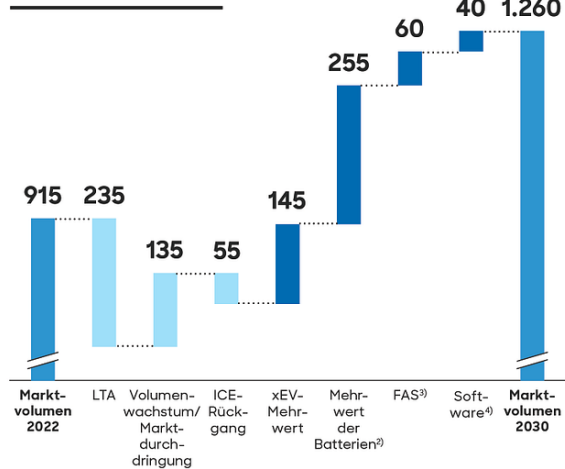


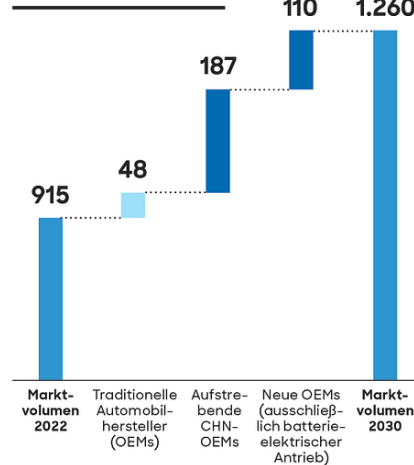
Die Automobilzulieferindustrie bietet Wachstum, aber mit anderen Komponenten, Kunden und Wettbewerbern

Entwicklung des weltweiten Automobilzuliefermarktes 2022–2030e¹⁾ [Mrd. EUR]

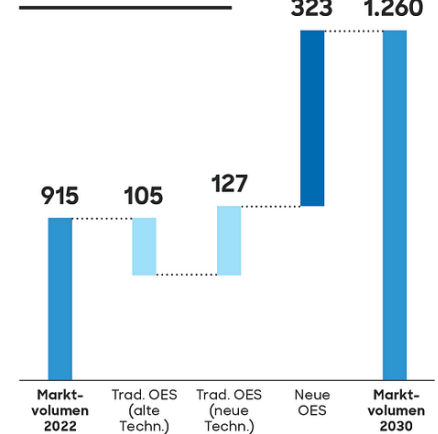
Nach Komponenten



Nach Kunden



Nach Wettbewerbern



1 bei konstanten Materialpreisen 2 einschließlich Zellen 3 einschließlich autonomes Fahren 4 einschließlich E/E-Architektur
LTAs: Langzeitvereinbarungen ICE: Verbrennungsmotor FAS: moderne Fahrerassistenzsysteme

Quelle Roland Berger/Lazard

14.12.2023 09:06 CET

Globale Automobilzuliefererstudie: Marktwachstum durch neue Technologien von über 30 Prozent bis 2030 erwartet

[Study Download](#)

- Zulieferbranche stehen substantielle Veränderungen bevor – hinsichtlich regionaler Aufstellung, Komponenten- wie Kundenportfolio
- Asiatische Firmen wachsen mit den lokalen

Automobilherstellern, sichern sich Marktanteile und erhöhen den Margendruck

- Traditionelle Zulieferer verlieren 2022 strukturell 3%-Punkte EBIT-Marge (auf 4,6%) und müssen sich innovativer, flexibler sowie internationaler aufstellen

München/New York, Dezember 2023: Die Unternehmen in der Automobilzuliefererbranche spalten sich in zwei Lager: Auf der einen Seite stehen neue, hochprofitable Firmen, die vor allem die Themen Batterie, Halbleiter und Software besetzen. Sie treten in Konkurrenz zu klassischen Zulieferern und erweitern ihr angestammtes Portfolio aus den Feldern Industrie und Konsumgüter. Dabei wachsen sie im Automobilbereich stark und erzielen über alle Geschäftsfelder hinweg sehr hohe EBIT-Margen. Sind es 2022 im Batteriesegment noch ca. 10 Prozent, erzielten Unternehmen im Halbleiter-Geschäft ca. 30 Prozent und bei Software sogar ca. 35 Prozent EBIT-Marge. Auf der anderen Seite stehen die traditionellen Automobilzulieferer. Die Rekordergebnisse aus dem letzten Jahrzehnt sind hier passé. Die neue Normalität sind EBIT-Margen von 5 Prozent oder weniger (4,6% in 2022). Das zeigt die neueste Publikation „Global Automotive Supplier Study 2023“ von der Unternehmensberatung Roland Berger und der Investmentbank Lazard, die 600 Automobilzulieferer analysiert.

„Im Vergleich schneiden die neuen Konkurrenten mit innovativen Hard- und Software-Lösungen deutlich besser ab“, unterstreicht Felix Mogge, Partner bei Roland Berger. „Das liegt nicht nur am jeweiligen Produkt, sondern auch daran, dass sie flexibel auf Marktentwicklungen sowie Kundenanforderungen reagieren und Kapital in für sie attraktive Wachstumssegmente investieren können.“

Neue Technologien sorgen für Wachstum

Neben diesen neuen Konkurrenten zählen asiatische Zulieferer momentan zu den Gewinnern im Markt. Sie wachsen zum einen mit ihren Automobilherstellern aus Fernost durch den Anstieg lokaler Produktionszahlen. Zum anderen profitieren sie stark von der Elektrifizierung des Antriebsstrangs sowie der Digitalisierung – Technologien, auf die sich Hersteller in Asien bereits länger konzentrieren und die dort stärker nachgefragt werden als in anderen Regionen. Auch global dürften asiatische OEMs zukünftig Marktanteile gewinnen und ihre Zulieferer mitziehen.

Insgesamt bleibt der Zulieferermarkt ein Wachstumsgeschäft, jedoch mit anderen Komponenten, bei anderen Kunden und für andere Zulieferer als

heute. Bis 2030 wird er um mehr als 30 Prozent auf insgesamt 1,3 Billionen US-Dollar zulegen, was einem jährlichen Wachstum von 4 Prozent entspricht. Hersteller mechanischer Standardkomponenten und von Technologien rund um den Verbrennungsmotor werden in diesem Zeitraum hingegen deutlich über 10 Prozent des heutigen Marktvolumens einbüßen.

„Zulieferer aus Europa und den USA sollten sich zunehmend an den neuen, schnell wachsenden Herstellern von batterieelektrischen Fahrzeugen aus Asien ausrichten“, sagt Christian Kames, Automobilexperte und Co-Head DACH bei Lazard Financial Advisory. „Um im globalen Wettbewerb zu bestehen, werden ein ausreichender finanzieller Spielraum sowie die Größe des Unternehmens immer wichtiger. Daher ist mit einer Zunahme von M&A-Transaktionen und strategischen Kooperationen zu rechnen.“

Drei Erfolgskriterien für Zulieferer – innovativ, flexibel, international
Besonders traditionelle Zulieferer aus Europa und Nordamerika investieren momentan insgesamt zu wenig, um notwendige Innovationen zu fördern. Ihnen setzen Volumenschwankungen, fehlende Skaleneffekte bei der Produktion, hohe Rohstoff- und Energiepreise, der Preisdruck der Hersteller, Fachkräftemangel sowie steigende Zinsen zu.

Um gegenüber der asiatischen Konkurrenz bestehen zu können, sind allerdings ebendiese Investitionen in Innovationen erfolgsentscheidend. Denn nur mithilfe einer internationalen und auf Innovation ausgerichteten Strategie können Unternehmen ihr Geschäftsmodell flexibel an neue Technologien anpassen. „Viele Zulieferer benötigen dezidierte Leistungsprogramme, um ihre Margen zu stabilisieren und das Unternehmen gegen zukünftige Unsicherheiten abzusichern“, empfiehlt Mogge. „Sie sollten alle Aktivitäten, jedoch spezifisch im Hinblick auf Produktportfolio, Produktionsstandorte und Lieferkettenstrukturen, überdenken.“

Roland Berger ist die einzige Strategieberatung europäischer Herkunft mit einer starken internationalen Präsenz. Als unabhängige Firma, im alleinigen Besitz unserer Partnerinnen und Partner, sind wir mit 51 Büros in allen wichtigen Märkten präsent. Unsere 3000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zeichnet eine einzigartige Kombination aus analytischem Denken und empathischer Einstellung aus. Angetrieben von unseren Werten Unternehmergeist, Exzellenz und Empathie sind wir überzeugt davon, dass Wirtschaft und Gesellschaft ein neues, nachhaltiges Paradigma benötigen, das den gesamten Wertschöpfungskreislauf

im Blick hat. Durch die Arbeit in kompetenzübergreifenden Teams über alle relevanten Branchen und Geschäftsfunktionen hinweg bietet Roland Berger weltweit die beste Expertise, um die tiefgreifenden Herausforderungen unserer Zeit heute und morgen erfolgreich zu meistern.

Lazard, eines der weltweit führenden Unternehmen für Finanzberatung und Vermögensverwaltung, ist in Nord- und Südamerika, Europa, Asien und Australien aktiv. Das Unternehmen feiert in diesem Jahr sein 175-jähriges Bestehen und bietet umfassende Beratungsdienstleistungen für Fusionen und Übernahmen, Kapitalmärkte sowie andere strategische Angelegenheiten, Restrukturierung und Haftungsmanagement sowie Vermögensverwaltungsdienstleistungen für Unternehmen, Partnerschaften, Institutionen, Regierungen und Einzelpersonen an. Weitere Informationen finden Sie unter www.lazard.com. Folgen Sie Lazard unter @Lazard.

Kontaktpersonen



Maximilian Mittereder

Pressekontakt

PRESS CONTACT GLOBAL PR

maximilian.mittereder@rolandberger.com

+49 89 9230-8180



Silvia Constanze Zösch

Pressekontakt

PRESS CONTACT GLOBAL PR

silvia.zoesch@rolandberger.com

+49 89 9230 8750



Kerstin Hoppe

Pressekontakt

Head of Global Marketing and Communications

kerstin.hoppe@rolandberger.com

+49 89 9230 8575