

Globaler Beratungsriese KPMG
befragte Auto-Executives

Optimismus beim Wachstum, Zurückhaltung bei E-Mobilität

Wie schaut die Autobranche nach drei Krisenjahren in die **Zukunft**? Das Consulting-Unternehmen KPMG hat Führungskräfte aus der Industrie befragt – und teils überraschende Antworten erhalten.

ANDREAS FAUST

Deutschland ist ein Autoland. Bei unserem nördlichen Nachbarn arbeitet etwa jeder 37. Beschäftigte in der Autobranche. Und in der Schweiz? Ist sogar jede 23. in der Autobranche angestellt! Macht in absoluten Zahlen rund 224 000 Beschäftigte. **«Was weltweit in der Auto- und Zuliefererindustrie passiert, fällt uns auch in der Schweiz auf die Füsse»**, räumt Roman Wenk (50) mit dem alten Vorurteil auf, die Schweiz habe keine Autoindustrie, weil es hier keine Hersteller gibt.

Wenk leitet den Sektor Automotive bei der Schweizer Ländergesellschaft von KPMG. Zum 23. Mal erhob das global tätige Wirtschaftsprüfungs- und Beratungsunternehmen im letzten Jahr die Einschätzungen und Erwartungen von Auto-Kaderleuten für die Zukunft ihrer Branche. Dabei standen 915 Führungskräfte aus 30 Ländern – darunter sechs aus der Schweiz – Rede und Antwort.

Grösste Überraschung für Wenk: «Der Optimismus in der Autoindustrie ist viel grösser als im letzten Jahr.» Rund 83 Pro-



Roman Wenk leitet den Sektor Automotive von KPMG Schweiz

zent der Befragten erwarten, dass die Autoindustrie in den kommenden fünf Jahren wieder profitabel wächst. Trotz des russischen Angriffskriegs gegen die Ukraine? **«Im Gegensatz zu Corona und der Chipkrise, die sich entspannt hat, hat der Krieg deutlich weniger Auswirkungen auf die Branche.»** Was die Zuversicht befeuert, seien auch hohe Lagerbestände, dank derer die Lieferrückstände der letzten Jahre schnell aufgeholt werden könnten. Im letzten Jahr wurden weltweit rund 3,6 Millionen Autos weniger gebaut als erwartet.

Dafür kehrt Ernüchterung bei der Elektromobilität ein. Noch im letzten Jahr erwarteten die Befragten für 2030 einen Elektroauto-Anteil von je nach Region bis zu 70 Prozent an den Neuwagenverkäufen – jetzt liegt die Schätzung bei maximal 40 Prozent. **Woran liegt's? Die Energiethematik und die Entwicklung der Infrastruktur beeinflussen laut Wenk die Erwartungen:** «Elektrofahrzeuge kommen, ganz klar. Aber es geht etwas langsamer als gedacht.» Letztlich entscheide der Konsument, wie schnell sich die E-Autos durchsetzen.

In den kommenden vier Jahren werden laut KPMG global rund 160 neue Elektro-Modelle lanciert. Welche Marken sehen die Auto-Executives künftig vorne? Nicht die Etablierten: **Als Technikleader werden bis 2030 Elektropionier Tesla, der chinesische Huawei-Konzern und Google-Tochter Waymo erwartet.** Bei den Verkäufen dürfte ebenfalls Tesla führen; dahinter sehen die Befragten Audi, BMW und neu Apple vor Ford. Tatsächlich Apple auf Platz 4, denn 66 Prozent sind sich sicher, dass der iPhone-Erfinder ein Auto lancieren wird – wie auch Google, Amazon und Huawei. Entscheidend für den Erfolg werde laut der Studie sein, wie gut eine Marke bei Image, Datensicherheit und Fahrverhalten der Autos aufgestellt sei.

Elektroantriebe lassen dabei neue chinesische Hersteller aufholen – die Verbrenner-Erfahrung der Etablierten ist nichts mehr wert. «Tesla hat gezeigt, dass auch neue Player den Markt aufrollen können», sagt Wenk. Aber gleichzeitig seien neue Hersteller auch auf Kooperationen angewiesen – auch in der Schweiz: «Auch neue Marken brauchen Service-





«ELEKTROFAHRZEUGE KOMMEN. ABER LANGSAMER ALS GEDACHT»

Roman Wenk



betriebe und Werkstätten. Da eröffnen sich Möglichkeiten für Etablierte.»

Hat die Branche den Wandel schon verstanden? «Die Zulieferer definitiv, auch in der Schweiz», so Wenk. Sie steckten mitten in der Transformation und hätten in den letzten drei Krisen-jahren gelernt, sich agiler und flexibler aufzustellen. Sie investieren in Digitalisierung und holen sich durch Akquisitionen neues Know-how ins Haus. «Und sie verhandeln sehr gut; sie konnten die gestiegenen Rohstoffpreise und Fertigungskosten an die Hersteller weitergeben.» Gerade Schweizer Zulieferer könnten in Zukunft profitieren, wenn europäische Hersteller ihre Lieferbeziehungen lokaler aufstellen, weil nach den Erfahrungen der letzten Jahre globalisierte Lieferketten «ein Fragezeichen tragen.»

Den grössten Umbruch erwarten die Befragten der KPMG-Studie beim Vertrieb. **Rund 70 Prozent rechnen damit, dass 2030 über die Hälfte der Autos online verkauft werden.** «Der Generationenwechsel bei den Neuwagenkäufern beschleunigt die Entwicklung noch», meint Wenk. Inzwischen könnten sich

auch in digitalen Zeiten Aufgewachsene schon neue Autos leisten: «Unsere Generation will das Auto noch vorher anfassen, aber sie haben kein Problem mit dem Online-Kauf.»

Die Hersteller können nun aber auch höhere Preise erzielen: «Nach Corona haben sich in der Schweiz viele Käuferinnen und Käufer gesagt: Wenn ein neues Auto, dann ein richtiges.» **Zudem wurden in der Zeit des Chipmangels Margen-trächtige Modelle bevorzugt gebaut, während günstige nicht zu haben waren.** Auch das trieb die Preise. «Mit unsicherem Wirtschaftsausblick gewinnen günstigere Autos wieder an Bedeutung. Insgesamt rechnen die Befragten unserer Studie mit global drei bis sechs Prozent Wachstum jährlich bis 2030. Und der Optimismus gilt auch für die Schweiz», zeigt sich Wenk zuversichtlich.

Was bedeutet das für die Garagisten in der Schweiz? «Die Hersteller wollen immer mehr zentralisieren, auch um die Preise festsetzen und Rabatte ausschliessen zu können», erklärt Wenk. Gut 62 Prozent der befragten Kaderleute gehen davon aus, dass Kunden künftig für

1 Produktion (bei Mercedes) auf Hochtouren. KPMG rechnet mit drei bis sechs Prozent Absatzwachstum jährlich. **2 Optionen per App.** 62 Prozent der Befragten erwarten, das wir künftig für digitale Funktionen zahlen. **3 Der Vorsprung schmilzt.** Dennoch sieht die Mehrheit der Auto-Executives Tesla (Bild: Tesla Roadster) technisch und beim E-Auto-Verkauf 2030 vorne.

vom Hersteller bezogene Zusatzfunktionen per Softwareupdate zahlen werden – nur ein Geschäft neben sinkendem Wartungsbedarf bei E-Autos, das Händlern verloren gehen wird. Die Netzdicke werde sich ausdünnen, ist sich Wenk sicher. **Grössere Händler mit mehr Kompetenzen dürften Vorteile haben, kleinere werden sich zusammenschliessen.** Letzten Endes würden die guten Betriebe überleben und jene Händler eingehen, die auch bisher Schwierigkeiten hätten.

Antworten die Studienteilnehmer wirklich realistisch – oder sind manche Einschätzungen der Auto-Kader Wunschenken? «Zum Teil schon», gibt Wenk zu. Vor allem, wenn man die Ergebnisse von Jahr zu Jahr vergleiche. Beispiel Marktanteil für Elektrofahrzeuge: **In der Euphorie des letzten Jahres erwarteten die Befragten 50 Prozent fürs Jahr 2030 – jetzt nur noch 24 Prozent.** «Über die Jahre hinweg werden die Einschätzungen immer realistischer.» Das könnte auch für dieses Ergebnis der Studie gelten: 70 Prozent erwarten, dass wir 2030 schon mit Senkrechtstarter-Flugzeugen unterwegs sein werden ●