und alternative Antriebstechnologien mittels Brennstoffzellen oder Batterien werden von den Managern derzeit als die drei Bereiche mit dem größten Innovationsdruck gesehen.



Frage 8: Welches sind aus Ihrer Perspektive die drei Bereiche mit dem größten Druck für Innovationen und Neuentwicklungen für die Automobilbranche? Basis: Manager der Automobilbranche (Hersteller, Zulieferer, Handel), N = 210 (Mehrfachnennungen, maximal drei Antworten)

Innovationen und Neuentwicklungen

Bereiche mit dem größten Druck für Innovationen

Zulieferer spüren durch die Brennstoffzellentechnologie den größten Innovationsdruck, für Hersteller besteht der größte Druck für Neuentwicklungen nach wie vor bei der Batterietechnologie.

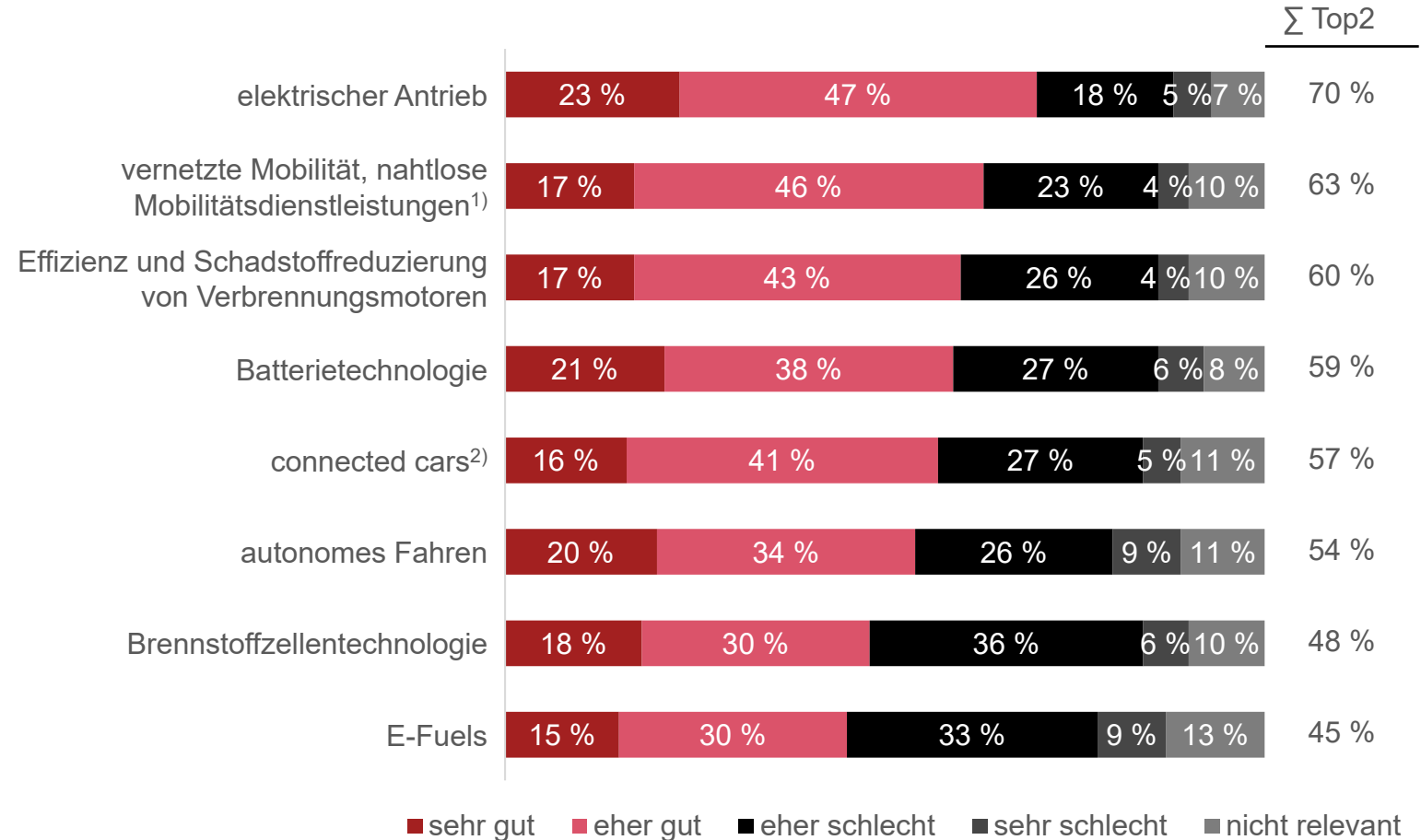
	Total	Hersteller	Zulieferer	Handel
Basis	210	66	87	57
elektrischer Antrieb	54 %	56 %	48 %	61 %
Brennstoffzellentechnologie	53 %	36 %	69 %	49 %
Batterietechnologie	50 %	59 %	44 %	47 %
autonomes Fahren	39 %	44 %	41 %	30 %
Effizienz und Schadstoffreduzierung von Verbrennungsmotoren	36 %	32 %	31 %	47 %
vernetzte Mobilität, nahtlose Mobilitätsdienstleistungen ¹⁾	27 %	30 %	30 %	19 %
E-Fuels	23 %	21 %	25 %	23 %
connected cars ²⁾	18 %	21 %	11 %	23 %

Frage 8: Welches sind aus Ihrer Perspektive die drei Bereiche mit dem größten Druck für Innovationen und Neuentwicklungen für die Automobilbranche? Basis: Manager der Automobilbranche (Hersteller, Zulieferer, Handel), N = 210 (Mehrfachnennungen, maximal drei Antworten)

Innovationen und Neuentwicklungen

Wie gut sind die Unternehmen vorbereitet?

Die befragten Führungskräfte sehen ihre Unternehmen insgesamt recht gut auf die unterschiedlichen Anforderungen vorbereitet, besonders im Bereich des elektrischen Antriebs.

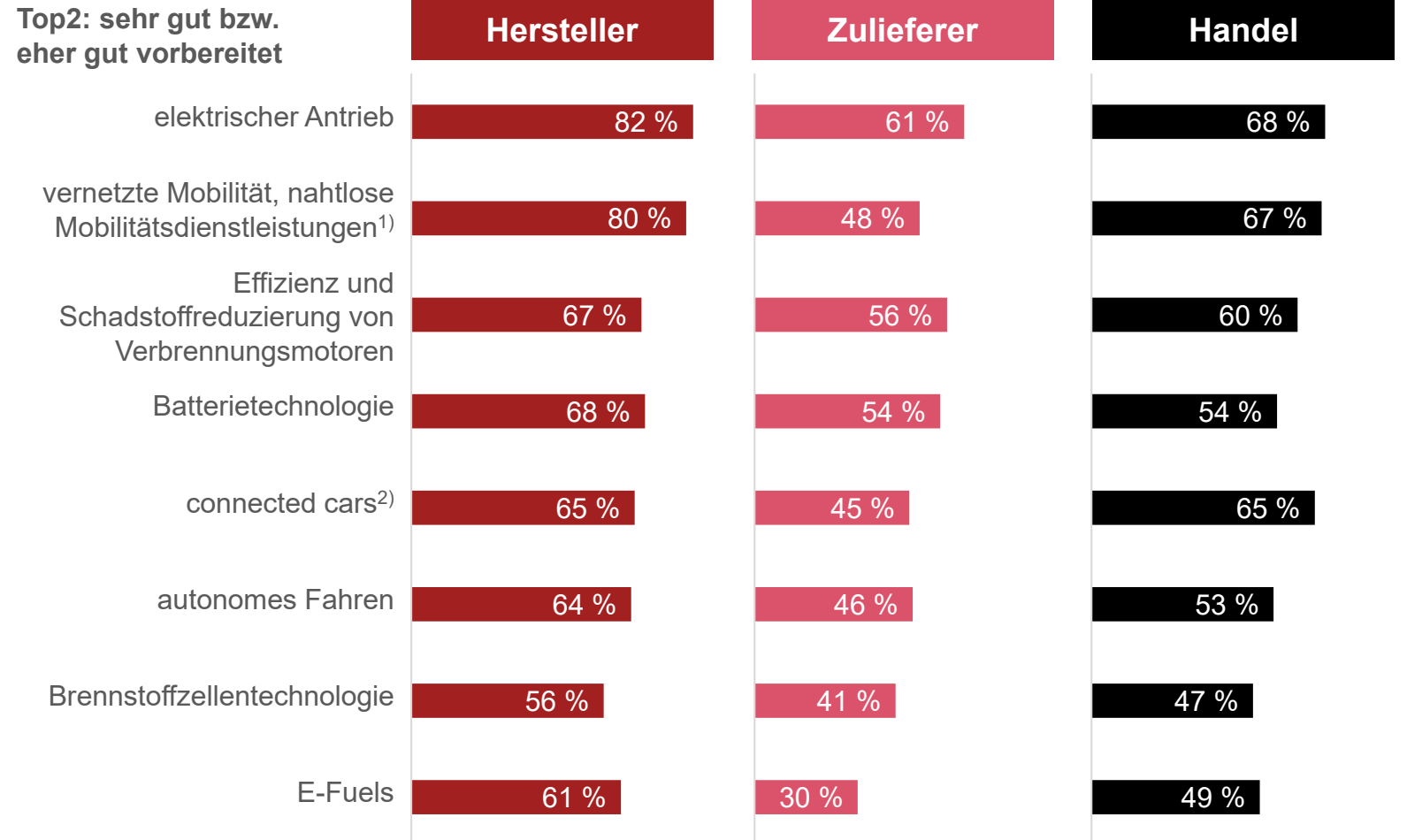


Frage 9: Die Veränderungen treffen die Industrie in einer Zeit, in der es in der Weltwirtschaft nicht mehr so gut läuft. Wie gut sehen Sie Ihr Unternehmen auf die Bereiche vorbereitet? Basis: Manager der Automobilbranche (Hersteller, Zulieferer, Handel), N = 210 (skalierte Abfrage; sortiert nach Top2)

Innovationen und Neuentwicklungen

Wie gut sind die Unternehmen vorbereitet?

Hersteller und Handel sind nach eigener Meinung besonders gut im Bereich der vernetzten Mobilität aufgestellt.



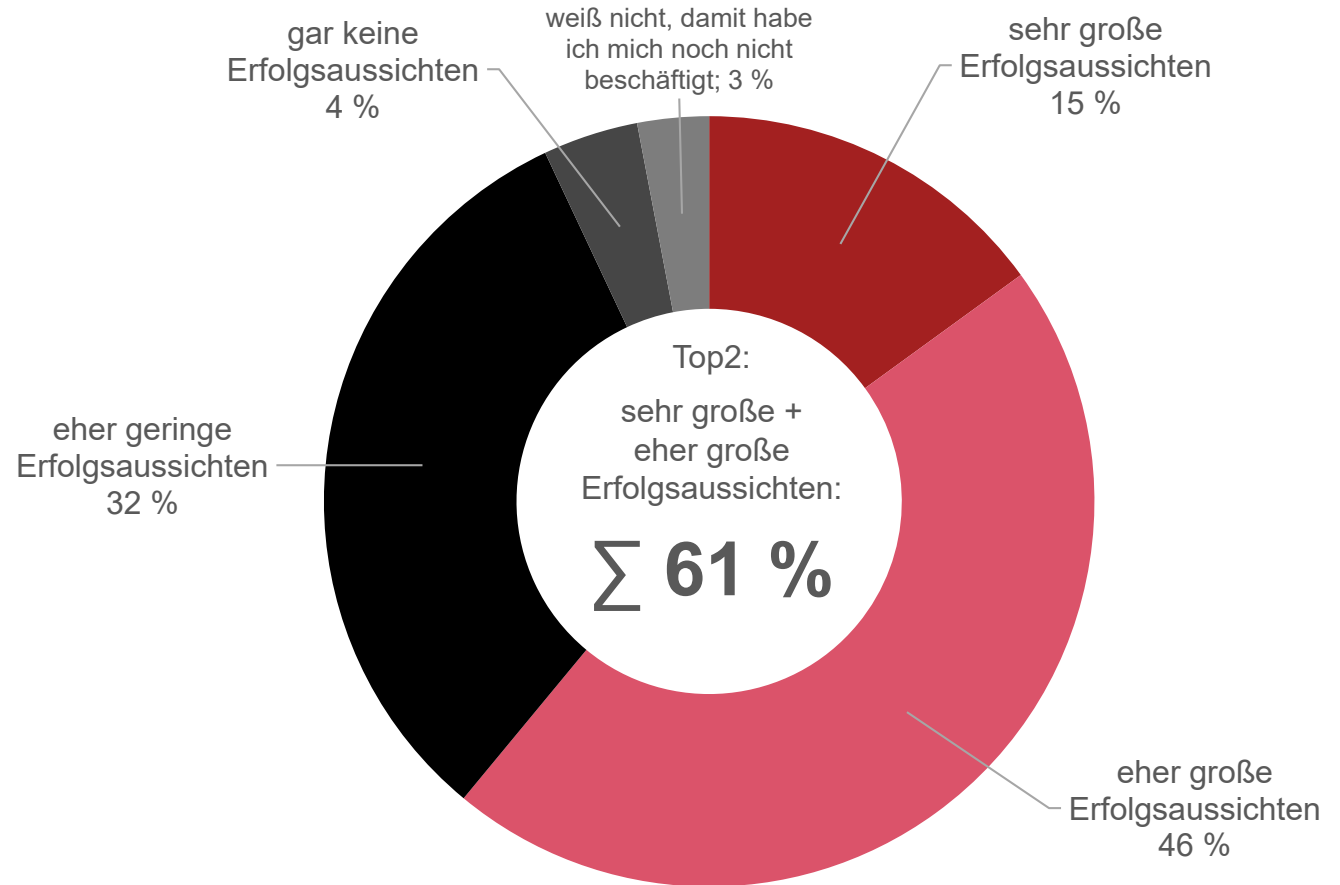
Frage 9: Die Veränderungen treffen die Industrie in einer Zeit, in der es in der Weltwirtschaft nicht mehr so gut läuft. Wie gut sehen Sie Ihr Unternehmen auf die Bereiche vorbereitet?

Basis: Manager der Automobilbranche, Hersteller: N = 66, Zulieferer: N = 87, Handel: N = 57 (skalierte Abfrage; hier ausgewiesen: Top2; sortiert nach Gesamt)

Innovationen und Neuentwicklungen

Erfolgsaussichten von Start-ups im Bereich der Elektromobilität

Sechs von zehn Automanagern räumen Start-ups im Bereich der Elektromobilität gute Erfolgschancen ein.



Frage 7: Welche Erfolgsaussichten bescheinigen Sie generell Start-ups im Bereich der Elektromobilität, wie z. B. Byton, Canoo (ehem. Evelocity) oder NIO, die neue, ungewöhnliche Ansätze und Ideen in den Automobilmarkt bringen? Basis: Manager der Automobilbranche (Hersteller, Zulieferer, Handel), N = 210 (Einfachnennung)

Innovationen und Neuentwicklungen

Erfolgsaussichten von Start-ups im Bereich der Elektromobilität

Automobilzulieferer sehen die Erfolgsaussichten von Start-ups im Bereich der Elektromobilität kritischer.

Dem überwiegenden Teil der Start-ups im Bereich E-Mobilität bescheinige ich ...

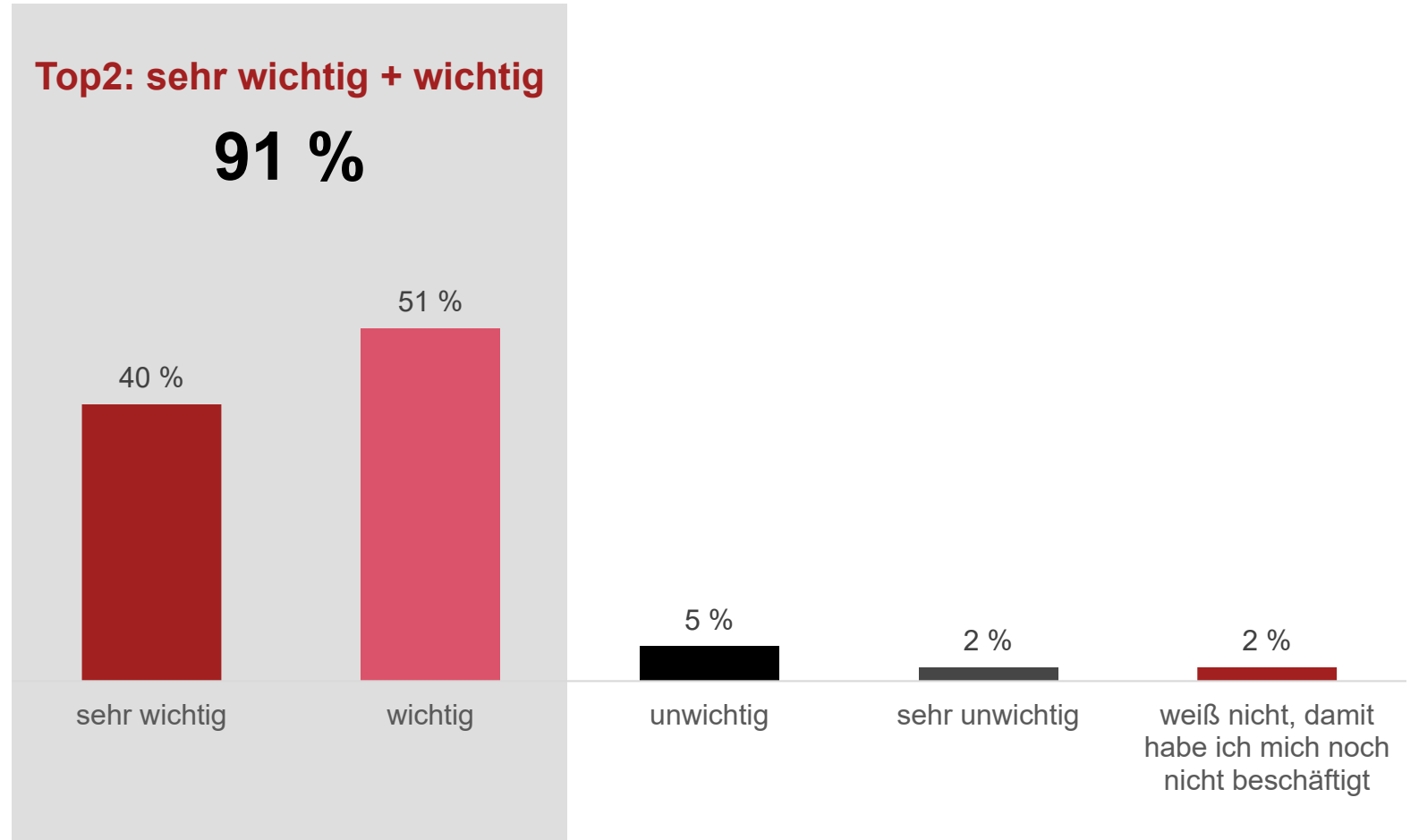
	Total	Hersteller	Zulieferer	Handel
Basis	210	66	87	57
sehr große Erfolgsaussichten	15 %	17 %	10 %	19 %
eher große Erfolgsaussichten	46 %	53 %	43 %	46 %
eher geringe Erfolgsaussichten	32 %	26 %	41 %	25 %
gar keine Erfolgsaussichten	4 %	4 %	1 %	7 %
weiß nicht, damit habe ich mich noch nicht beschäftigt	3 %	0 %	5 %	3 %
Top2: sehr große bzw. eher große Erfolgsaussichten	61 %	70 %	53 %	65 %

Frage 7: Welche Erfolgsaussichten bescheinigen Sie generell Start-ups im Bereich der Elektromobilität, wie z. B. Byton, Canoo (ehem. Evelocity) oder NIO, die neue, ungewöhnliche Ansätze und Ideen in den Automobilmarkt bringen? Basis: Manager der Automobilbranche (Hersteller, Zulieferer, Handel), N = 210 (Einfachnennung)

Kooperationen

Wichtigkeit von branchenübergreifenden Kooperationen

Für neun von zehn Managern des Automobilsektors sind branchenübergreifende Kooperationen für ihr Unternehmen wichtig.



Frage 11: Wie schätzen Sie die Wichtigkeit von branchenübergreifenden Kooperationen zur Entwicklung neuer Geschäftsmodelle für Ihr Unternehmen ein? Basis: Manager der Automobilbranche (Hersteller, Zulieferer, Handel), N = 210 (Einfachnennung)

Kooperationen

Wichtigkeit von branchenübergreifenden Kooperationen

Die Relevanz von Kooperationen wird über alle Bereiche der Automobilbranche gleichermaßen als wichtig erachtet.

	Total	Hersteller	Zulieferer	Handel
Basis	210	66	87	57
sehr wichtig	40 %	38 %	35 %	49 %
wichtig	51 %	50 %	56 %	46 %
unwichtig	5 %	8 %	6 %	2 %
sehr unwichtig	2 %	1 %	1 %	2 %
weiß nicht, damit habe ich mich noch nicht beschäftigt	2 %	3 %	2 %	1 %
Top2: sehr wichtig bzw. wichtig	91 %	88 %	91 %	95 %

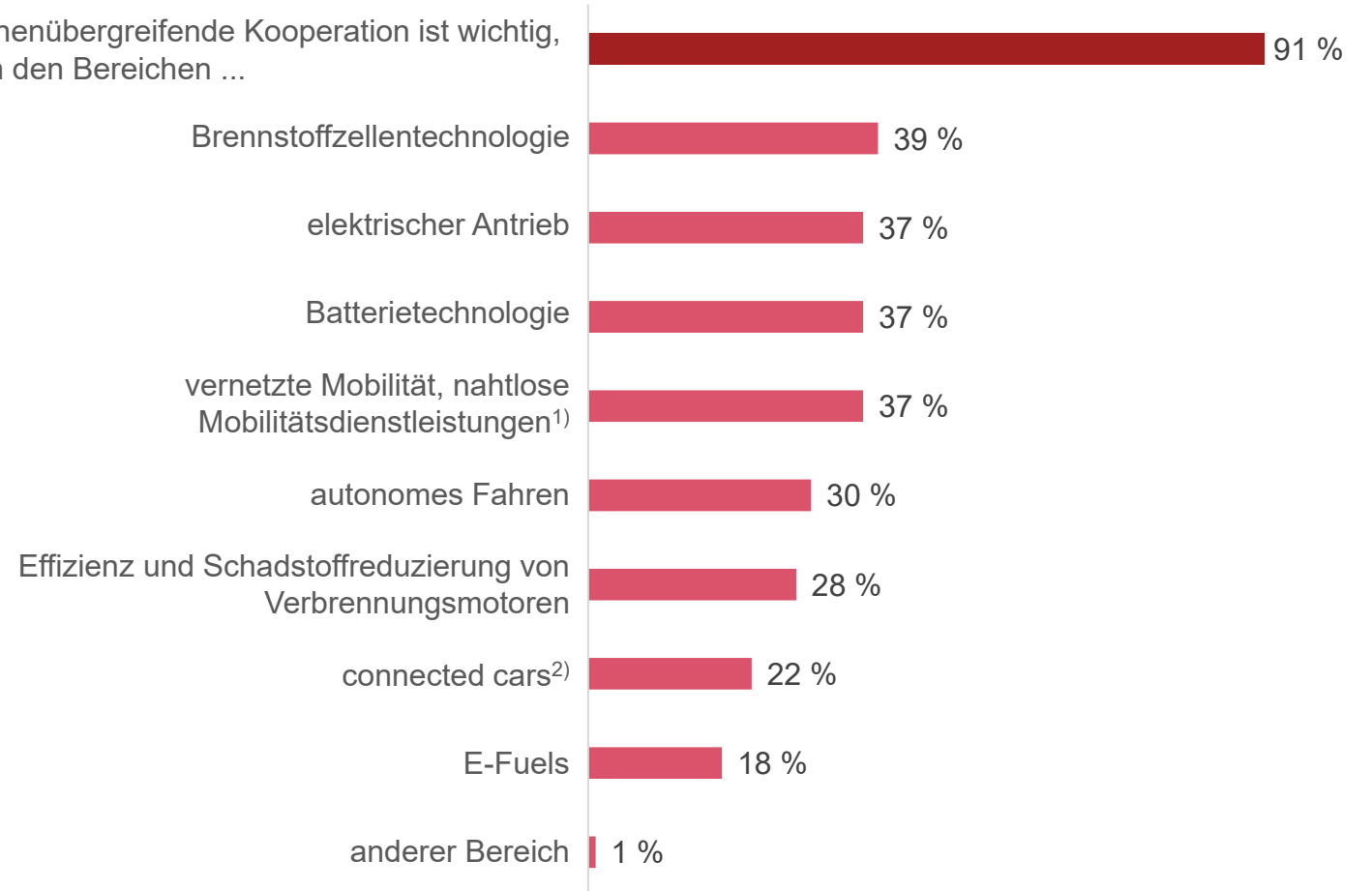
Frage 11: Wie schätzen Sie die Wichtigkeit von branchenübergreifenden Kooperationen zur Entwicklung neuer Geschäftsmodelle für Ihr Unternehmen ein? Basis: Manager der Automobilbranche (Hersteller, Zulieferer, Handel), N = 210 (Einfachnennung)

Kooperationen

Wichtigkeit von branchenübergreifenden Kooperationen

Die Wichtigkeit branchenübergreifender Kooperationen wird besonders im Bereich alternativer Antriebstechnologien gesehen.

Eine branchenübergreifende Kooperation ist wichtig, und zwar in den Bereichen ...



nicht ausgewiesen: branchenübergreifende Kooperation ist (sehr) unwichtig (7 %) bzw. weiß nicht, damit habe ich mich noch nicht beschäftigt (2 %)

Frage 12: Und in welchem Bereich bzw. in welchen Bereichen wäre eine branchenübergreifende Kooperation für Ihr Unternehmen besonders wichtig?
Basis: Manager der Automobilbranche (Hersteller, Zulieferer, Handel),
N = 210 (Mehrfachnennung)

Kooperationen

Wichtigkeit von branchenübergreifenden Kooperationen

Zulieferer sehen im Vergleich zu Autobauern eher ein Muss für Kooperationen im Bereich Brennstoffzellentechnologie und umweltschonendere Weiterentwicklung von Verbrennungsmotoren.

	Hersteller	Zulieferer
Basis	66	87
Eine branchenübergreifenden Kooperation ist wichtig, und zwar in den Bereichen ...	88 %	91 %
Brennstoffzellentechnologie	30 %	41 %
elektrischer Antrieb	38 %	37 %
Batterietechnologie	36 %	37 %
vernetzte Mobilität, nahtlose Mobilitätsdienstleistungen ¹⁾	36 %	36 %
autonomes Fahren	27 %	31 %
Effizienz und Schadstoffreduzierung von Verbrennungsmotoren	18 %	29 %
connected cars (z. B. Car2X-Kommunikation)	26 %	18 %
E-Fuels	24 %	9 %
anderer Bereich	0 %	2 %
Eine branchenübergreifende Kooperation ist (sehr) unwichtig bzw. weiß nicht	12 %	9 %

Frage 12: Und in welchem Bereich bzw. in welchen Bereichen wäre eine branchenübergreifende Kooperation für Ihr Unternehmen besonders wichtig?
Basis: Hersteller: N = 66 bzw. Zulieferer: N = 87 (Mehrfachnennung)

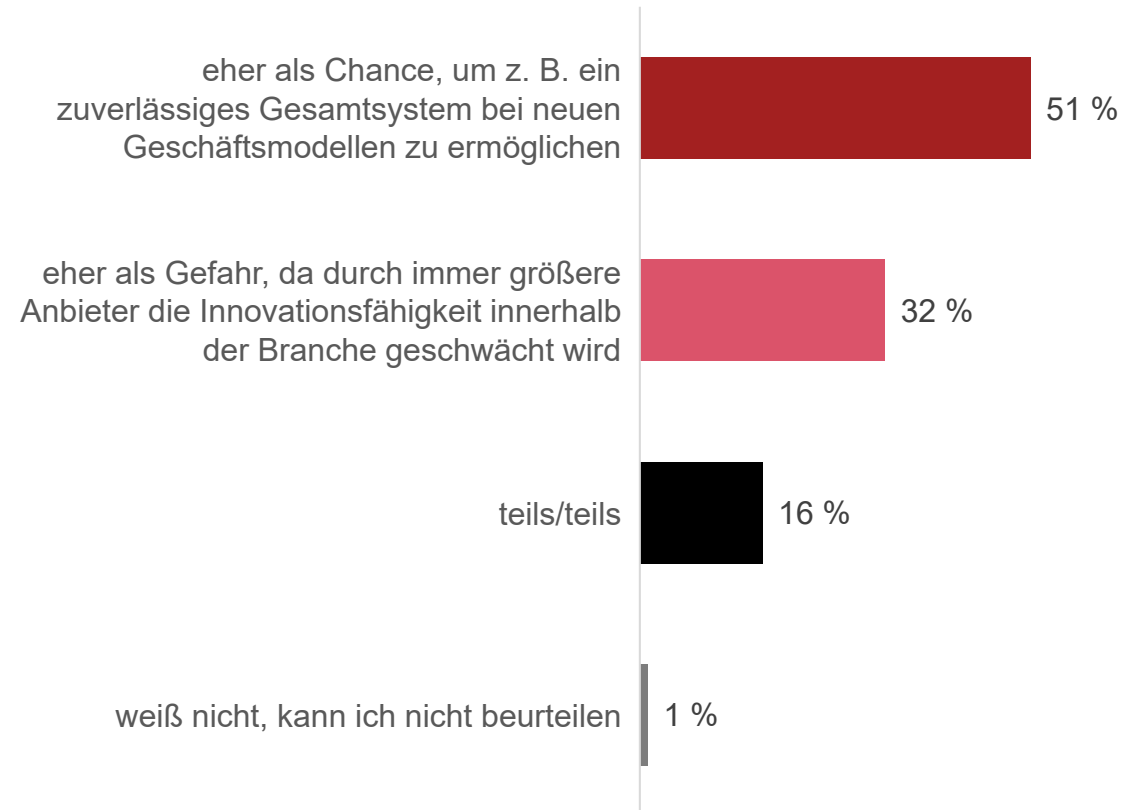
Kooperationen

Kooperationen bzw. Fusionen zwischen Konkurrenten in der Automobilindustrie

Kooperationen bzw. Fusionen zwischen direkten Wettbewerbern werden von der Hälfte der Manager als Chance, von knapp einem Drittel jedoch als Gefahr für die Innovationsfähigkeit der Branche gesehen.

Frage 15: Immer mehr Autobauer schließen Allianzen, wie Daimler und BMW für autonomes Fahren, oder planen direkt eine Fusion, wie PSA und Fiat Chrysler, um die Herausforderungen der Zukunft zu bewältigen. Wie bewerten Sie die Kooperations- bzw. Fusionsbereitschaft zwischen Konkurrenten in der Automobilindustrie? Basis: Manager der Automobilbranche (Hersteller, Zulieferer, Handel), N = 210 (Einfachnennung)

Ich bewerte die Kooperations- bzw. Fusionsbereitschaft zwischen Konkurrenten in der Automobilindustrie ...

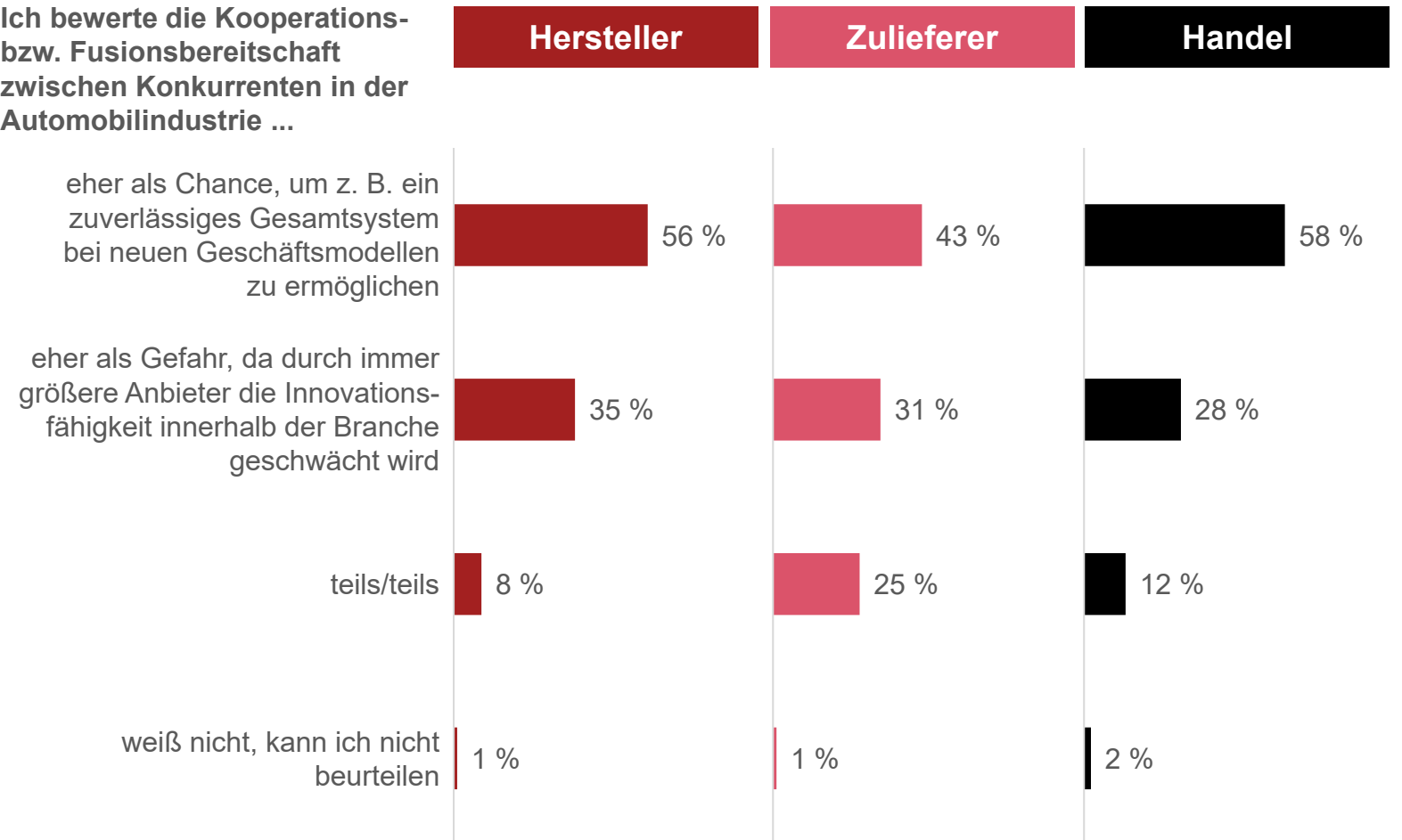


Kooperationen

Kooperationen bzw. Fusionen zwischen Konkurrenten in der Automobilindustrie

Zulieferer sehen Fusionen zwischen Konkurrenten der Automobilindustrie kritischer als Hersteller oder Handel.

Ich bewerte die Kooperations- bzw. Fusionsbereitschaft zwischen Konkurrenten in der Automobilindustrie ...



Frage 15: Immer mehr Autobauer schließen Allianzen, wie Daimler und BMW für autonomes Fahren, oder planen direkt eine Fusion, wie PSA und Fiat Chrysler, um die Herausforderungen der Zukunft zu bewältigen. Wie bewerten Sie die Kooperations- bzw. Fusionsbereitschaft zwischen Konkurrenten in der Automobilindustrie?

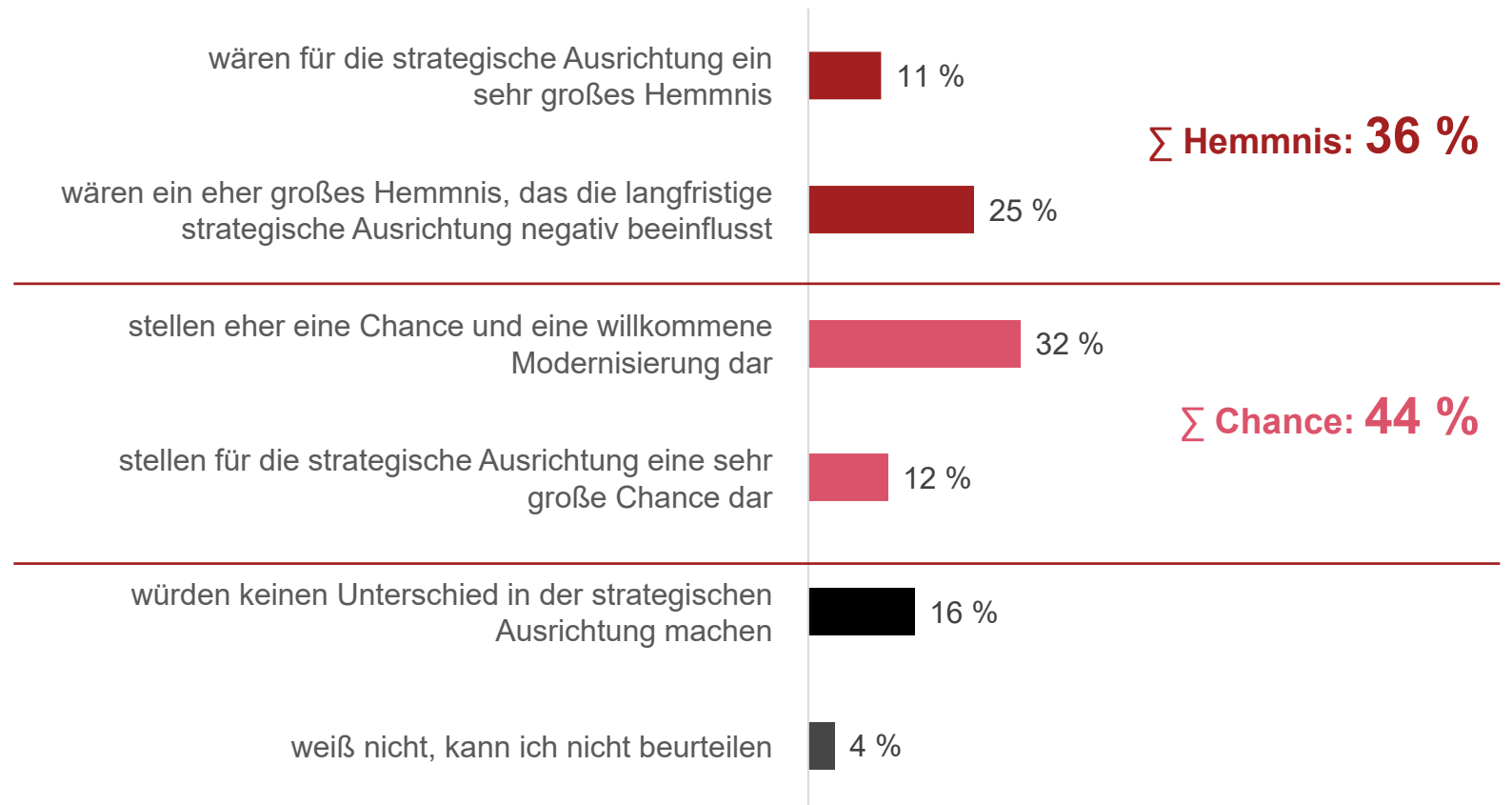
Basis: Manager der Automobilbranche, Hersteller: N = 66, Zulieferer: N = 87, Handel: N = 57 (Einfachnennung)

Frauen in Führungspositionen

Mehr Frauen in der Führungsetage: Hemmnis oder Chance?

Knapp die Hälfte der Automobilmanager erkennt in mehr Diversität eine Chance zur Modernisierung. Mehr als jede dritte Führungskraft im Automobilssektor betrachtet dagegen einen höheren Frauenanteil in den Chefetagen als Hemmnis für die strategische Ausrichtung.

Mehr Frauen in der Führungsetage der Automobilbranche ...

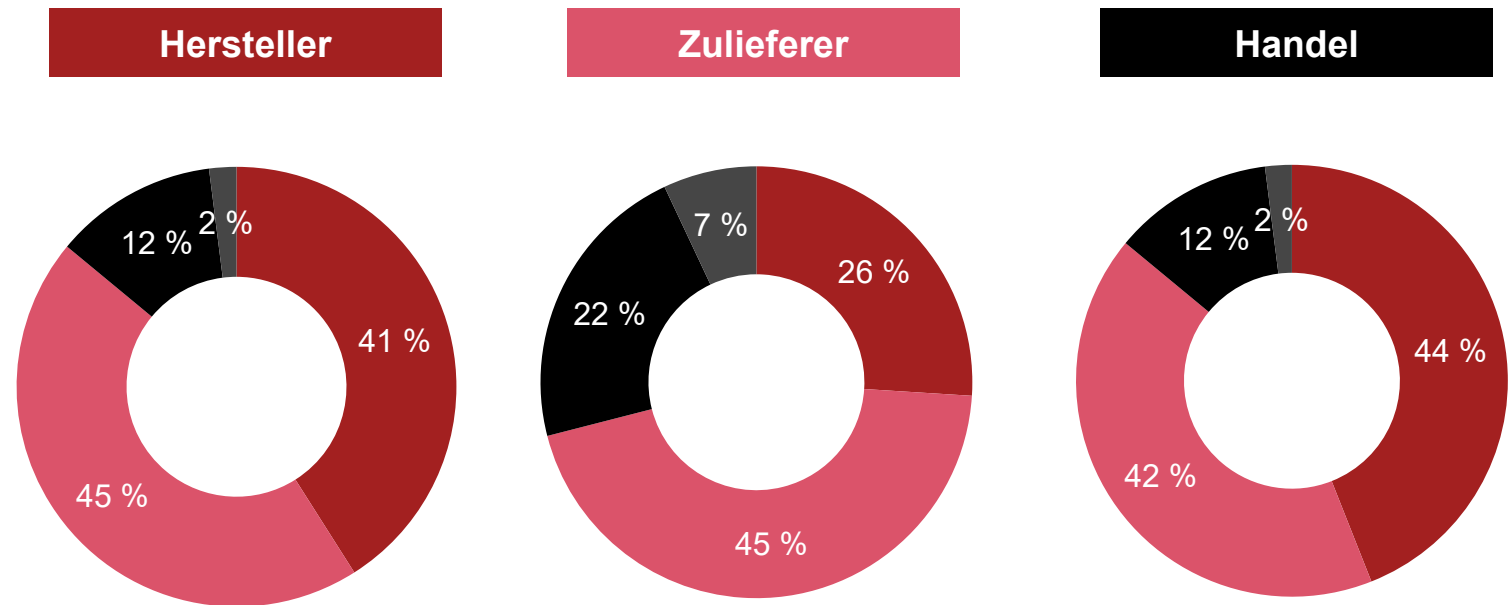


Frage 16: Wie bewerten Sie die noch immer große Dominanz von Männern in den Chefetagen der Automobilbranche? Welcher dieser Aussagen stimmen Sie am ehesten zu? Basis: Manager der Automobilbranche (Hersteller, Zulieferer, Handel), N = 210 (Einfachnennung)

Frauen in Führungspositionen

Mehr Frauen in der Führungsetage: Hemmnis oder Chance?

Vor allem Hersteller und Zulieferer stehen einem höheren Frauenanteil in Führungspositionen offen gegenüber.



Mehr Frauen in der Führungsetage der Automobilbranche wären für die strategische Ausrichtung ...

- ein sehr bzw. eher großes Hemmnis
- würden keinen Unterschied machen

- eine (sehr große) Chance
- weiß nicht, kann ich nicht beurteilen

Frage 16: Wie bewerten Sie die noch immer große Dominanz von Männern in den Chefetagen der Automobilbranche? Welcher dieser Aussagen stimmen Sie am ehesten zu? Basis: Manager der Automobilbranche, Hersteller: N = 66, Zulieferer: N = 87, Handel: N = 57 (Einfachnennung)

Über die Studie

Hintergrund und Untersuchungsansatz

B2B-Umfrage „Stimmungsbarometer Automotive 2020“

Hintergrund

Der Berichtsband stellt die Ergebnisse einer B2B-Onlinebefragung zum Thema „Stimmungsbarometer Automotive“ dar, die im Auftrag von PwC Strategy& durchgeführt wurde.

Untersuchungsansatz

- Erhebungsmethode: Onlinebefragung
- Zielgruppe: Manager der Automobilbranche (Hersteller, Zulieferer, Handel) in Unternehmen mit mindestens 500.000 Euro Jahresumsatz in Deutschland
- Stichprobengröße: N = 210
- Erhebungszeitraum: Januar/Februar 2020
- Durchführendes Marktforschungsinstitut: dynata

Statistik

B2B-Umfrage „Stimmungsbarometer Automotive 2020“

Branche

Automobilhersteller	31 %
Zulieferer	42 %
Automobilhandel	27 %

Anzahl Mitarbeiter in Deutschland

weniger als 100 Mitarbeiter	12 %
100 bis unter 250 Mitarbeitern	13 %
250 bis unter 500 Mitarbeitern	21 %
500 bis unter 1.000 Mitarbeitern	23 %
1.000 Mitarbeiter oder mehr	31 %

Jahresumsatz in Deutschland

500.000 bis unter 1 Mio. Euro	8 %
1 Mio. bis unter 2 Mio. Euro	10 %
2 Mio. bis unter 5 Mio. Euro	11 %
5 Mio. bis unter 10 Mio. Euro	14 %
10 Mio. bis unter 25 Mio. Euro	18 %
25 Mio. Euro oder mehr	39 %

Basis: Manager der Automobilbranche, N = 210 (Einfachnennung)

Statistik

B2B-Umfrage „Stimmungsbarometer Automotive 2020“

Position im Unternehmen

Geschäftsführung/Vorstand/ Mitglied der Geschäftsleitung	12 %
Führungskraft/höheres Management	33 %
mittleres Management/höhere Fachkraft mit Projektverantwortung	55 %

Berufsjahre in der Branche

seit weniger als 2 Jahren	2 %
seit 2 bis unter 5 Jahren	12 %
seit 5 bis unter 10 Jahren	29 %
seit 10 bis unter 20 Jahren	32 %
seit 20 Jahren oder mehr	25 %

Tätigkeitsbereich

Vertrieb	20 %
Produktion	18 %
bereichsübergreifend	15 %
IT	14 %
Forschung & Entwicklung	10 %
Einkauf	6 %
Marketing	4 %
Controlling/Finanzen	4 %
Distribution/Logistik	3 %
Financial Services	2 %
Human Resources	1 %
sonstiger Bereich	3 %

Basis: Manager der Automobilbranche, N = 210 (Einfachnennung)

Kontakt

B2B-Umfrage „Stimmungsbarometer Automotive 2020“

Pressekontakte:

Annabelle Kliesing

PwC Strategy& (Germany) GmbH
Bernhard-Wicki-Straße 8
80636 München

Telefon: +49 89 54525613

Mobil: +49 171 1686382

E-Mail: annabelle.kliesing@strategyand.de.pwc.com

Sven Humann

PricewaterhouseCoopers GmbH
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft
Moskauer Str. 19
40227 Düsseldorf

Telefon: +49 211 9812188

Mobil: +49 151 46715435

E-Mail: sven.humann@pwc.com

Impressum

B2B-Umfrage „Stimmungsbarometer Automotive 2020“

Dieses Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt.

Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsgesetz zugelassen ist, bedarf der vorherigen schriftlichen Zustimmung der PwC Strategy& (Germany) GmbH.

Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischer Form.

Eine Weitergabe an Dritte ist nicht gestattet.