

Ferdinand Dudenhöffer: “2012 wird ein schweres Jahr”

19. Dezember 2011



Im Interview: Ferdinand Dudenhöffer.

Der Automobilexperte ist Inhaber des Lehrstuhls für Allgemeine Betriebswirtschaftslehre und Automobilwirtschaft an der Universität Duisburg-Essen. Im Interview mit automotive IT warnt Dudenhöffer vor dem Absturz im Jahr 2012 und den sich langsam aufbauenden Überkapazitäten. Ein Ausblick.

Herr Dudenhöffer, wie bewerten Sie die Aussichten für die deutsche Automobilindustrie im Jahr 2012?

Die Automobilindustrie muss sich 2012 auf ein sehr schweres Jahr einstellen. Davon müssen wir nach heutiger Erkenntnis ausgehen. In Europa prognostizieren wir einen Nachfrageeinbruch von rund fünf Prozent. Das entspricht einem Volumen von 670 000 Fahrzeugen. Auf den Punkt gebracht: Es wird das schlechteste Jahr in Westeuropa seit 18 Jahren. Und andere Märkte wie China werden das nicht überkompensieren können. Die Konjunktur-Lokomotive aus dem Reich der Mitte läuft nicht mehr so unter Dampf wie in den vergangenen Jahren. Der Markt in China wird nur um vier Prozent zulegen. Und wir verzeichnen jetzt schon erste dunkle Wolken, weil Teilbereiche wie die Light Commercial Vehicles sich bereits im Abwärtstrend befinden.

Können denn die Vereinigten Staaten – in den USA herrscht ja derzeit eine ausgesprochene Konsumfreude – etwas an der Situation ändern oder sie wenigstens mildern?

Die Vereinigten Staaten werden die Abkühlung in Europa in einem gewissen Grad ausgleichen können, aber nicht alles. Der Markt dort liegt im Schnitt bei 16 Millionen Zulassungen jährlich und momentan bei 12 Millionen verkauften Fahrzeugen. Da ist also noch Potenzial im nächsten Jahr. Aber ein überschaubares, weil die Amerikaner auch ihre Staatsschulden in den Griff bekommen müssen. Und Japan ist noch nicht wieder auf Kurs. Wir gehen also davon aus, dass der globale Markt 2012 im Vergleich zu diesem Jahr gleich bleibt. Der Einbruch erfolgt eindeutig in Westeuropa. Die deutschen Autobauer und

Zulieferer, die ihren Schwerpunkt in dieser Region haben, werden sich damit auseinandersetzen müssen.

Wen trifft das besonders?

Gerade für Ford und Opel wird es nicht einfach. Betroffen sind aber auch die VW-Konzernmarken Seat und Skoda – und einige andere.

Und wie sieht die Situation bei den so genannten Premiumherstellern aus?

Auch Premium wird eingeholt. Das gilt natürlich für Audi, BMW und Mercedes. Das Geschäft mit Oberklassefahrzeugen hängt sehr stark am Flottenmarkt. Stimmt das Konjunkturmilieu nicht, wirkt sich das sofort aus. Aber der Rückgang im Premiumsegment trifft nicht nur für Westeuropa zu. Wachstumsraten von 15 Prozent, wie wir sie derzeit in den Vereinigten Staaten verzeichnen, erwarten wir nächstes Jahr aus den gerade geschilderten Gründen nicht mehr. Die Premiumhersteller müssen sich also wohl ebenfalls auf die neue Situation einstellen.

Derzeit stützen sich die langfristigen Wachstumsprognosen auf Staaten wie China und Russland. Doch in China wächst die Kreditblase. Muss sich die deutsche Automobilindustrie Sorgen machen?

Ja. In China wachsen wir in Überkapazitäten hinein. Das Risiko wird für alle größer. Das wird unweigerlich ein Preisverderben nach sich ziehen.

Und wenn die Kreditblase platzt ...

... (lacht) ... geht es uns allen schlecht.

Kann man Impulse aus Südamerika – vor allem Brasilien – erwarten?

Man kann Impulse erwarten, darf diese aber nicht überbewerten. Brasilien liegt bei 3,5 Millionen Zulassungen; weltweit werden 63 Millionen Autos verkauft. Selbst wenn der Markt dort um zehn Prozent wächst, sind das letztlich nur 300 000 Autos mehr. Die Impulse halten sich also in Grenzen.

Wie entwickeln sich die Triade-Märkte mittelfristig? Die Erwartungen sind ja nicht hoch.

Die Triade hatte 2004 am weltweiten Pkw-Markt einen Anteil von rund 60 Prozent. 2025 werden sie noch 30 Prozent haben. Das sagt eigentlich alles. Hier geht es nur noch um das Ersatzgeschäft. Und das sind jährlich rund 35 Millionen Fahrzeuge. Aber es kommen ja auch noch neue Märkte hinzu.

Welche sind das?

Staaten beispielsweise wie Iran, Türkei, Kasachstan, Malaysia, Vietnam ... Allerdings muss sich dort die politische Lage oftmals erst stabilisieren und Wirtschaftswachstum aufgebaut werden. Es gibt aber einige Länder, die durchaus Potenzial haben.

Von welchem Zeithorizont reden wir da?

Das wird nicht vor 2020 der Fall sein.

BMW-Chef Norbert Reithofer ließ kürzlich in Anbetracht der Lage verlauten, man sollte bremsbereit sein. Also Kapital einfrieren und Kapazitäten runterfahren?

Die Aussichten sind für die akzeptabel, die ihre Kapazitäten an die Gegebenheiten rechtzeitig anpassen. Aus diesem Grund muss man ein dickes Fragezeichen hinter Volkswagen machen, die weiter massiv auf Wachstum setzen und zusätzlich 50 000 neue Mitarbeiter einstellen wollen. VW ist da schon ein wenig autistisch.

Dahinter steht die Strategie, bis 2018 größter Automobilhersteller zu werden.

Volkswagen geht volles Risiko und versucht, die Schwäche der Mitbewerber für sich zu nutzen. Blindes Wachstum ist aber gefährlich.



Das musste schon Konkurrent Toyota beim Thema Qualität schmerzhaft lernen.

Von der Qualitätsdiskussion hat sich Toyota noch nicht erholt. Wobei, das muss man klar sagen, sich Volkswagen beim Thema Qualität besser schützt. Da ist man in Wolfsburg sehr sensibel. Also da sehe ich weniger ein Problem als vielmehr bei den Überkapazitäten. Wenn Volkswagen wieder Mitarbeiter entlassen muss, klopft sofort das Land

Niedersachsen an die Tür. Zudem besteht bei einem derartigen Kurs das Risiko, technische Entwicklungen zu verschlafen. Und das Risiko ist bei Volkswagen ausgeprägt.

Können Sie dafür ein Beispiel nennen?

Im Billigsegment ist das Unternehmen ganz schlecht aufgestellt. Man versucht das im Konzern zu regeln, ist aber bis dato eher gescheitert. Volkswagen bietet nichts im 5000-Dollar-Bereich. Und bei den elektrischen Antrieben hätte man den Markt auch beinahe verpasst.

In einer anderen Situation ist Opel. Den Rüsselsheimern ist nach dem zweiten Quartal das Geschäft weggebrochen. Kann der Autobauer die nächste Krise unbeschadet überleben?

Da muss man sich die aktuellen Marktzahlen genauer ansehen. Das ist kein Opel-spezifisches Problem. Auch Fiat, Ford und PSA waren davon betroffen. In Spanien und Italien sind die Märkte eingebrochen, da wird es einem schwerlich gelingen, sich als Sieger zu präsentieren. Aber Opel hat aus der Vergangenheit gelernt. Man hat Fabriken zugemacht und das Werk in Bochum angepasst. Die Kapazitäten sind jetzt besser ausgerichtet. Opel wird natürlich im nächsten Jahr die Probleme in Westeuropa zu spüren bekommen. Meiner Einschätzung nach

ist man aber auch durch die personellen Veränderungen im Aufsichtsrat, die neuen Produkte und die Investitionen in eine neue Motorengeneration deutlich besser aufgestellt als noch vor zwei oder drei Jahren. Opel weiß sich jetzt zu schützen und ist gefestigt.

Und Opel ist bei den neuen Antriebstechnologien durchaus vorn mit dabei.

Ja, aber das ist nicht nur Opel – es ist vielmehr General Motors. GM ist besser aufgestellt, als so mancher Analyst wahrhaben will. Das Unternehmen hatte schon vor zwanzig Jahren das Elektroauto im Fokus und forscht auch schon seit geraumer Zeit an der Brennstoffzelle. GM ist ein Unternehmen, das sich Innovationen verschrieben hat. Nehmen wir den Chevrolet Volt. Der Range Extender ist der Konkurrenz zwei Jahre voraus. GM und Opel haben sich mit dem Volt und dem baugleichen Opel Ampera einen echten USP erarbeitet.

Bleiben wir gleich in diesem Themenfeld: Elektromobilität war das Thema auf der IAA. Schafft es Deutschland Ihrer Einschätzung nach wirklich, ein Leitmarkt für Elektromobilität zu werden?

Leitmarkt glaube ich nicht. Und zwar aus einem einfachen Grund: In Deutschland ist die Batterie nicht zuhause. Es ist sehr viel verpasst worden und es dauert in Deutschland in der Regel sehr lange, bis etwas umgesetzt wird. In den angesetzten Modellregionen wurden insgesamt 120 Millionen Euro investiert. Wenn man das anvisierte Vorhaben betrachtet, ein lächerlicher Betrag. Was herauskam, war – überspitzt formuliert – so etwas wie das Elektrofahrrad für Wanne-Eickel. Jetzt möchte man es mit „Schaufenstern“ größer angehen und rund 180 Millionen investieren. Fakt ist: Das Wort Leitmarkt ist in diesem Kontext einfach zu hoch gegriffen. Die einzelnen Unternehmen werden aber eine Rolle spielen.

Wo liegen neben dem Paradigmenwechsel in der Antriebstechnologie die weiteren Herausforderungen für die deutschen Autobauer und Zulieferer?

Das Thema Sicherheit wird eine große Rolle spielen. Auch teil-autonomes und autonomes Fahren sowie Carsharing und Vernetzung sind wichtige Bereiche, die künftig an Bedeutung gewinnen werden. Die Mobilität wird sich als solches verändern.

Der zweite Schwerpunkt auf der IAA war die Vernetzung. Viele IT-Unternehmen sehen darin einen Megamarkt. Sollten die Automobilbauer noch stärker mit der IT-Branche zusammenarbeiten, um sich international in eine Führungsposition zu bringen?

Das passiert ja schon. Aber die Frage ist doch: Was brauchen wir wirklich im Auto Facebook? Ich sehe das nicht.

Aber Social Media werden kommen.

Ja, das ist eine Blase wie beim Tamagotchi. Die bläht sich auf und platzt dann. Nein, im Ernst: Viele Dinge kann ich doch bereits mit meinem Smartphone ausführen, da benötige ich keine spezielle Tools im Auto dafür. Es sind doch die autospezifischen Anwendungen, die von Interesse sind. Car-to-Car- und Car-to-X-Kommunikation zum Beispiel. Das Auto zeichnet sich durch bestimmte Fähigkeiten aus und diese kann man mit Hilfe der IT weiterentwickeln. Das ist sinnvoll. Diese Technologien sind die Veränderungstreiber. Facebook, sie verstehen was ich meine, ist es nicht. Auch Apps sind nur Gimmicks. Die IT verändert sich auch viel zu

schnell, um die einzelnen Technologien und Anwendungen überhaupt nachhaltig und sinnvoll ins Auto zu integrieren. Die Autoentwickler denken noch über Laptops nach, während die IT schon mit dem Tablet hantiert. Der Fokus sollte auf den autospezifischen Anwendungen liegen.

Das Interview führte Hilmar Dunker