

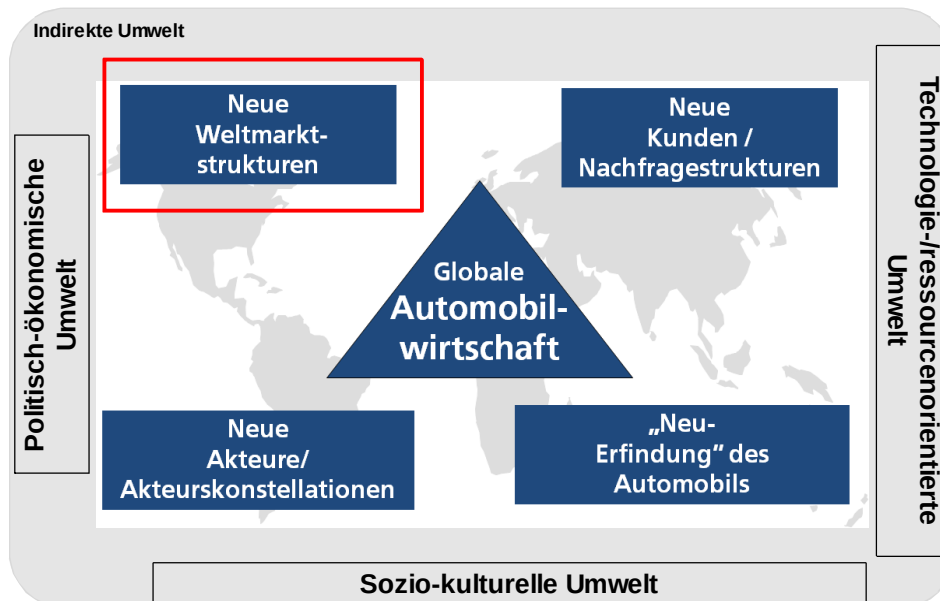
Die Neuordnung der globalen Automobilindustrie - Entwicklung und aktuelle Trends

Prof. Dr. Stefan Bratzel

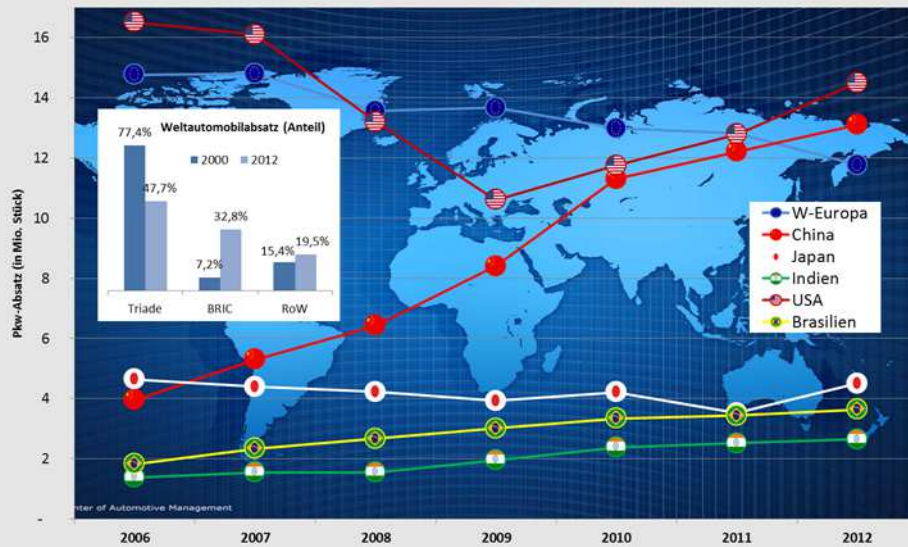
Vortrag

17. Zulieferforum der ArGeZ,
Zulieferinteressen im Spannungsfeld moderner Einkaufsstrategien
Düsseldorf, den 29. Januar 2013

Paradigmenwechsel: Globale Automobilindustrie in der Transformationsphase



Globale Pkw-Absatzrends: Neue Weltmarktstrukturen...



Globale Pkw-Absatzrends: Prognose 2013



2013 (Prognose Pkw-Absatz)



15,0 Mio.
(+5%)

leichte Erholung des Wirtschafts-,
Beschäftigungsklimas,
Nachholbedarf



13,8 Mio.
(+5%)

Verlangsamung des Wirtschafts-
wachstums, Normalisierung Pkw-
Zuwachs

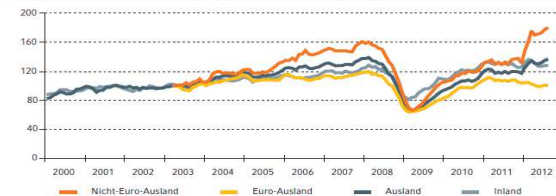


11,2 Mio.
(-5%)

Negative Wirtschafts-, und
Beschäftigungstrends (insb.
Frankreich, Italien, Spanien)

Auftragseingang Deutschland: Neuer Schwung aus dem außereuropäischen Ausland

Volumenindex, Autozulieferbranche saisonber. Monatswerte, gleitender 3-Monatsdurchschnitt, Index 2000=100



Quelle: Destatis, Commerzbank

Indirekte Umwelt

Politisch-ökonomische
Umwelt



Technologie-/ressourcenorientierte
Umwelt



Die am höchsten bewerteten Innovationen

1. Elektrische Antriebsmotoren

2. Fahrerassistenzsysteme

3. Intelligente Vernetzung

4. Leichtbauweise

5. Intelligente Vernetzung

6. Intelligente Vernetzung

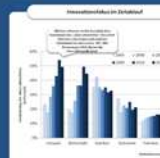
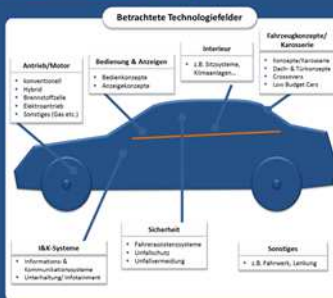
7. Intelligente Vernetzung

8. Intelligente Vernetzung

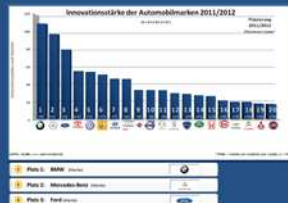
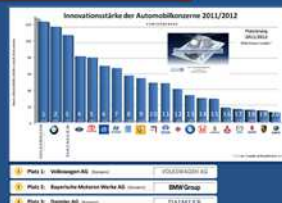
9. Intelligente Vernetzung

10. Intelligente Vernetzung

Innovationstrends

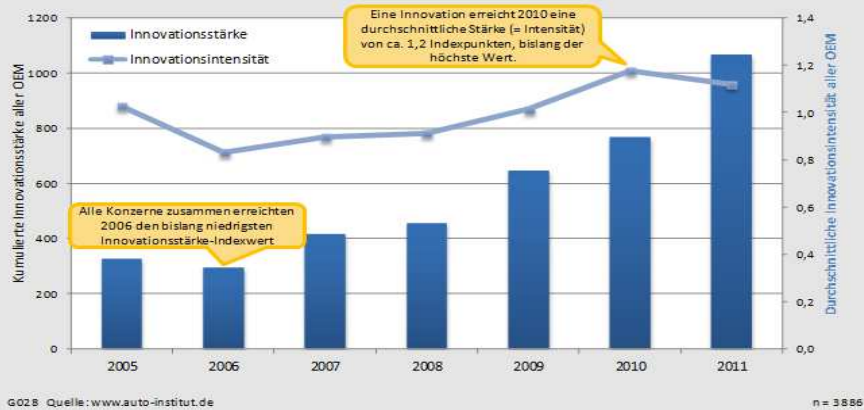


Innovationsleistungen der Automobilhersteller



Massive Zunahme der Innovationsanstrengungen der OEM

Gesamt-Innovationsstärke und -intensität aller OEM 2005-2011*

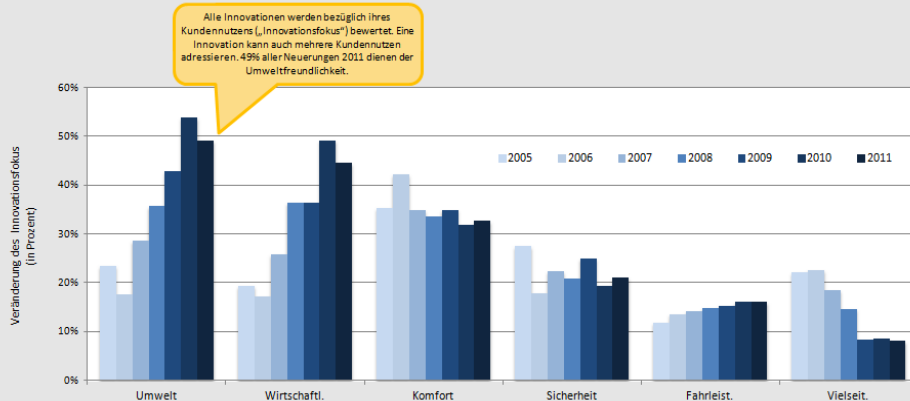


* Gesamt-Innovationsstärke: Kumulierte Innovationsstärke über alle OEM pro Jahr.
Gesamt-Innovations-Intensität = Relative Innovationsstärke, d.h. Innovationsstärke pro Neuerung,
Formel: Gesamt-Innovationsstärke / Anzahl der Innovationen aller OEM pro Jahr

Drastische Verschiebung des Innovationsfokus...

...Trend hin zu mehr umweltfreundlichen und der Wirtschaftlichkeit dienenden Innovationen.

Veränderung des Innovationsfokus im Zeitablauf



Mehrfachnennungen möglich, n = 3886

Dramatische Steigerung der Aktivitäten der Hersteller im Antriebsbereich

Entwicklung der Technologiefelder 2005-2011

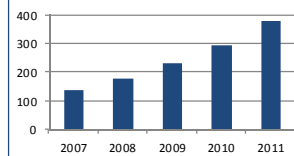


Anteil der Innovationen im Antriebsbereich

➤ 2010/11: >42%

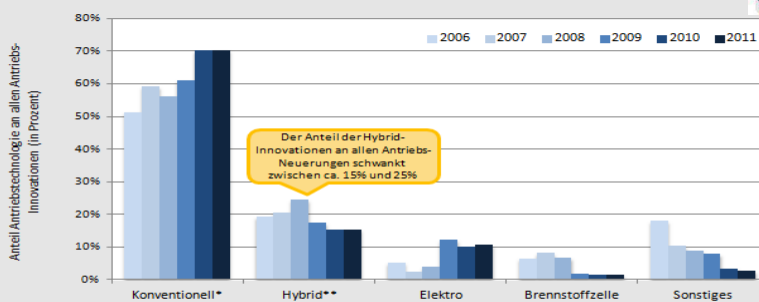
➤ 2005/6: ~25%

Anzahl der Innovationen im Antriebsbereich

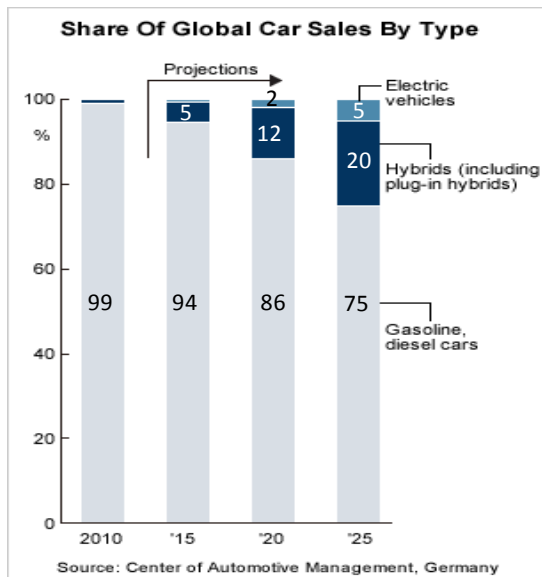


70 % der Antriebs-Innovationen sind im konventionellen Bereich

Verteilung der Antriebsinnovationen im Längsschnitt***



*** Konventionell: Diesel- oder Benzinmotor, inkl. Start-Stopp-Systeme + Rekuperation. Hybrid: Kombination aus konventionellen Motoren mit mindestens einem Elektromotor, Mild- und allen Arten von Vollhybriden inkl. seriellen und Plug-In-Hybriden. Elektro: rein elektrischer Antrieb ohne Verbrennungsmotor. Sonstiges: insb. „Multi“- oder „Flexi-Fuel“-Motoren, die neben Benzin z.B. mit Erdgas (CNG), Autogas (LPG) oder mit Ethanolvarianten (E85 oder E100) zu betanken sind.

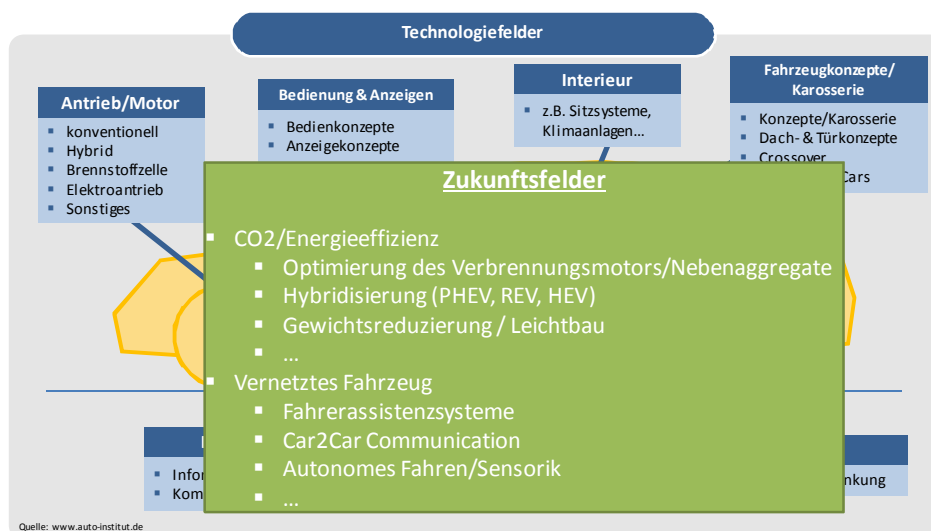


Stand: März 2009/Juni 2012

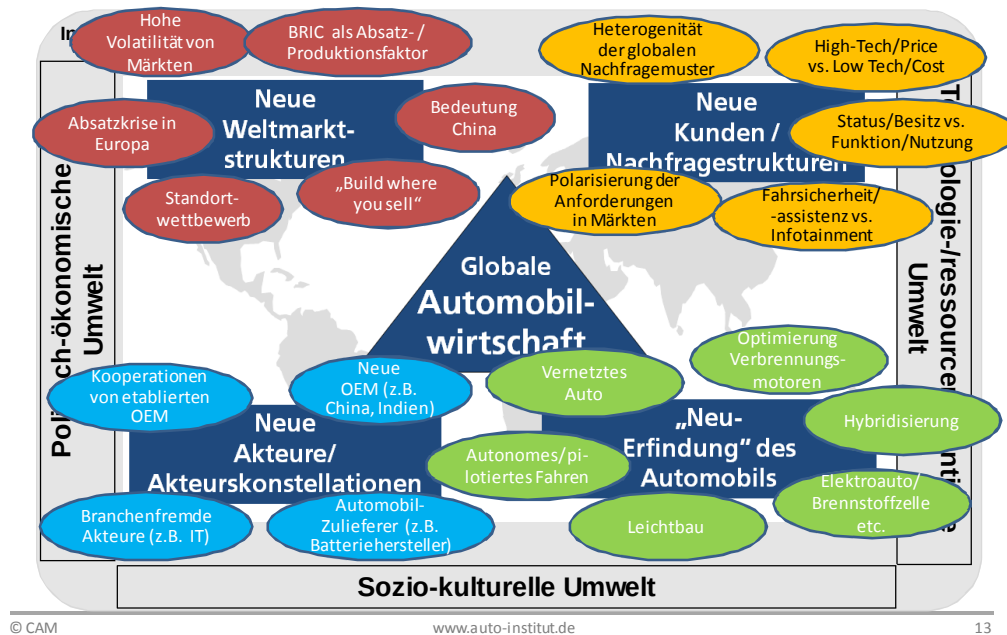
▪ Konventionelle Benzin- und Dieselmotoren bleiben in den nächsten 15 Jahren die dominierende Antriebsform von Pkw), allerdings verbrauchs- und emissionsoptimiert!

▪ Anteil von Pkw mit hybriden Antrieben (Mild-/ Vollhybrid/ Plug-in Hybrid, REEV) steigt bis auf rund 20% im Jahr 2025.

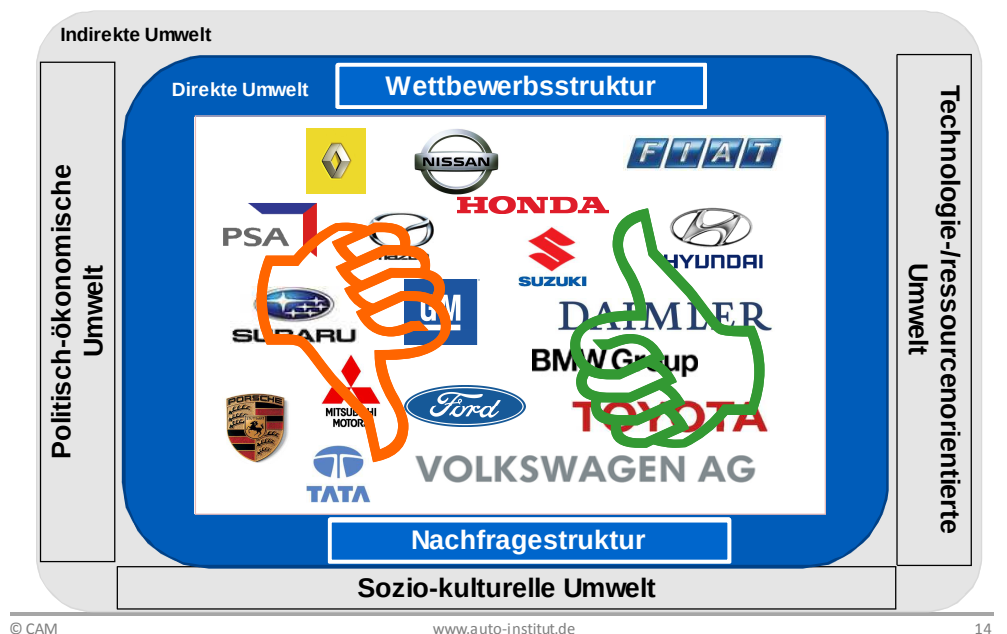
▪ Reine E-Autos werden in 2025 auf ca. 5% der Neuwagen kommen.

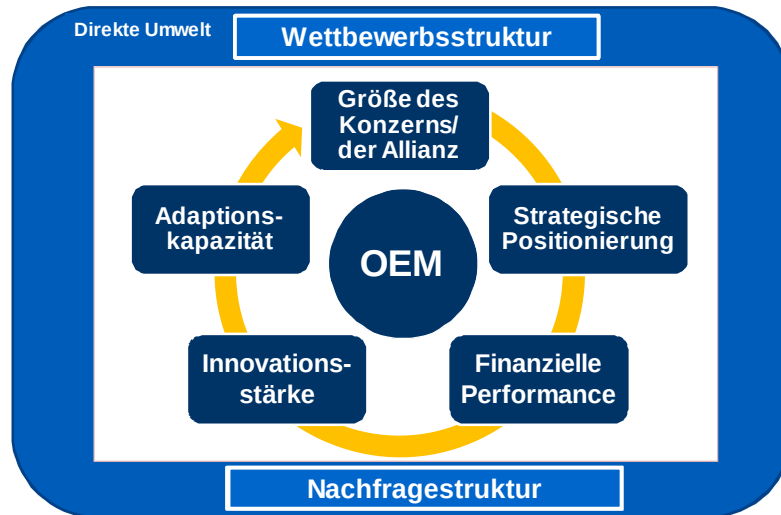


Zwischenfazit: Neue Rahmenbedingungen für die Automobilindustrie



Erfolgsfaktoren von globalen Automobilherstellern und Zulieferern



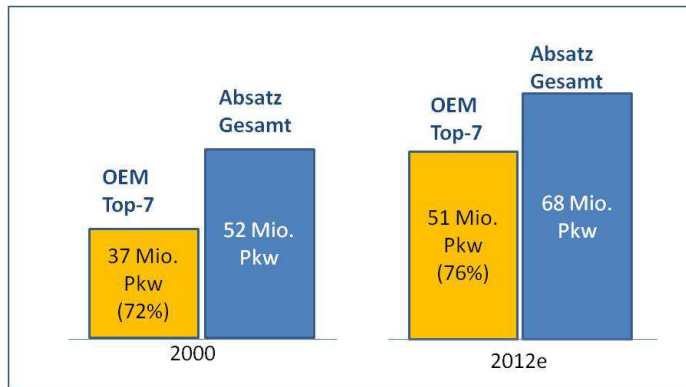


Survival of the Fattest?



Quelle: bodygeeks.com; CAM

- Konsolidierungstendenzen bei globalen OEM...
...überdurchschnittliches Wachstum der großen Player/Marktmacht steigt....



TOYOTA
VOLKSWAGEN AG



Künftig: Wenige große Automobilhersteller und Allianzen dominieren den Weltmarkt und definieren zunehmend die Spielregeln der Branche

Beispiel Volkswagen: MQB



Ziele MQB

- 3,5-4 Mio. Fahrzeuge im Jahr
- rund 40 Modelle / konv.+alt. Antriebsarten
- ggf. auf den gleichen Bändern (Mod. Fabrik)

Vorteile MQB

- Materialkosten: - 20 Prozent,
- Investitionen in Produktionsanlagen: - 20 Prozent
- 30 Prozent schnellere Fertigung
- Reduktion von Gewicht und Emissionen
- Gesamtkosteneinsparung MQB: ca. 1.500 Euro/Fzg. (ggüber früher)

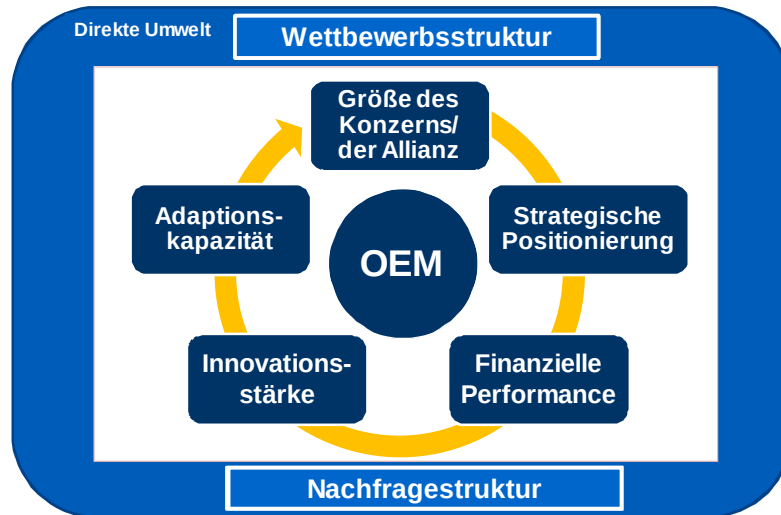
Konsequenzen für Zulieferer

- Global sinkende Anzahl von Aufträgen pro OEM/Allianz
- Steigendes/hohes Volumen pro Auftrag
- Übernahme höherer Wertschöpfungsanteile
- Bedeutung von Innovation und Produktqualität
- Weiter **steigender Kostendruck**/Zwang zur EoS, Prozessoptimierung, flex. Kostenstrukt.
- Global Footprint
- Local sourcing
- Aufbau von Tech-Baukästen von Suppliern



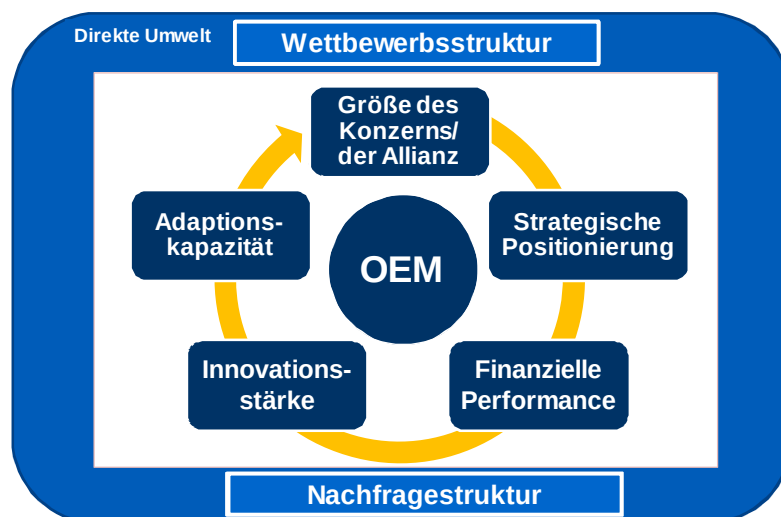
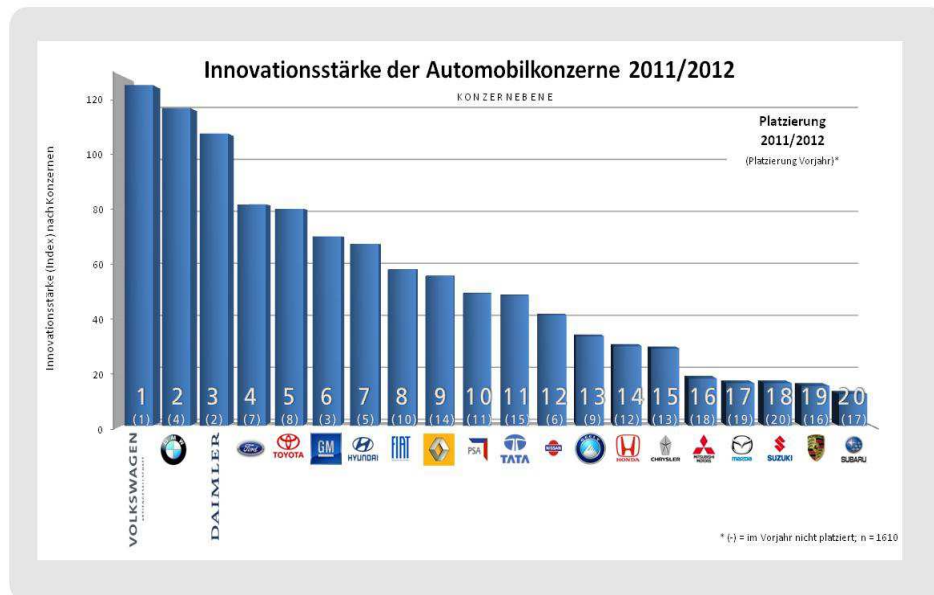
Strategische Marktpositionierung ausgewählter Automobilhersteller (2012)

Automobilhersteller	Stärken	Schwächen	Gesamt
	China, USA, Russland, Brasilien	Europa	
TOYOTA	USA, Japan, Südostasien	Europa, Brasilien, China	
VOLKSWAGEN AG	Europa, China, Brasilien, Russland	USA (aber mit Wachstum), Indien	
	USA, China, Indien, Europa, Russland	Brasilien	
	USA, Russland, China	Europa, Indien	
	USA, Brasilien	China, Europa (Neg-tendenz), Indien	



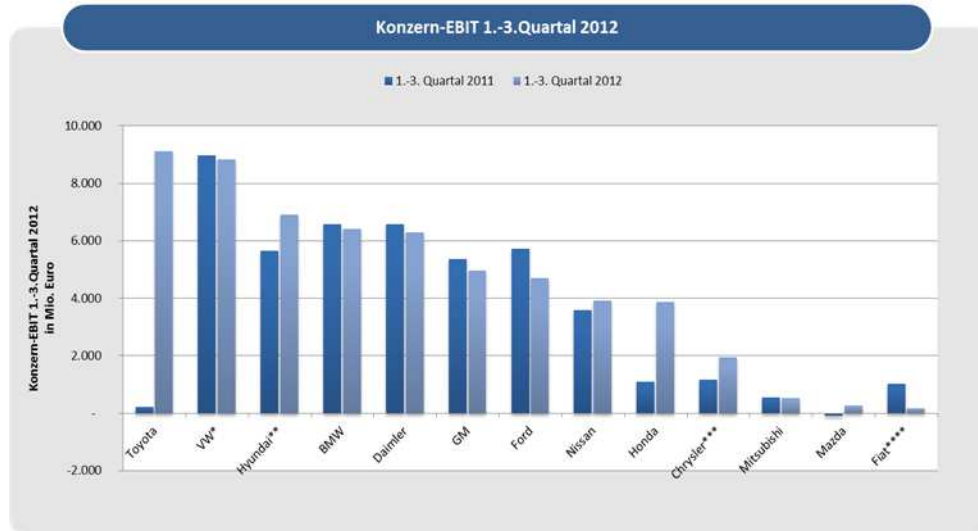
Methodik: Quantitative und qualitative Bewertung pro Innovation





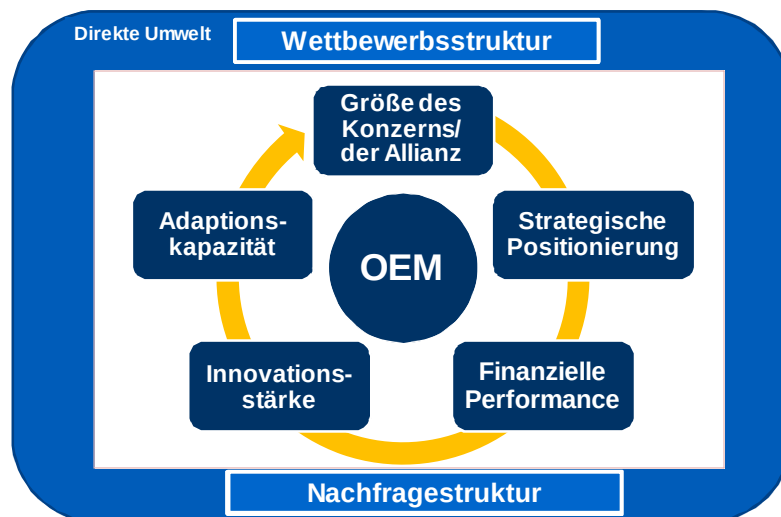
Automobilhersteller: Konzerngewinn (EBIT, abs.) 2012 (1.-3. Qtl.)

Die globalen Automobilhersteller steigern den kumulierten Gewinn um rund 30 Prozent



*inkl. Porsche **inkl. Kia (unkonsolidiert) ***ohne Fiat ****ohne Chrysler

FAZIT: Neuordnung der globalen Automobilhersteller (und Zulieferer)





© CAM

www.auto-institut.de

27

Neuordnung der globalen Automobilhersteller

High Performer

VOLKSWAGEN AG

TOYOTA



BMW Group

DAIMLER

- Top-Player mit hoher künftiger Erfolgswahrscheinlichkeit
- Bestimmen die „Rules of the Game“ / „aktiver Konsolidierer“
- Premiumhersteller sind auf Kooperationen angewiesen

Medium Performer



- Hohe Überlebenswahrscheinlichkeit, aber Defizite bzgl. strategischer Erfolgsfaktoren.
- Gefahr eines „Stuck-in-the-middle“ bzw. Abstiegs
- ...

Low Performer

HONDA



SAIC, FAW, BAIC, Dong-feng, BYD, ...



- Heterogenes Feld mit mittlerer/niedriger Überlebenswahrscheinlichkeit, aufgrund erheblicher strateg. Defizite (Größe, Innovationskraft, etc.)
- Pot. Übernahmekandidaten
- ...

© CAM

www.auto-institut.de

28

Hans Böckler
Stiftung

Fakten für eine faire Arbeitswelt.



Transformationsstrategien
von mittelständischen
Automobilzulieferunternehmen
unter Berücksichtigung dynamischer
Umweltbedingungen

Projektleitung: Prof. Dr. Stefan Bratzel
Projektbearbeitung: Stefan Graessner MA/BA, Niels Hauke MA/BA

CENTER OF
AUTOMOTIVE
MANAGEMENT



Fragestellung

- Welche Strategien von mittelständischen Automobilzulieferern erweisen sich als erfolgversprechend?
- Wie können KMU sich vor dem Hintergrund enormer Veränderungen (Märkte, OEM, Einkaufsbedingungen, Technologien, etc.) sinnvoll und nachhaltig positionieren?

Wir sind offen für Ihre Anregungen... (z.B. Integration als Fallstudie anonym)

Sprechen Sie uns an!

Fazit



„Es sind nicht die stärksten der Spezies, die überleben, nicht die intelligentesten, sondern die, die am schnellsten auf Veränderungen reagieren können“

Vielen Dank für die Aufmerksamkeit!

FRAGEN?

Kontakt

Center of Automotive Management (CAM)

Prof. Dr. Stefan Bratzel Direktor

Langemarckweg 31
51465 Bergisch Gladbach
Germany

Phone: +49 (0) 22 02 / 2 85 77 - 0
Fax: +49 (0) 22 02 / 2 85 77 - 28

E-Mail: info@auto-institut.de
Web: www.auto-institut.de



www.facebook.com/autoinstitut



Impressum

Firma

Dr. Bratzel Center of Automotive Management GmbH & Co. KG (CAM)
Director: Prof. Dr. Stefan Bratzel
Responsible for the contents: Prof. Dr. Stefan Bratzel
Authors: Prof. Dr. Stefan Bratzel, Dipl.-Kfm. Ralf Tellermann

Rommerscheider Str. 103
51465 Bergisch Gladbach
Germany

Büroadresse

Center of Automotive Management
Langemarckweg 31
51465 Bergisch Gladbach
Germany

Phone: +49 (0) 22 02 / 2 85 77 - 0
Fax: +49 (0) 22 02 / 2 85 77 - 28
E-Mail: info@auto-institut.de

Disclaimer and Copyright

All information in this survey has been carefully checked. It was written by use of scientific methods on the basis of the specified sources and literature. However, we cannot guarantee that the material contained is complete, correct and absolutely up to date. CAM rules out any liability for damages incurred directly or indirectly from the use of this survey.

All rights reserved. All contents (texts, tables, databases, images, graphics, as well as their grouping) in the survey is subject to the protection of copyright and other protection laws. The contents of this survey may not be duplicated, distributed, changed, or made accessible to third parties in any form beyond the limits of copyright law, without prior written approval of CAM. Only subject to these conditions the survey can be offered for a reasonable price, since it is the result of complex scientific research. The reproduction of usage names, trade names, and product identifications does not authorize the assumption that such names might be free according trademark protection law and thus available for use by any person.

Copyright © 2012 by Center of Automotive Management