

MEDIENMITTEILUNG**Allianz Trade Studie zur deutschen Automobilindustrie: Wege aus der Krise**

- „Game of Tariffs“: Deutsche Autobauer gehören im Handelskonflikt fast überall zu den Verlierern
- Balanceakt: Autobauer müssen jetzt handeln und trotz knapper Kassen investieren in Innovationen und neue Absatzmärkte mit niedrigem Motorisierungsgrad erschließen
- Verschlinkung: Konzentration auf wenige E- und Hybrid-Modelle, vertikale Integration und die Entwicklung maßgeschneiderter Ladelösungen senkt Kosten
- Schulterchluss: Nicht nur Unternehmen, sondern auch Politik ist gefragt für fairere Handelsbedingungen, Kaufanreize und Infrastruktur zur höheren Akzeptanz

Hamburg, 17. Februar 2025 – Der Motor der deutschen und europäischen Automobilindustrie stottert weiterhin, chinesische und amerikanische Hersteller überholen mit ihren Elektromodellen auf der rechten Spur. Die deutschen Autobauer und -zulieferer werden durch den Innovationsrückstand und durch hohe Kosten ausgebremst, bei einer zuletzt zudem sehr schwachen Nachfrage. Und nun drohen Zölle, sie weiter ins Schleudern zu bringen. Europäische und insbesondere deutsche Hersteller und Zulieferer wären sowohl von zwischenstaatlichen Zöllen in Nordamerika als auch von US-Zöllen auf Importe aus Europa besonders stark betroffen.

„Die drohenden Zölle an den unterschiedlichsten Fronten sorgen für schlaflose Nächte in der deutschen und europäischen Automobilbranche“, sagt Guillaume Dejean, Senior Branchenexperte bei Allianz Trade. „Die USA sind zusammen mit China der Absatzmarkt für europäische Hersteller, sie wären bei einem sich zuspitzenden Handelskonflikt besonders verwundbar. Europäische Autos wären im US-Markt dann noch teurer und gegenüber den heimischen Marken kaum noch wettbewerbsfähig. Das dürfte Auswirkungen auf die heimische Produktion und im schlimmsten Fall hiesige Arbeitsplätze haben. Etwas Gegenzölle der Europäischen Union (EU) würden US-Hersteller hingegen kaum treffen, da für sie der europäische Markt keine große Rolle spielt. Deshalb gibt es aktuell Überlegungen, Zölle auf US-Autos von derzeit 10 % auf einen Wert zu senken, der sich an die 2,5 % anlehnt, die die USA selbst verlangen. Das würde amerikanischen Herstellern einen besseren Marktzugang in Europa zu gewähren.“

„Game of Tariffs“: Deutsche Autobauer gehören im Handelskonflikt fast überall zu Verlierern
Aber auch Zölle auf Importe aus Mexiko hätten gravierende Auswirkungen, weil viele europäische Autobauer und Zulieferer von Mexiko aus den US-Markt bedienen.

„Egal an welcher Schraube im Handelskonflikt gedreht wird, die deutschen Autobauer gehören fast immer zu den Verlierern“, sagt Dejean. „Aber mit hoffnungsvollem Abwarten ist ihnen nicht geholfen. Die europäischen Autobauer haben lange am Verbrenner festgehalten und sich wenig bewegt. Dieser Bumerang kommt nun zurück. Jetzt müssen sie Wege aus der Krise finden – auch in Hinblick auf die strengeren CO₂-Ziele in der EU, die trotz der Nachfrageflaute bei Elektroautos in Kraft treten werden.“

Um den zahlreichen Herausforderungen zu begegnen sind sowohl Politik als auch die Unternehmen selbst gefragt.

Weniger ist mehr: Verschlinkung Modellpalette spart Kosten, Ladelösungen gefragt

„Eine Verschlinkung der Modellpalette auf fünf bis sechs Modelle, die sowohl in Hybrid- als auch in Elektroversionen angeboten werden, könnte beispielsweise helfen, die Kosten zu senken und die Effizienz zu steigern“, sagt Dejean. „Und durch eine stärkere vertikale Integration und die Entwicklung maßgeschneiderter Ladelösungen können Kosten gesenkt und die Abhängigkeit von externen Lieferanten reduziert werden.“

Die Erschließung neuer Märkte kann zudem helfen, die Abhängigkeit vom chinesischen Markt zu reduzieren und neue Wachstumschancen zu nutzen. Besonders attraktiv sind dabei Absatzmärkte mit niedrigem Motorisierungsgrad, in dem der internationale Wettbewerb noch nicht sehr ausgeprägt ist, wie beispielsweise Indien, Vietnam, Indonesien und Südamerika. Investitionen in Forschung und Entwicklung spielen ebenfalls eine wichtige Rolle.

Balanceakt: Investitionen müssen dringend her – trotz knapper Kassen

„Das ist in der aktuellen Situation ein Balanceakt. Denn natürlich kostet es erst einmal Geld, neue Märkte zu erschließen und in Innovationen zu investieren – zu einem Zeitpunkt, in dem die Kassen oft eher knapp sind“, sagt Dejean. „Aber wenn nicht jetzt, wann dann. Wenn die Unternehmen jetzt nicht aktiv diese Weichen für die Zukunft stellen, dann werden sie noch weiter ins Hintertreffen geraten. Deshalb sollten sie mindestens 10 % ihrer Ausgaben in Technologie, Forschung, digitale Bordtechnik und Kundendienst stecken, um mit den Innovationen der chinesischen und amerikanischen E-Modelle mithalten zu können.“

Durch eine verstärkte Zusammenarbeit innerhalb der Branche und den Schulterschluss mit politischen Entscheidungsträgern können Skaleneffekte erzielt, eine Lernkurve gefördert und faire Handelsbedingungen verbessert werden.

Schulterschluss: Neben Unternehmen ist auch die Politik gefragt

„Einführung von Zöllen auf Autos mit einem europäischem Produktionsanteil von unter 75 %, um die lokale Produktion zu fördern, könnten hier eine Maßnahme sein“, sagt Dejean. Zudem kann die Förderung der Batterieproduktion und -recycling in Europa die Abhängigkeit von China verringern. Auch die (erneute) Einführung von Kaufanreizen für lokal produzierte Elektrofahrzeuge und Förderung der Elektrifizierung von Unternehmensflotten könnte ein Schritt in die richtige Richtung sein, ebenso wie dringend notwendige Investitionen in den Ausbau der (Schnell-)Ladeinfrastruktur – gerade in ländlichen Gebieten. Das würde die Akzeptanz von Elektrofahrzeugen erhöhen.“

Auch die Förderung grüner Innovationen spielt politisch eine Rolle, beispielsweise bei der Unterstützung von Projekten im Bereich Batterien, autonomes Fahren und Recycling durch das EU-Horizon-Programm.

Die deutsche Automobilindustrie steht vor einer Herkulesaufgabe“, sagt Dejean. „Aber mit den richtigen Strategien und politischen Maßnahmen können sie gestärkt aus der Krise hervorgehen und eine führende Rolle in der globalen Mobilitätswende übernehmen.“

Die vollständige Allianz Trade Studie zur europäischen Automobilindustrie (ENG, pdf) finden Sie beigefügt und hier:

https://www.allianz-trade.com/content/dam/onemarketing/aztrade/allianz-trade.com/en_gl/erd/publications/pdf/2025-02-13-Automotive-AZT.pdf

Allianz Trade ist weltweiter Marktführer im Kreditversicherungsgeschäft und anerkannter Spezialist für Bürgschaften und Garantien, Inkasso sowie Schutz gegen Betrug oder politische Risiken. Allianz Trade verfügt über mehr als 100 Jahre Erfahrung und bietet seinen Kunden umfassende Finanzdienstleistungen an, um sie im Liquiditäts- und Forderungsmanagement zu unterstützen.

Über das unternehmenseigene Monitoring-System verfolgt und analysiert die Allianz Trade Gruppe täglich die Insolvenzentwicklung von mehr als 83 Millionen kleiner, mittlerer und multinationaler Unternehmen. Insgesamt umfassen die Expertenanalysen Märkte, auf die 92% des globalen Bruttoinlandsprodukts (BIP) entfallen.

Mit dieser Expertise macht die Allianz Trade Gruppe den Welthandel sicherer und gibt den weltweit über 70.000 Kunden das notwendige Vertrauen in ihre Geschäfte und deren Bezahlung. Als Tochtergesellschaft

der Allianz und mit einem AA-Rating von Standard & Poor's ist die Holding von Allianz Trade mit Sitz in Paris im Schadensfall der finanzstarke Partner an der Seite seiner Kunden.

Das Unternehmen ist in über 50 Ländern vertreten und beschäftigt mehr als 5.500 Mitarbeiter weltweit. 2023 erwirtschaftete die Allianz Trade Gruppe einen konsolidierten Umsatz von EUR 3,7 Milliarden und versicherte weltweit Geschäftstransaktionen im Wert von EUR 1.131 Milliarden.

Weitere Informationen auf www.allianz-trade.de

Pressekontakt

Antje Wolters

Pressesprecherin

+49 (0) 40 / 88 34 – 1033

+49 (0) 160 / 899 27 72

Antje.wolters@allianz-trade.com

Social Media



LinkedIn [Allianz Trade Deutschland](#)



XING [Allianz Trade Deutschland](#)



YouTube [Allianz Trade Deutschland](#)



Twitter [Allianz Trade](#)

Hinweis bezüglich zukunftsgerichteter Aussagen

Die in dieser Meldung enthaltenen Informationen können Aussagen über zukünftige Erwartungen und andere zukunftsgerichtete Aussagen enthalten, die auf aktuellen Einschätzungen und Annahmen der Geschäftsführung basieren, und bekannte und unbekannt Risiken sowie Unsicherheiten beinhalten, aufgrund derer die tatsächlichen Ergebnisse, Entwicklungen oder Ereignisse von den hier gemachten Aussagen wesentlich abweichen können. Neben zukunftsgerichteten Aussagen im jeweiligen Kontext spiegelt die Verwendung von Wörtern wie „kann“, „wird“, „sollte“, „erwartet“, „plant“, „beabsichtigt“, „glaubt“, „schätzt“, „prognostiziert“, „potenziell“ oder „weiterhin“ ebenfalls eine zukunftsgerichtete Aussage wider. Die tatsächlichen Ergebnisse, Entwicklungen oder Ereignisse können aufgrund verschiedener Faktoren von solchen zukunftsgerichteten Aussagen beträchtlich abweichen. Zu solchen Faktoren gehören u.a.: (i) die allgemeine konjunkturelle Lage einschließlich der branchenspezifischen Lage für das Kerngeschäft bzw. die Kernmärkte der Allianz-Gruppe, (ii) die Entwicklung der Finanzmärkte einschließlich der „Emerging Markets“ einschließlich Marktvolatilität, Liquidität und Kreditereignisse, (iii) die Häufigkeit und das Ausmaß der versicherten Schadenereignisse einschließlich solcher, die sich aus Naturkatastrophen ergeben; daneben auch die Schadenkostenentwicklung, (iv) Stornoraten, (v) Ausmaß der Kreditausfälle, (vi) Zinsniveau, (vii) Wechselkursentwicklungen einschließlich des Wechselkurses EUR-USD, (viii) Entwicklung der Wettbewerbsintensität, (ix) gesetzliche und aufsichtsrechtliche Änderungen einschließlich solcher bezüglich der Währungskonvergenz und der Europäischen Währungsunion, (x) Änderungen der Geldpolitik der Zentralbanken bzw. ausländischer Regierungen, (xi) Auswirkungen von Akquisitionen, einschließlich der damit verbundenen Integrationsthemen, (xii) Umstrukturierungsmaßnahmen, sowie (xiii) allgemeine Wettbewerbsfaktoren jeweils in einem örtlichen, regionalen, nationalen oder internationalen Rahmen. Die Eintrittswahrscheinlichkeit vieler dieser Faktoren kann durch Terroranschläge und deren Folgen noch weiter steigen. Das Unternehmen übernimmt keine Verpflichtung, zukunftsgerichtete Aussagen zu aktualisieren.