

**PRESSEMITTEILUNG**

29. Januar 2015

**Flick&Partner veröffentlicht Standpunktpapier "E-Mobility & Beyond - How to Master the Future of Mobility"**

*Die Veröffentlichung analysiert die zukünftige Entwicklung des Marktes für Elektrofahrzeuge und zeigt maßgebende Indikatoren und Stellhebel auf. Weiterhin werden Kundenbedürfnisse und Differenzierungspotentiale mit Blick auf die Elektromobilität untersucht.*

MÜNCHEN/ZÜRICH. Das Elektrofahrzeug ist in der Autowelt angekommen. Angesichts aktueller Zulassungszahlen kann jedoch von einem Durchbruch im Massenmarkt noch keine Rede sein. Das von der Bundesregierung proklamierte Ziel von einer Million Elektrofahrzeugen im Jahr 2020 wird in Branchenkreisen und der öffentlichen Debatte oft als kaum zu erreichen eingestuft. Zwar werden 2020 nach der aktualisierten Flick&Partner Prognose der Absatzzahlen für Elektrofahrzeuge in Deutschland tatsächlich lediglich ungefähr 600.000 elektrifizierte Fahrzeuge auf deutschen Straßen unterwegs sein, die Marke von einer Million wird jedoch bereits in den darauffolgenden 18 Monaten überschritten werden.

Dazu trägt unter anderem die Entwicklung der Batteriezellentechnologie bei. Diese wird schon bald deutlich höhere Reichweiten ermöglichen und das bei sinkenden Kosten. Dennoch müssen Bedenken, die bei zahlreichen potentiellen Kunden noch bezüglich begrenzter Reichweite bestehen, ernst genommen und entsprechend adressiert werden. Einen besonderen Weg geht der amerikanische Elektrofahrzeughersteller Tesla Motors, der aktuell eine große Batteriezellenfabrik, die sogenannte „Gigafactory“, aufbaut. Flick&Partner analysiert Chancen und Risiken dieser Gigafactory.

Deutsche Hersteller setzen dagegen neben batterieelektrischen Fahrzeugen auch auf die Entwicklung der Wasserstoff-Brennstoffzelle als zukünftige Antriebstechnologie. Entsprechend der Prognose von Flick&Partner erscheint ein weitreichender Durchbruch der Brennstoffzellen-Technologie auf dem PKW-Fahrzeugmarkt jedoch unwahrscheinlich. Diese Einschätzung beruht vor allem auf den kalkulierten Infrastrukturkosten für wasserstoff- und batterieelektrische Fahrzeuge. Die benötigte Infrastruktur im Jahr 2025 wäre für H2-Fahrzeuge fast fünfmal so teuer wie die entsprechende elektrische Schnelllade-Infrastruktur.

Eine zielgerichtete staatliche Förderung der E-Mobilität sollte nach Meinung von Flick&Partner demzufolge vor allem durch einen Beitrag zur Installation einer öffentlichen elektrischen Schnelllade-Infrastruktur erfolgen. Neben der Errichtung eines Schnellladenetzes sollten bürokratische Hürden minimiert und Wege geebnet werden, damit auch im semi-öffentlichen und privaten Umfeld die Installation von Lademöglichkeiten beschleunigt wird.

Die Vermarktung und Vermittlung der Elektromobilität an den Kunden ist vor allem in der frühen Phase der Marktdurchdringung entscheidend, um nicht langfristig ausgebremst zu werden. Flick&Partner hat zudem ermittelt, dass Plug-In-Hybrid Fahrzeuge nicht mit der gleichen emotionalen Verbundenheit und technologischen Fortschrittlichkeit wahrgenommen werden, wie rein batterieelektrische Fahrzeuge. Entsprechend sollten Fahrzeughersteller eine breite Ausrollung reiner Elektrofahrzeuge über alle Fahrzeugsegmente hinweg strategisch evaluieren und eine Limitierung auf Plug-In-Angebote überdenken.

Durch die Elektromobilität wird die Differenzierung zwischen verschiedenen Fahrzeugangeboten für den Kunden noch einmal erschwert. So sind Antriebsdynamik und -charakteristik bei Elektrofahrzeugen weniger differenzierbar als bei verbrennungsmotorisch angetriebenen Fahrzeugen.

Schnelle Ladetechnologie mit hoher Verfügbarkeit wird künftig ein Hauptdifferenzierungsmerkmal sein. Der Supercharger von Tesla Motors ist zum jetzigen Zeitpunkt die einzige Technologie, welche die Kundenerwartungen an die Ladegeschwindigkeit annähernd erfüllt. Vor diesem Hintergrund erwartet Flick&Partner auch, dass das induktive Laden von Elektrofahrzeugen eine Nischenanwendung und kostenintensive Sonderausstattung für das Luxussegment bleiben wird. Der Kundenmehrwert ist im Verhältnis zu den Kosten schlichtweg zu gering und hohe Ladeleistungen sind schwierig umzusetzen.

Die Sharing Economy als gesellschaftliches Phänomen kann einen zusätzlichen Anstoß für die Elektromobilität leisten. Einige OEMs haben diese Tendenz bereits vor einiger Zeit erkannt und bauen ihre Kompetenzen in Richtung holistischer Mobilitätsdienstleister konsequent aus. In einer elektrifizierten Automobilwelt müssen diese Bemühungen noch konsequenter verfolgt werden.

Die Automobilindustrie kann diese vielfältigen Herausforderungen nur meistern, wenn die entsprechenden interdisziplinären Kompetenzen entweder schon im eigenen Unternehmen vorhanden sind, oder gezielt von extern hinzugezogen werden. Junges, frisches Denken muss an die Seite lang erprobter Fahrzeugtechnik-Expertise gestellt werden. Die Automobilindustrie muss sich bewusst sein, dass sie aufgrund der geänderten Rahmenbedingungen nun mit bisher unbekanntem Gegnern wie der High-Tech Soft- und Hardwarebranche oder innovativen Start-Up Unternehmen im Konkurrenzkampf um die besten Talente steht. Entsprechend flexibel und clever muss sie sich dort platzieren.

**Eine kostenlose Zusammenfassung sowie das vollständige Standpunktpapier finden Sie zum Download auf:**

**<http://www.flickundpartner.de>**

## Methoden und Quellen

Die Publikationen von Flick&Partner werden mit Hilfe einer breiten Auswahl von Quellen und Informationen erstellt. Die Arbeit unserer Branchenanalysten stützt sich dabei sowohl auf Primärrecherche durch Experteninterviews mit erfahrenen Brancheninsidern wie beispielsweise Führungskräften, Ingenieuren und Marketingspezialisten als auch auf fundierte Analysen von Sekundärquellen und eigene Forschungsergebnisse. Kombiniert werden diese primären und sekundären Quellen mit der breiten Industrieexpertise unserer Analysten. Diese Synthese führt zu den quantitativen und qualitativen Untersuchungsergebnissen, die in Flick&Partner Publikationen dargestellt werden. Soweit möglich sind alle Analysen umfassend faktenbasiert. In Fällen, wo mangels bekannter Fakten Hypothesen aufgestellt werden, sind die Analysten darauf vorbereitet, ihre Interpretationen und Methoden detailliert zu erklären - sowohl in Veröffentlichungen als auch in der direkten Kommunikation bei unseren Klienten.

## Flick&Partner

Flick&Partner ist eine junge, dynamische Unternehmensberatung mit Sitz in München. Als Strategie- und Implementierungspartner der Automobil- und Zuliefererindustrie sowie der Cleantech-Branche berät Flick&Partner seine Kunden mit dem Anspruch, gemeinsam wertschöpfende praktische Umsetzungsmaßnahmen zu entwickeln und Lösungen anzubieten, die in eine erfolgreiche Zukunft weisen. Wir stehen für nachhaltig erfolgreiche Lösungen, die individuell auf die Unternehmen unserer Kunden zugeschnitten sind und kundenorientiert wirksame Antworten liefern.

---

Bei Rückfragen wenden Sie sich bitte an  
Georg-Friedrich Graf, Telefon: +49 (0) 89 999 3987-02,  
E-Mail: [press@flickundpartner.de](mailto:press@flickundpartner.de)