

Wie Phönix aus der Asche? Zukunft der Automobilindustrie in Deutschland

Impulsvortrag und Podiumsdiskussion, Hannover, 21.1.2014

Dr. Wolfgang Schade

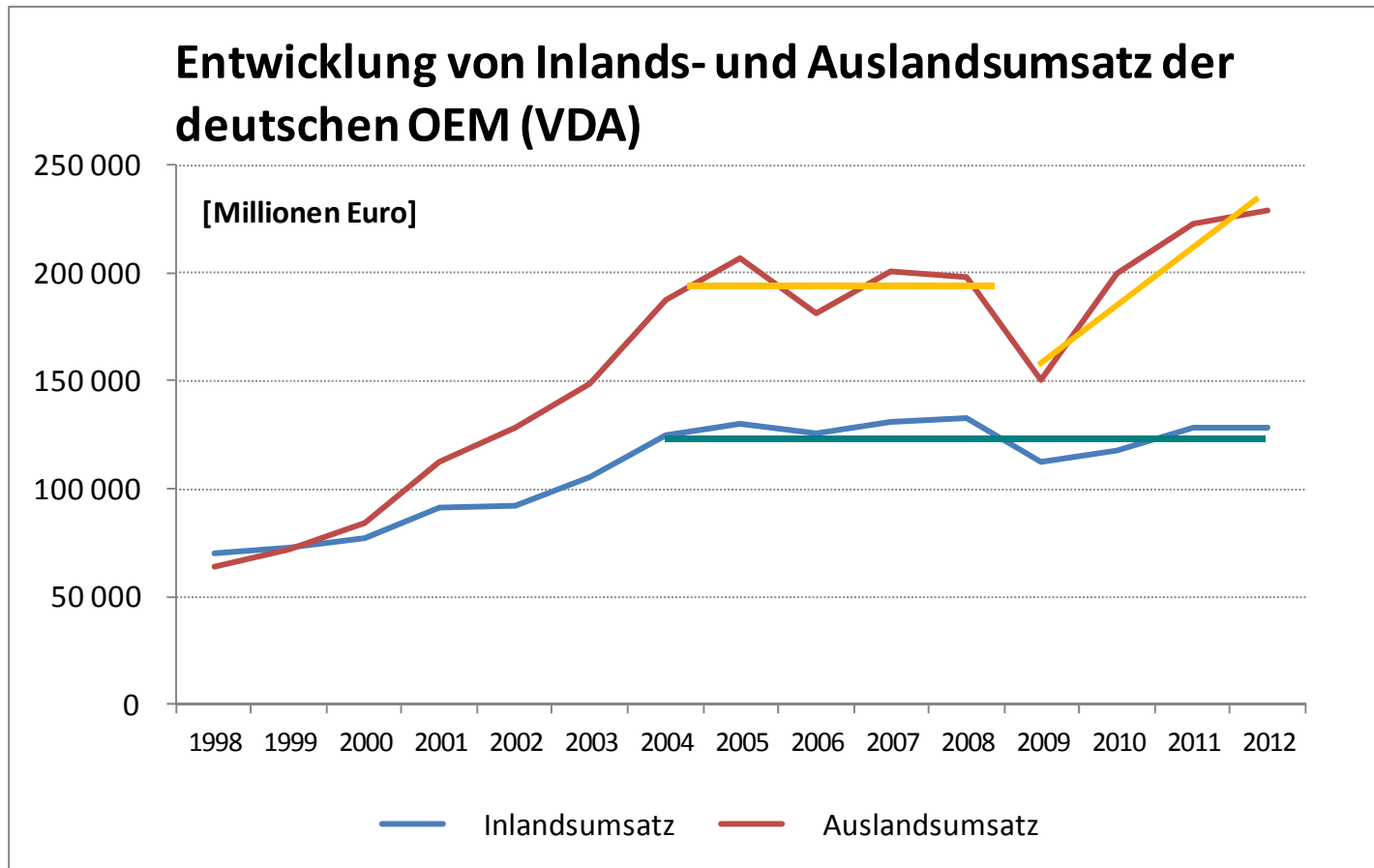
Leiter Geschäftsfeld Verkehrssysteme
Fraunhofer Institut für System- und
Innovationsforschung ISI, Karlsruhe



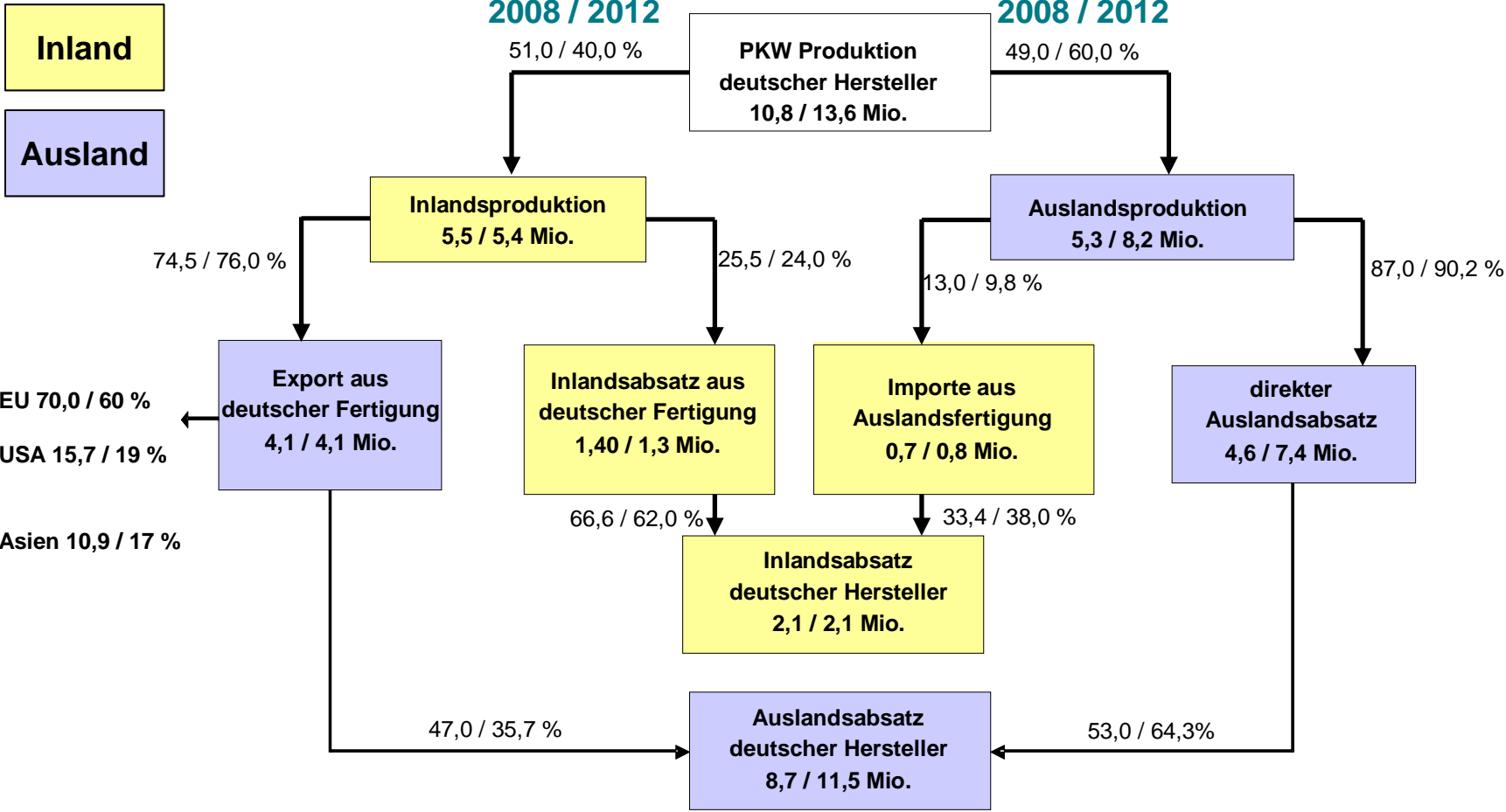
Agenda

- Produktion und Markt der deutschen Automobilindustrie
- Herausforderungen
- Entwicklungsszenarien
- Handlungsoptionen

Dynamik von Inlands- und Auslandsumsatz



Veränderung von Produktion und Absatz deutscher OEM – 2008 / 2012



Pfeiler der Wertschöpfung in Deutschland Premiumsegment und F&E

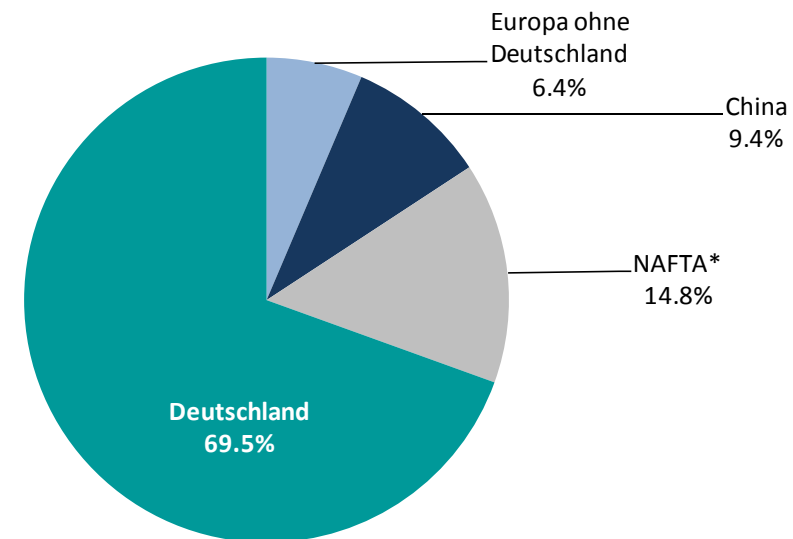
F&E Investition in 2012 durch deutsche
Automobilindustrie (WZ 29):

- 16 Mrd. Euro interne F&E
- 6 Mrd. Euro externe F&E
- Rund ein Drittel aller F&E in
Deutschland

- Rund 90.000 F&E Beschäftigte in
Automobilindustrie in 2011

- Rund 35% der globalen F&E
Wertschöpfung in Europa

Abbildung 2: Produktion der Oberklasse nach Regionen
2010, Anteile in Prozent

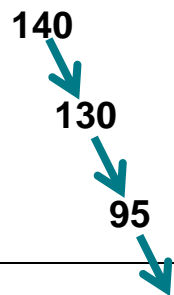


Herausforderungen und Perspektiven

- Stagnation in der Triade (Europa, USA/Kanada, Japan/Südkorea)
- Wachstum in den BRIC Staaten bzw. weiteren Schwellenländern
- Demografischer Wandel
- Reurbanisierung und Mega-Cities
- Neue Informationstechnologien und Verhaltensänderungen
- Verknappung fossiler Energieträger
- Risiken für die globale Entwicklung



- **Perspektiven:**



Entwicklungsszenarien

- Global erfolgreich – in Deutschland verwurzelt
- Global erfolgreich – regional aufgestellt
- Produktion top – Dienstleistung Flop
- Anschluss verpasst! Innovativ sind die anderen

Entwicklungsszenarien und Wild Cards

	Markt- erfolg der Produkte	Premium und FuE	Innovation	Mobilitäts- dienst- leistung
Global erfolgreich in Deutschland verwurzelt	Global	In D	Effizienz Alternativen Leichtbau, etc.	OEM aktiv
Global erfolgreich – regional aufgestellt	Global	In D, auch in China, ohne Zulieferer	Effizienz Alternativen Leichtbau, etc.	OEM aktiv
Produktion top – Dienstleistung Flop	Global	In D, auch in China, ohne Zulieferer	Effizienz Alternativen Leichtbau, etc.	Andere OEM Google & Co
Anschluss verpasst! Innovativ sind die anderen	Abnehmend	Schwächen	Andere OEM innovativer	Andere OEM Google & Co

Handlungsoptionen

- Ohne Eintritt von Risiken:
 - Ziel: substanzieller Teil der Wertschöpfung und Beschäftigung in Deutschland.
- Mit Eintritt von Risiken:
 - Ziel: adaptierbare Strategien für den zukünftigen Erfolg der Automobilindustrie.

- Anreize für Innovationen bei Energieeffizienz, Leichtbau und E-Mobilität
- Förderung der Forschung an Hochleistungsbatterien (Ziel: eigene Produktion in D)
- Durchlässigkeit von Mitarbeitern zwischen Produktion und F&E
- Industriepolitik für regionale automotive Cluster, speziell KMU-Zulieferer, Konversion bei regionaler Abwanderung der Automobilindustrie

- „Ingenieurskunst“ und „Made in Germany“ als Marke etablieren
- Führung der Marke nur mit Produktion in Deutschland möglich
- IAA aufwerten und den positiv besetzten Marken verknüpfen

Handlungsoptionen (2)

- Langfristig stabile Unternehmensziele festlegen – aber adaptierbare Strategien wählen
 - Qualifizierung und Förderung älterer Kollegen, ggf. Perspektivwechsel von/nach F&E
 - Sensibilisierung der Unternehmen für Wandel durch alternative Antriebe
 - Energiewende auch bei der Versorgung der Automobilindustrie
 - Rohstoff- und Recyclingstrategie für Unternehmen etablieren
-
- Finanzierungsbasis des Verkehrs sichern – Instrumente nur mit (Gegen-)Finanzierung
 - Sensibilisierung für Peak Oil – Wachstumspfade für Kraftstoffpreise vordenken
 - Unterstützung der Entwicklung und Einführung neuer Mobilitätskonzepte
 - Ausbau der (Mobilitäts-) und Kraftstoffstrategie zu einer Mobilitätsstrategie



Dr. Wolfgang Schade

Leiter des Geschäftsfeldes Verkehrssysteme

Fraunhofer Institut für System- und Innovationsforschung (ISI)

Breslauerstr. 48, 76139 Karlsruhe

Fon: +49 721 6809 353

Fax : +49 721 6809 135

w.schade@isi.fraunhofer.de

Kurzbeschreibung der Szenarien bis 2030

Die vier Szenarien sollen ein möglichst kontrastreiches Bild bieten. Sie sollen vor allem eine Unterstützung leisten, hinsichtlich der Beurteilung möglicher Entwicklungen der Beschäftigung in der Automobilindustrie und bei ihren Zulieferern (AI) in Deutschland.

- **Global erfolgreich – national verwurzelt:** die AI vermarktet ihre Produkte global erfolgreich, setzt auf Innovationen, erschließt neue Märkte bei Mobilitätsdienstleistungen und bleibt mit wesentlichen Teilen ihrer Produktion in Deutschland verwurzelt. Dies ermöglicht einen Zuwachs der Beschäftigung in D.
- **Global erfolgreich – regional aufgestellt:** auch hier gelingt es der AI ihre Produkte global erfolgreich abzusetzen, das Tempo bei Innovationen von Technologie und Mobilitätsdienstleistungen hochzuhalten, aber die Produktion wandert zu großen Teilen in die Absatzmärkte und verlässt damit D. Die Beschäftigung in D stagniert und die Bereitstellung von Mobilitätsdienstleistung hat einen signifikanten Beitrag während Beschäftigung in der Produktion deutlich rückläufig ist.
- **Produktion top – Dienstleistung flop:** Innovative Produkte bilden weiter die Basis des Geschäftsmodells der AI aber ein großer Teil der Produktion erfolgt in den Absatzmärkten. Der Einstieg in neue Mobilitätsdienstleistungen gelingt nicht, so dass kein zweites Standbein aufgebaut wird. Die Beschäftigung in der AI in D geht zurück.
- **Anschluss verpasst – Innovativ sind die anderen:** bei innovativen Technologien wie Plug-In-Hybride, Urban BEVs, Brennstoffzellenfahrzeuge, Connected Cars überholen die Wettbewerber aus Asien (Japan, Korea, China). Der Absatz der deutschen AI geht zurück. Mit ihren veralteten Produkten gelingt es auch nicht die Mobilitätsdienstleistungen in attraktiver Form anzubieten. Die Beschäftigung in der AI in Deutschland bricht ein.