

Sperrfrist: 09.11.2018, 06:00 Uhr

Pressemeldung

Connected Car Innovation (CCI) 2018 Auto-Universes: Connected Car Players

Von Prof. Dr. Stefan Bratzel

Center of Automotive Management (CAM)

Bergisch Gladbach, 8.11.2018

- **Das Auto-Universum 2018 vergleicht die Positionierung und Leistungsfähigkeit wesentlicher Unternehmensgruppen im Zukunftsfeld Connected Car (CC).**
- **Innerhalb des bisherigen Automotive OEM ist die Innovationskraft deutscher Automobilhersteller im Bereich Connected Car hoch.**
- **Künftig konkurrieren die etablierten Automobilhersteller jedoch mit Unternehmen anderer ‚Universen‘ wie Digital Player und Mobility Providern um die Mobilität der Zukunft.**

Das bisherige ‚Universum‘ der Automobilbranche, indem die etablierten Automobilhersteller die dominante Rolle innehaben und fast im Alleingang die Spielregeln bestimmen, löst sich schrittweise auf. Neue Akteursgruppen drängen mit hoher Dynamik in die Auto- und Mobilitätswelt, die sich dadurch grundlegend verändert. Hierzu zählen „Mobility Provider“ wie Uber oder „Big Data Player“ wie Apple, Alphabet und Baidu. Allerdings agieren diese neuen Akteure nicht nach den Spielregeln und Prinzipien des alten Auto-Universums. Vielmehr befinden sich diese in weitgehend getrennten ‚Paralleluniversen‘ und haben ihre eigenen Erfolgsbedingungen und Geschäftsmodelle. Diese Paralleluniversen der Automobilhersteller, der Digital und Mobile Player sowie der Mobility Provider stoßen zunehmend aufeinander. Hierzu Studienleiter Stefan Bratzel: „Die Unternehmen befinden sich nicht mehr nur innerhalb ihres eigenen Universums im Wettbewerb, sondern konkurrieren zunehmend auch mit den Spielern der anderen Universen. Insgesamt kommt es zu einem „Kampf der Welten“ um die Vorherrschaft bei der Mobilität der Zukunft. Langfristig entsteht ein neues ‚Mobility Universe‘, das von wenigen Akteuren kontrolliert wird.“

Das ist das Ergebnis einer Studie des Center of Automotive Management (CAM) bei der die aktuelle Positionierung und Leistungsfähigkeit von fünf wesentlichen Akteursgruppen verschiedener Universen in den Bereichen „Connected Car“ und „Mobilitätsdienstleistungen“ analysiert wurde. Im nun vorgestellten Poster „Auto-Universes: Connected Car Players“ sind wichtige Ergebnisse kompakt zusammengefasst (vgl. Abbildung 1).

Marktkapitalisierung: Große Unterschiede zwischen Automobilherstellern und Big Data Playern

Die Akteure der verschiedenen Universen differieren erheblich bei der Marktkapitalisierung, was an der Größe der als ‚Planeten‘ dargestellten Unternehmen gut abgelesen werden kann. Während selbst

bei großen Automotive OEM wie Ford, General Motors, oder BMW die aktuelle Marktkapitalisierung meist nur zwischen 40 und 55 Mrd. liegt, erreichen Big Data Player wie Alphabet, Facebook und Tencent mehr als das Zehnfache. Auch die Unternehmensbewertung großer Mobility Provider bzw. Start-ups wie Uber oder Didi Chuxing ist höher die vieler etablierter Hersteller. Gleichzeitig stagniert die Bewertung der meisten Automobilhersteller seit Jahren, während der Börsenwert der Digital Player stark zunimmt. Das bedeutet, dass sich die Automobilhersteller erstmals mit Angreifern aus anderen Universen auseinandersetzen müssen, die teils sehr viel stärker sind als sie selbst.

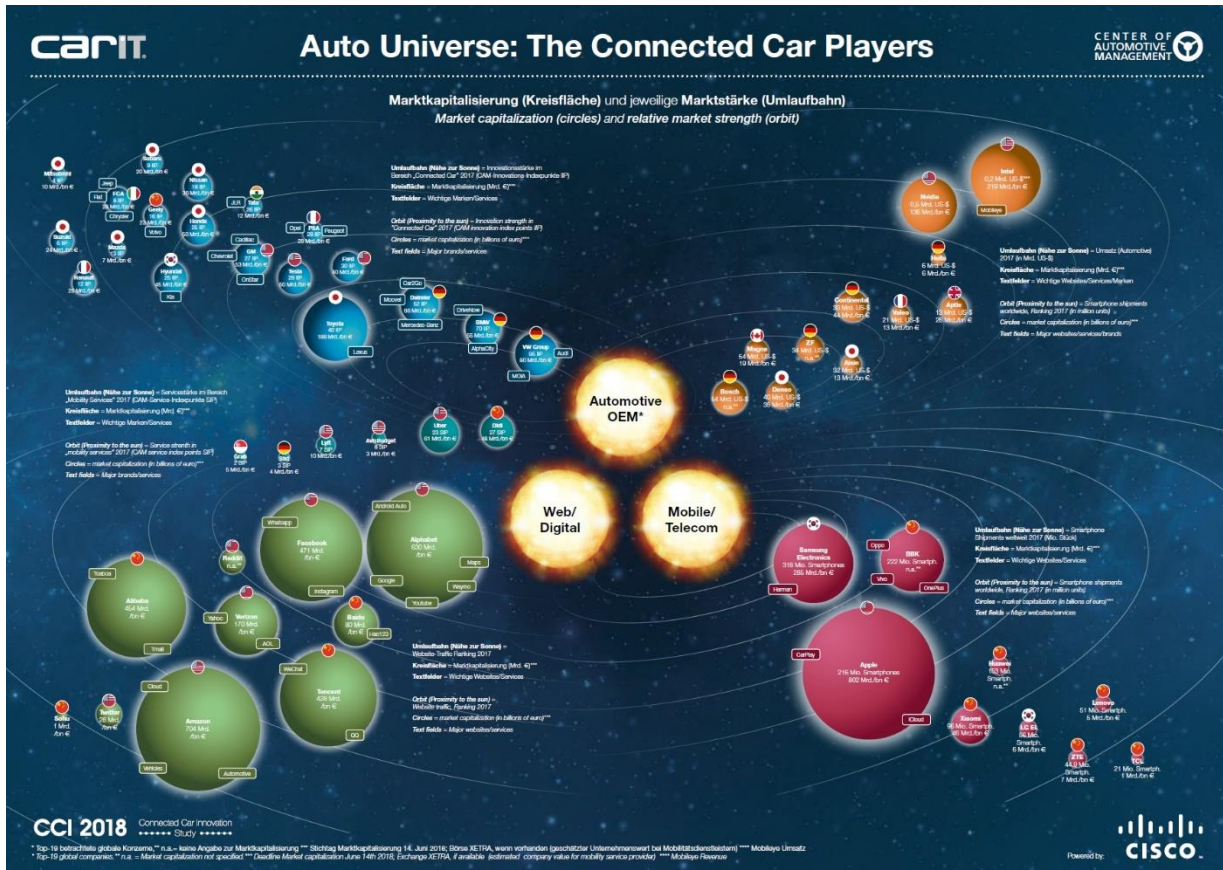


Abbildung 1. Das Auto-Universum. Quelle: CAM/CarIT

Kostenfreies Download Poster in Kooperation mit CarIT und Cisco Systems: https://cci.car-it.com/wp-content/uploads/2018/08/CCI_Universum_2018_Web.pdf

Innovationsstärke der Automobilhersteller im Bereich ‚Connected Car‘ wird immer wichtiger

Im Universum der Automobilhersteller spielt für deren Zukunftsfähigkeit der Bereich „Connected Car“ eine immer wichtigere Rolle. Darunter werden Neuheiten im Bereich Vernetzung, Assistenz- und Sicherheitssysteme sowie Bedien- und Anzeigekonzepte verstanden. Aus der CAM Innovations-Datenbank konnten 651 Connected Car-Innovationen von 35 Automobilgruppen des Jahres 2017/2018 ermittelt werden. Diese wurden nach dem CAM „M.O.B.I.L – Ansatz“ (vgl. http://www.auto-institut.de/index_htm_files/Methodik_One-Pager.pdf) systematisch analysiert und bewertet. Connected Car Innovationen machen aktuell bereits einen Anteil von 53,6 % aller Neuerungen der Hersteller aus. Damit sind Connected-Car-Innovationen im Auto inzwischen genauso wichtig wie Innovationen im

Bereich Antriebs- und Fahrzeugtechnik. 2010 lag der Anteil von Neuerungen aus dem Bereich Connected Car erst bei 29 Prozent. Auf Basis der bewerteten Neuheiten wurde die Innovationsstärke der Automobilhersteller im Bereich Connected Car als Indexwert errechnet. Die Rangfolge wurde in der Abbildung (Poster) als Umlaufbahn dargestellt, d.h. die Innovationsstärke steigt mit der Nähe zur ‚Sonne‘. Der Volkswagen-Konzern (Audi, VW, Porsche etc.) ist danach - trotz Dieselskandal - der innovativsten Autohersteller im CC-Bereich und kommt mit seinen 120 Innovationen und den meisten Weltneuheiten auf eine Innovationsstärke 95 Indexpunkten. Auf Rang zwei kommt BMW mit 70 Punkten vor Daimler, die 52 Punkte erreichen. Toyota und Ford folgen auf den Rängen vier und fünf, während der Elektroauto-Pionier Tesla auf Rang sechs liegt.

Big Data Player erweitern ihre digitalen Ökosysteme auf den Bereich (Auto-)Mobilität

Spieler aus dem Universum der Internet-Plattformen erweitern ihre digitalen Dienstleistungen auf den Bereich Auto und Mobilität. Alphabet/Google betreibt Mobilitätsportale und ist mit Waymo stärkster Player im Bereich Autonomes Fahren. Chinesische Internetgiganten wie Baidu, Tencent und Alibaba dominieren mit Ihren Plattformen den Großteil des relevanten Datenverkehrs. Damit kontrollieren diese Player den digitalen Kundenkontakt. In der Abbildung sind die Internet-Player anhand ihres Web-Page-Rankings geordnet. Alphabet und Facebook weisen die größten Datenverkehre auf, gefolgt von anderen starken Playern. Diese Unternehmen gehören zu den weltweit wertvollsten Firmen und übertreffen die Börsenwerte der Automobilhersteller und Zulieferer teils um ein Vielfaches. Angesichts der höheren Profitabilität des Datengeschäfts ist nicht zu erwarten, dass die Big-Data-Player die Automobilindustrie in deren angestammten Geschäftsfeld der Automobilproduktion angreifen werden. Vielmehr sind die Datendienstleister dabei, das Geschäft mit den weit profitableren (Mobilitäts-)Dienstleistungen, Daten und Software zu erschließen und werden hier zu ernstzunehmenden Konkurrenten der Automotive OEM.

Mobile/Telco Player erhöhen den Kundenkontakt über mobile Endgeräte

Der Datenaustausch über das Internet erfolgt immer stärker über Smartphones und andere mobile Endgeräte und stellt eine wichtige Komponente des Technologiefelds Connectivity/Connected Car dar. Für die Endkunden sind die mobilen Internet-Devices der Zugang zu den digitalen Plattformen und Diensten. Apple bietet sowohl eine Vielzahl von mobilen Endgeräten als auch ein Ökosystem von Dienstleistungen im Bereich Mobilität. Zudem prüft Apple den Einstieg bei autonomen Fahrzeugen. In der Abbildung 1 (Poster) wird das Universum der Mobile/Telco Player anhand der Smartphone-Verkäufe geordnet. Samsung, BBK und Apple führen die Riege der Smartphone-Giganten mit großem Abstand an. Zugleich übertrifft die Marktkapitalisierung dieser Unternehmen die Börsenwerte vieler Automobilhersteller. Vor allem mit Blick auf die strategische Bedeutung und Attraktivität des CC-Marktes kann diese Marktmacht und die damit verbundene Fähigkeit zur Erschließung neuer Geschäftsfelder etablierten Akteuren gefährlich werden.

Betreiber digitaler Mobilitäts-Plattformen werden immer stärker

Wichtige Player im neuen Mobility Universum werden künftig Plattform-Anbieter von Mobilitätsdienstleistungen sein. In der Studie wurden 330 einzelne Mobilitätsdienstleistungen analysiert und

bewertet. Die höchste Servicestärke besitzen danach mit deutlichen Abstand Didi Chuxing mit 27 Indexpunkten und Uber mit 22 Indexpunkten. Sie treten insbesondere als Vermittler von Fahrdiensten (Ride Hailing) auf und belegen dadurch die Kundenschnittstelle. Allein Didi Chuxing vermittelte im Jahr 2017 rund 7,4 Milliarden (!) Fahrten. Die Entwicklung der Unternehmenswerte von Dienstleistern wie Uber oder Didi ist enorm und übersteigt die Unternehmenswerte der meisten etablierten Automobilhersteller. Für die Automobilhersteller, die sich auch zu Mobilitätsdienstleistern weiterentwickeln wollen, sind die Mobility Provider wichtige Wettbewerber bzw. Kooperationspartner.

Etablierte und neue Automobilzulieferer im Wettbewerb um das Connected Car

Angestammte und neue Automobilzulieferer sind weitere wichtige Player im Bereich Connected Car. Sie könnten im neuen Mobility Universum zu den „stillen Champions“ werden, wenn sie die richtigen Wachstums- und Zukunftsfelder der Vernetzung und des autonomen Fahrens adressieren. Diese First-Tier-Supplier sind im Automotive-Bereich weniger sichtbar als Automobilhersteller, entwickeln und produzieren aber viele von den OEMs an den Endkunden veräußerte CC-Innovationen. Hinsichtlich des Umsatzes im Automotive-Bereich liegen Bosch, Denso, Magna und andere angestammte Zulieferer vorn und nutzen dieses Potenzial für ihre Innovationstätigkeit im Bereich Connected Car. Neue Player aus der Unterhaltungselektronik wie Nvidia und Intel/Mobileye haben sich in kurzer Zeit zu wichtigen Zulieferern der Branche entwickelt, was u.a. an der hohen Marktkapitalisierung abgelesen werden kann.

Weiterführende Informationen

Das Übersichtsposter „Auto Universe: The Connected Car Players 2018“ wurde vom CAM gemeinsam mit der Fachzeitschrift CarIT und Cisco Systems erstellt und ist kostenfrei abruf- sowie bestellbar unter <https://cci.car-it.com/bestellung>.

Center of Automotive Management

Das Center of Automotive Management (CAM) versteht sich als unabhängiges Institut für empirische Automobilforschung und strategische Beratung. Das Auto-Institut unterstützt seine Kunden auf Basis umfangreicher Automobil-Datenbanken, insbesondere zu den fahrzeugtechnischen Innovationen der Automobilindustrie. Mit aktuell etwa 14.500 einzeln bewerteten Neuerungen von Automobilherstellern und Automobilzulieferunternehmen, die mehrmals im Jahr aktualisiert werden, verfügt die CAM-Innovationsdatenbank über wertvolles Wissen in allen relevanten Technologiefeldern. Ergänzt wird sie von einer Datenbank der Mobilitäts-Dienstleistungen, die zukünftig ein immer wichtigeres Geschäftsfeld der Hersteller bilden werden. Mittels eines fundierten Branchen-Know-hows und intimer Marktkenntnisse erarbeitet das Auto-Institut individuelle Marktforschungskonzepte und praxisorientierte Lösungen für seine Kunden primär aus der Automobil- und Mobilitätswirtschaft.

Center of Automotive Management (CAM)

Prof. Dr. Stefan Bratzel

An der Gohrsmühle 25, 51465 Bergisch Gladbach

Telefon: +49 (0) 22 02 / 28577-0

Handy: +49 (0) 174 / 9 73 17 78

Telefax: +49 (0) 22 02 / 28577-28

E-Mail: stefan.bratzel@auto-institut.de

Internet: www.auto-institut.de