

Die deutsche Automobilindustrie und das big-car-problem

17.09.2007, 14:09 | Tourismus, Auto & Verkehr

Pressemitteilung von: *medienbüro.sohn*

Modell- und Vertriebspolitik gehören auf den Prüfstand

Bonn/Frankfurt am Main – Seit der Erfindung des Automobils haben die deutschen Autohersteller und ihrer Zulieferer die Branche beherrscht. Durch ihre Innovationskraft haben sie weltweite Entwicklungen auf diesem Sektor angestoßen. Umweltverbände und Politiker nutzen die 62. Internationale Automobil-Ausstellung (IAA) <http://iaa.de> in Frankfurt am Main als Plattform, um die deutschen Konzerne wegen angeblicher Versäumnisse bei der Umwelttechnik an den Pranger zu stellen. Doch auch ausgewiesene Experten auf diesem Gebiet machen sich Sorgen um die Zukunft dieser Branche in Deutschland, denn sie ist eine absolute Schlüsselindustrie. Die Autoindustrie stellt jeden siebten Arbeitsplatz und beschäftigt 28 Prozent aller Forscher und Entwickler in diesem Land. Momentan aber steckt sie in der Krise.

Helmut Becker, Ex-BMW-Chefvolkswirt <http://www.bmw.de> und jetzt Leiter des Instituts für Wirtschaftsanalyse und Kommunikation (IWK) in München <http://www.iwk-muenchen.de>, warnt davor, dass sich die derzeitigen Probleme noch verschärfen könnten. Zwar sei das Auto in Deutschland erfunden und über hundert Jahre lang perfektioniert worden. Doch die alte Weltmarktposition haben die deutschen Hersteller längst nicht mehr, auch wenn die Ergebniszahlen der großen Autokonzerne wie Daimler-Chrysler, Volkswagen, BMW und Porsche im Jahr 2006 wieder Anlass zur Hoffnung gaben, da die Gewinne wieder zunahmen.

Laut Analyse des Economist <http://www.economist.com> leidet die hiesige Pkw-Branche am „big-car-problem“. Und auch Becker schreibt in seinem neuen, im Econ-Verlag erschienenen Buch „Ausgebremst“ <http://www.ullsteinbuchverlage.de/econ/autor.php?id=8235&page=autor&sort=autor&auswahl=B&pagenum1>: „Haben Sie endlich begriffen, dass der größte Feind des deutschen Premium-Autos das deutsche Premium-Auto selbst ist und nicht die Umweltpolitik in Brüssel oder Berlin?“

Wenn die Branche in puncto Umweltverträglichkeit der Produkte umdenke, habe sie gute Chancen. Denn die potenzielle Stärke der deutschen Autoindustrie beruhe auf ihrem riesigen Netzwerk aus kompetenten Zulieferern und exzellenten technischen Forschungseinrichtungen, mit denen sie auf dem Gebiet neuer Technologien eng zusammenarbeite. „Deutschland ist auf dem Automobilsektor tatsächlich ein einziges großes ‚Center of excellence‘“, so Becker. Uwe Röhrig, Inhaber der Hannoveraner Automobilberatung International Car Concept (ICC) <http://www.icconcept.de>, macht aber auch auf weitere Schwachstellen aufmerksam. Seiner Meinung nach fehlen häufig die richtigen Dienstleistungsprodukte und geeignete Kundenbindungsmechanismen. „Betrachtet man den Umgang und die Einbindung beziehungsweise die Vernachlässigung der Vertriebsorganisationen seitens der Hersteller, dann erkennt man schnell, wo noch erhebliches und unausgeschöpftes Marktpotenzial liegt. Es fehlt oft an professionellen Handelsorganisationen mit leistungsorientierten Margen“, so Röhrig.

Neben der Vertriebspolitik gehöre jedoch auch die Modellpolitik auf den Prüfstand. „Es stellt sich ganz konkret die Frage: Ist es für einen Premiumhersteller sinnvoll, sich auch im Kleinwagensegment zu tummeln. Ebenso stellt sich für die Massenhersteller die Frage, ob man im Premiumsegment wirklich Geld verdienen kann, weil einem dort häufig die richtigen Kunden- und Marktkenntnisse fehlen – abgesehen von Schwächen bei der Produktentwicklung“, sagte der ICC-Inhaber.

medienbüro.sohn
V.i.S.d.P: Gunnar Sohn
Ettighoffer Strasse 26a
53123 Bonn
Germany

Telefon: +49 - 228 - 6 20 44 7
Telefax: +49 - 228 - 6 20 44 75

Portrait

Online-Nachrichtendienst NeueNachricht www.ne-na.de.

News-ID: 158563 • Views: 1154 (Stand: 29.07.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/158563/Die-deutsche-Automobilindustrie-und-das-big-car-problem.html>