

STUDIE 2020

GREEN TRANS- FORMATION IN DER AUTOMOBILINDUSTRIE



STAUFEN.



**GREEN TRANSFORMATION IN DER
AUTOMOBILINDUSTRIE 2020**

HINTERGRUND UND RAHMEN DER STUDIE

Für die vorliegende Studie befragte die Unternehmensberatung Staufen AG insgesamt **267 Automobilunternehmen** in Deutschland zum Thema **Green Transformation in der Automobilindustrie.**

Die Befragung erfolgte im Juli 2020.

Über **die Studie**



**GREEN TRANSFORMATION IN DER
AUTOMOBILINDUSTRIE 2020**

MANAGEMENT SUMMARY

- **Das Potenzial für ökologisch nachhaltiges Wirtschaften ist** in der Automotive-Branche **noch nicht ausgeschöpft**. Neun von zehn Unternehmen haben hier Nachholbedarf.
- **Während fast neun von zehn OEMs** angeben, dass sie sich in diesem Bereich stark engagieren, liegt der **Anteil der Zulieferer nur bei knapp über 50 Prozent**.
- Ein großes Hemmnis für mehr Nachhaltigkeit in der Automobilbranche ist die offenbar **fehlende wirtschaftliche Rentabilität** vieler ökologischer Maßnahmen.
- Trotzdem legen sowohl OEMs als auch deren Lieferanten Wert auf eine **ökologisch ausgerichtete Supply Chain**.
- Ein hoher Markenwert vergrößert die Anstrengungen für Nachhaltigkeit, da **ökologische Fragen in Kaufentscheidungen einfließen**. Doch die OEMs können diesen Weg nur in Zusammenarbeit mit Zulieferern und deren Supply Chain gehen.
- Während der **Green Awareness Index** die Bedeutung der Ökologie für die Automobilindustrie unterstreicht, verdeutlicht der **Green Maturity Index** die aktuellen Defizite in der Umsetzung der notwendigen Maßnahmen.

Die angestrebten **CO₂-Ziele** lassen sich nur entlang der **gesamten Supply Chain** realisieren.

**GREEN TRANSFORMATION IN DER
AUTOMOBILINDUSTRIE 2020**

DIE ERGEBNISSE

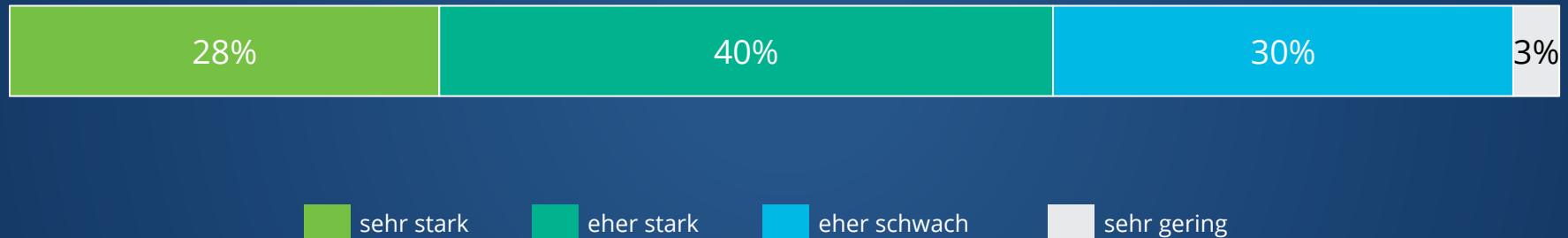
HINWEIS: DIE ERGEBNISSE SIND AUF GANZE ZAHLEN GERUNDET.

Wie stark engagieren sich Unternehmen der Automobilindustrie in Deutschland aus Ihrer Sicht im Vergleich zu anderen Branchen für den grünen Wandel?



Die **Automobilindustrie** sieht sich in Sachen **Umweltschutz** eher als eine **Vorreiterbranche**.

Wie stark engagiert sich Ihr Unternehmen für den grünen Wandel?



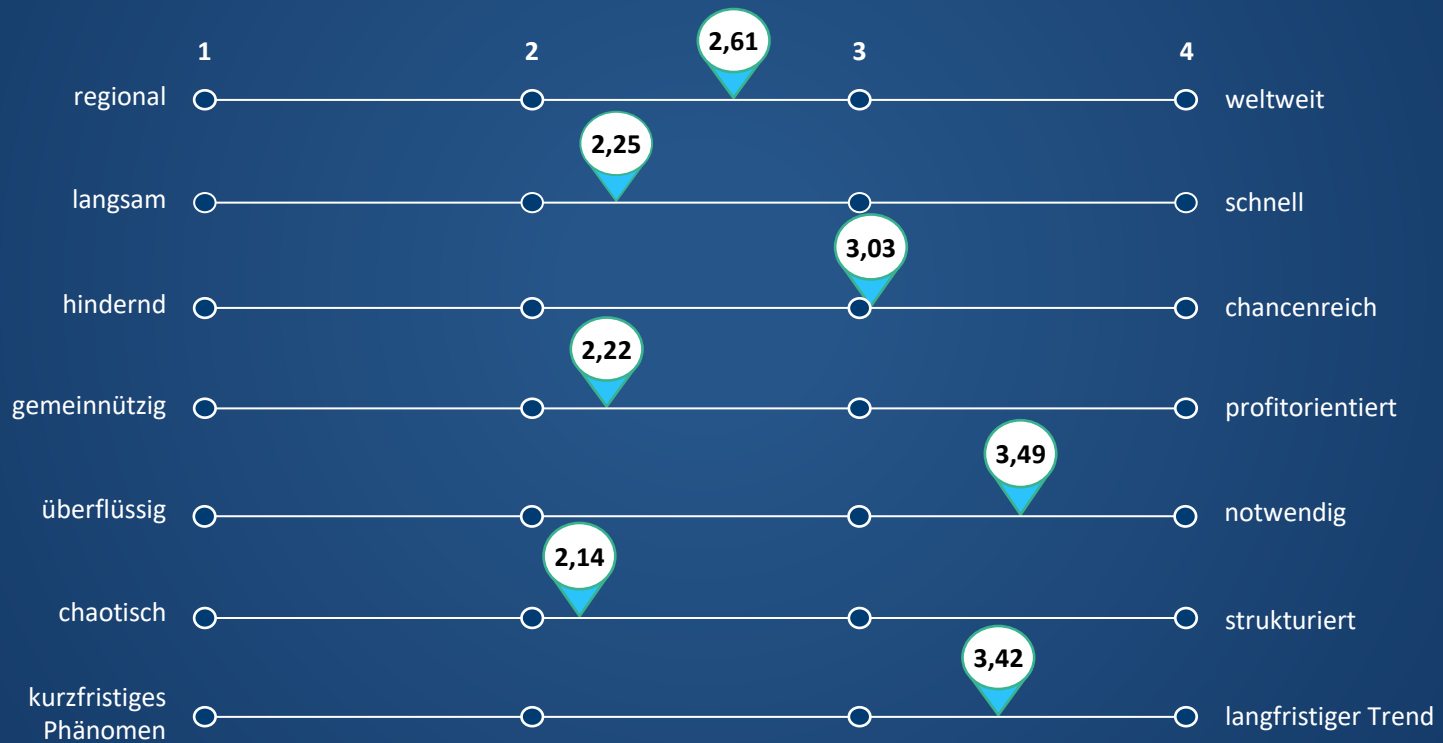
Die **Unternehmen der Automotive-Branche** stellen sich selbst ein **gutes „grünes Zeugnis“** aus.

Welche Faktoren sind die Haupttreiber für den grünen Wandel?



Der **politische Druck** ist der größte **Treiber** für den **grünen Wandel**.

Welche der folgenden Begriffe bringen Sie mit dem Thema grüner Wandel eher in Verbindung?



Die **Chancen** des grünen Wandels werden noch **zu langsam und unstrukturiert** angegangen.

Wie bewerten Sie die folgenden Aussagen?

„Unser Unternehmen muss den grünen Wandel vorantreiben, um zukünftig am Markt bestehen zu können.“



„Die ökologischen Potenziale unseres Unternehmens sind bereits ausgeschöpft.“



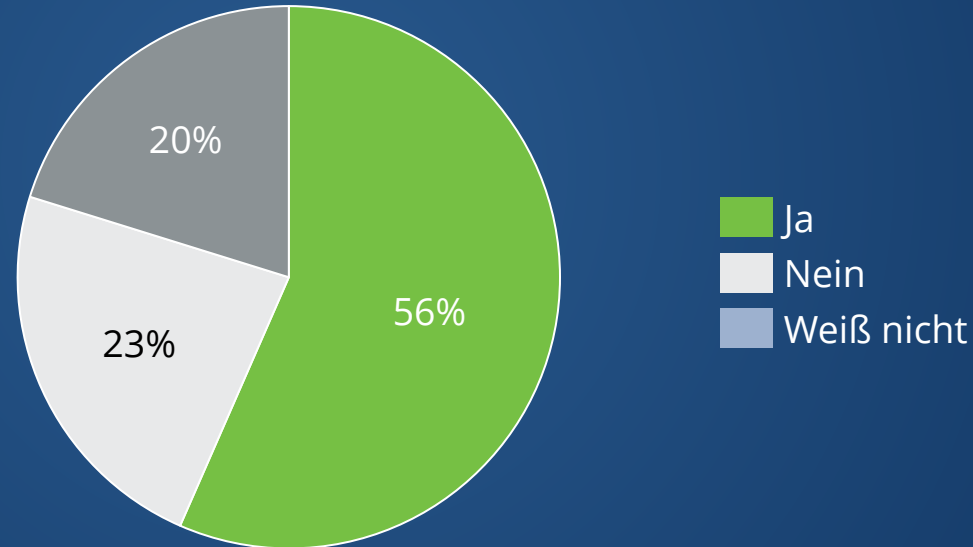
„Die erreichbare ökologische Wirkung unserer Maßnahmen ist gering.“



■ stimme zu ■ stimme eher zu ■ stimme eher nicht zu ■ stimme nicht zu

Noch viel **Potenzial:**
Am **grünen Wandel** führt in der
Autoindustrie kein Weg vorbei.

Wurde in Ihrem Bereich in den letzten drei Monaten eine ökologische Verbesserungsmaßnahme umgesetzt?



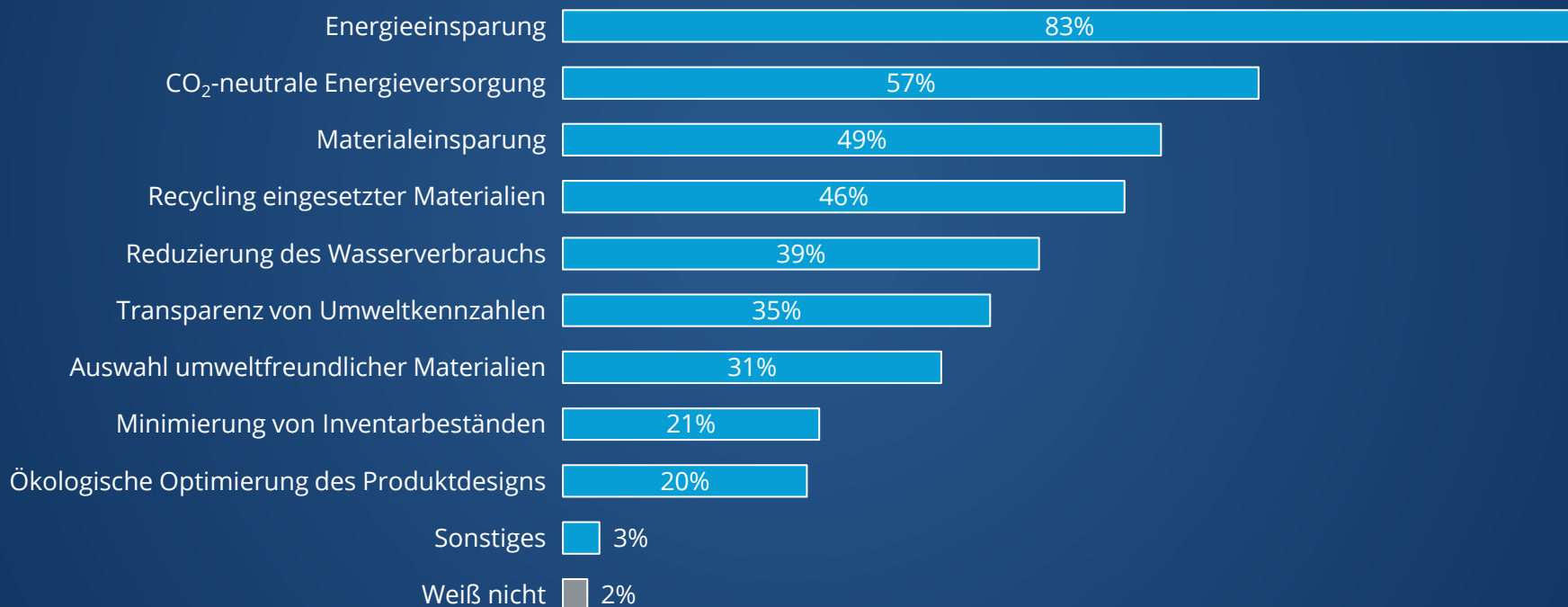
Von der **CO₂-Reduktion** bis zum **Homeoffice** – ökologische Maßnahmen sind **gelebter Alltag**.

Wie bewerten Sie allgemein den Umsetzungsfortschritt von ökologischen Verbesserungsmaßnahmen in Ihrem Unternehmen?



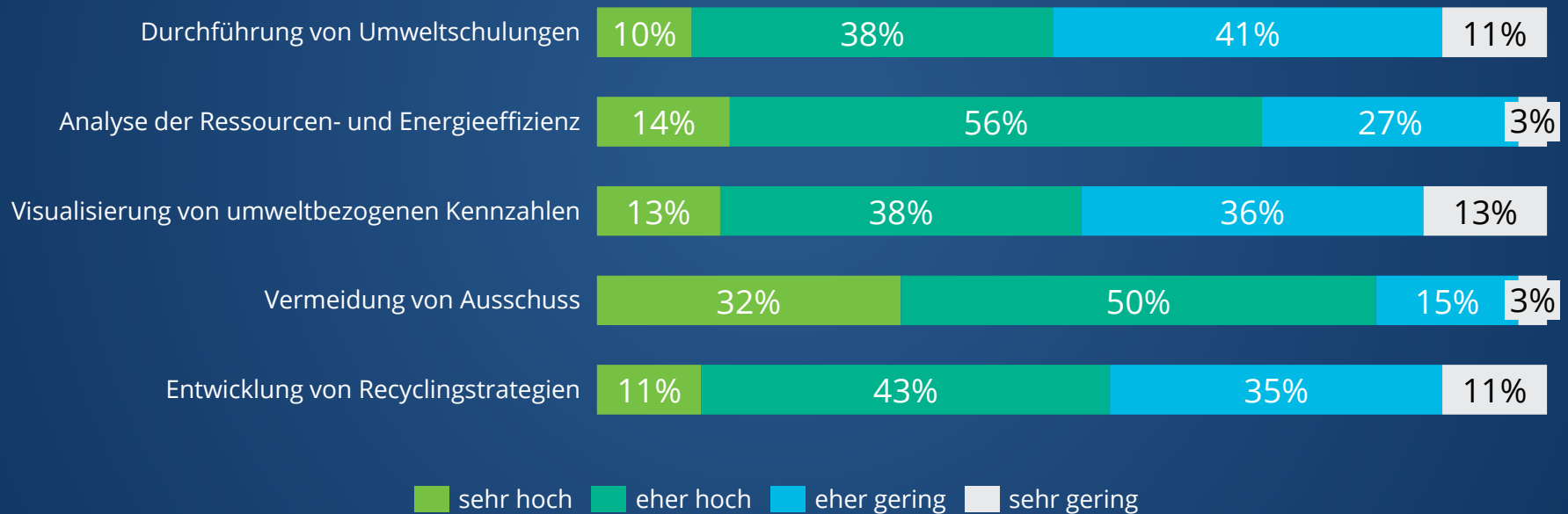
Bei der Umsetzung ökologischer Maßnahmen **hakt es noch** in vielen Automotive-Unternehmen.

Welche der folgenden ökologischen Ziele werden in Ihrem Unternehmen im Hinblick auf den Einsatz von Ressourcen schwerpunktmäßig verfolgt?



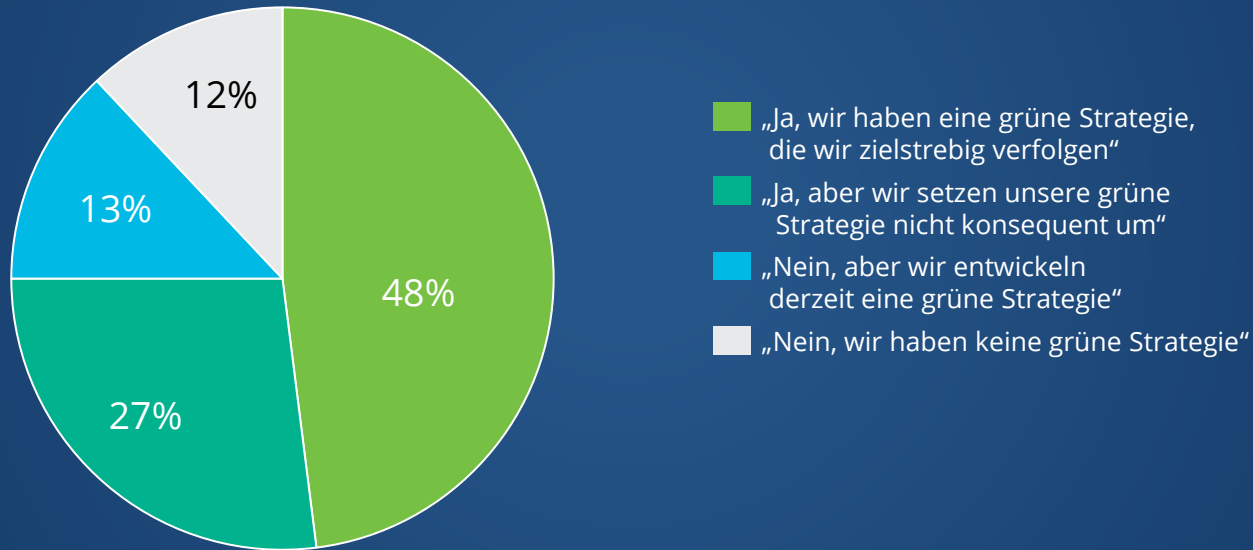
Energieeinsparung ist in der Branche das **dominierende Ökoziel**.

Wie bewerten Sie den Umsetzungsfortschritt der folgenden ökologischen Maßnahmen in Ihrem Unternehmen?



Noch fehlen in vielen Unternehmen
in Sachen Ökologie: **Strategie,**
Kennzahlen und Schulungen.

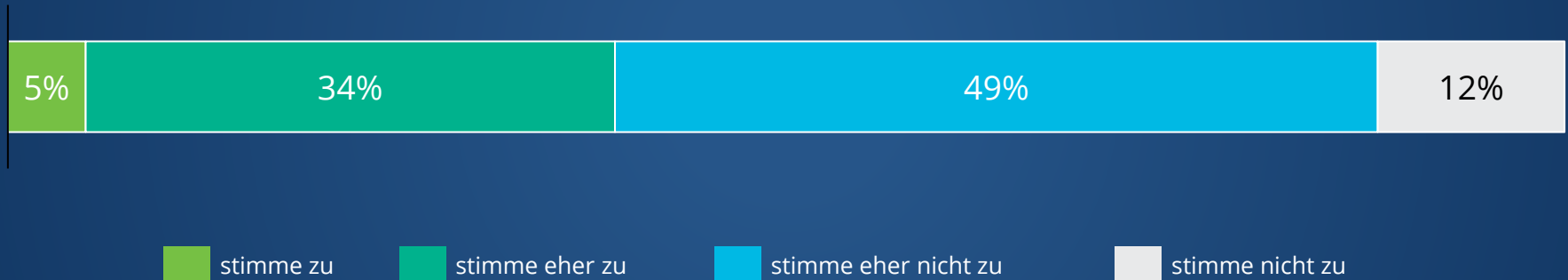
Gibt es eine Strategie Ihres Unternehmens für den Weg zum grünen Wandel?



Nicht einmal jedes zweite
Unternehmen verfügt über eine
etablierte **Ökologiestrategie.**

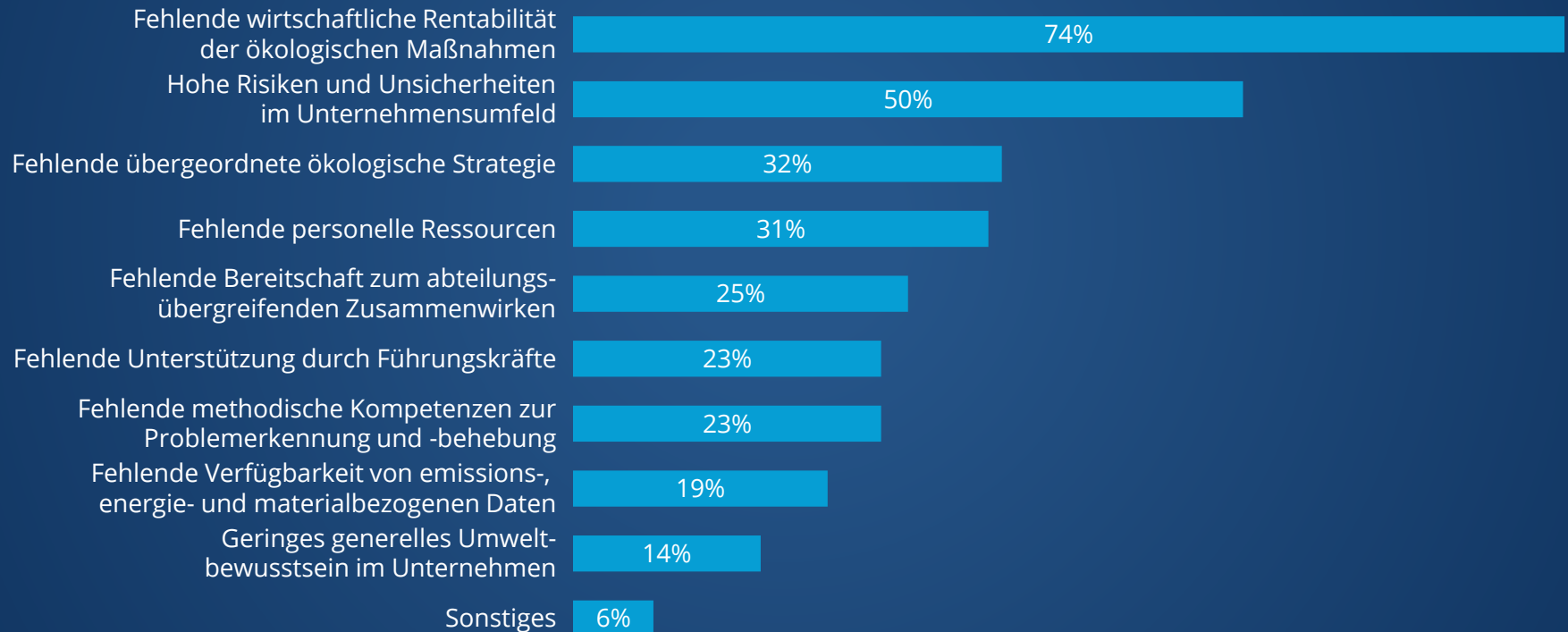
Wie bewerten Sie die folgende Aussage?

„Unser Unternehmen akzeptiert die Mehrkosten einer ökologisch nachhaltigen Beschaffung“



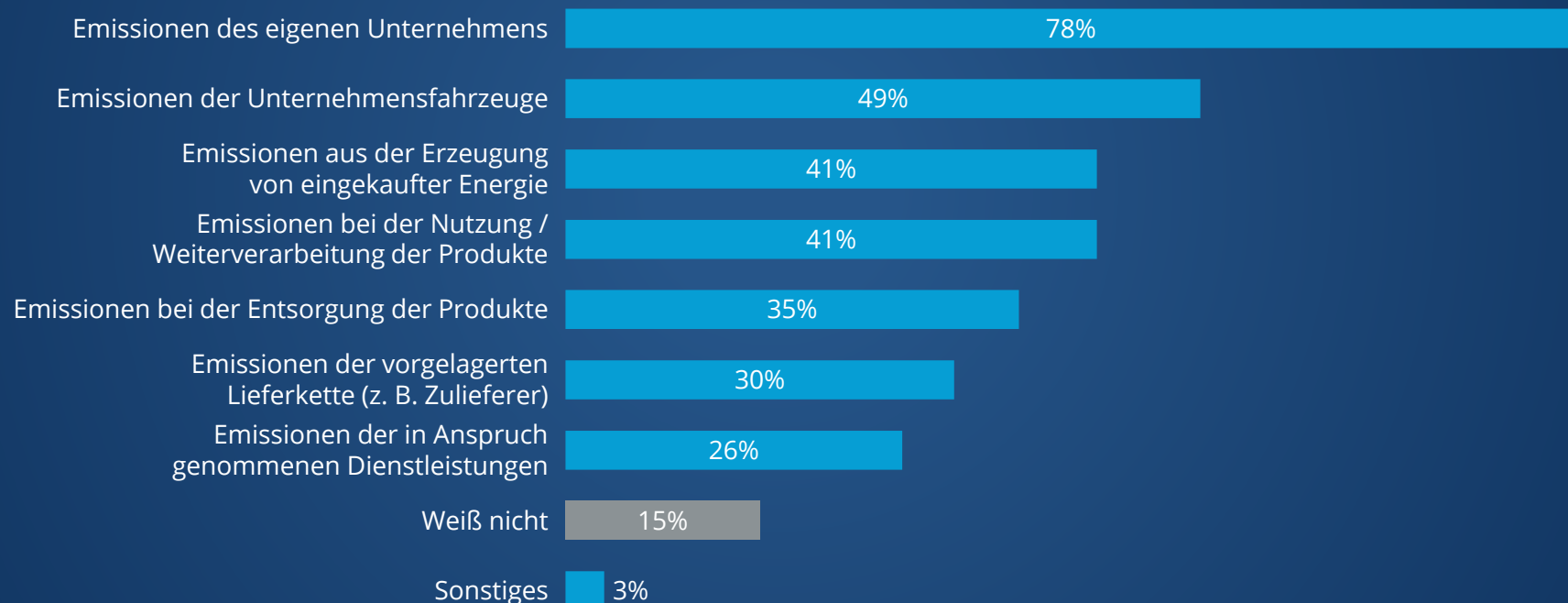
Nur gut ein Drittel der Unternehmen **ist bereit**, für Nachhaltigkeit auch **höhere Kosten zu akzeptieren.**

Wo sehen Sie die größten Hemmnisse für einen grünen Wandel in Ihrem Unternehmen?



Bremsklotz Rentabilität: **Ökologische Maßnahmen rechnen sich bisher in vielen Unternehmen nicht.**

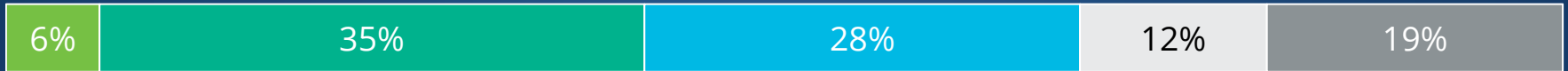
Welche der folgenden Emissionen berücksichtigt Ihr Unternehmen bei der Beurteilung der ökologischen Belastungen?



Ökologische Nabelschau: Beim Thema **Emissionen** werden viele Dimensionen bisher ausgeblendet.

Wie bewerten Sie die folgenden Aussagen?

„Unsere Zulieferer kooperieren aktiv mit uns für einen grünen Wandel“



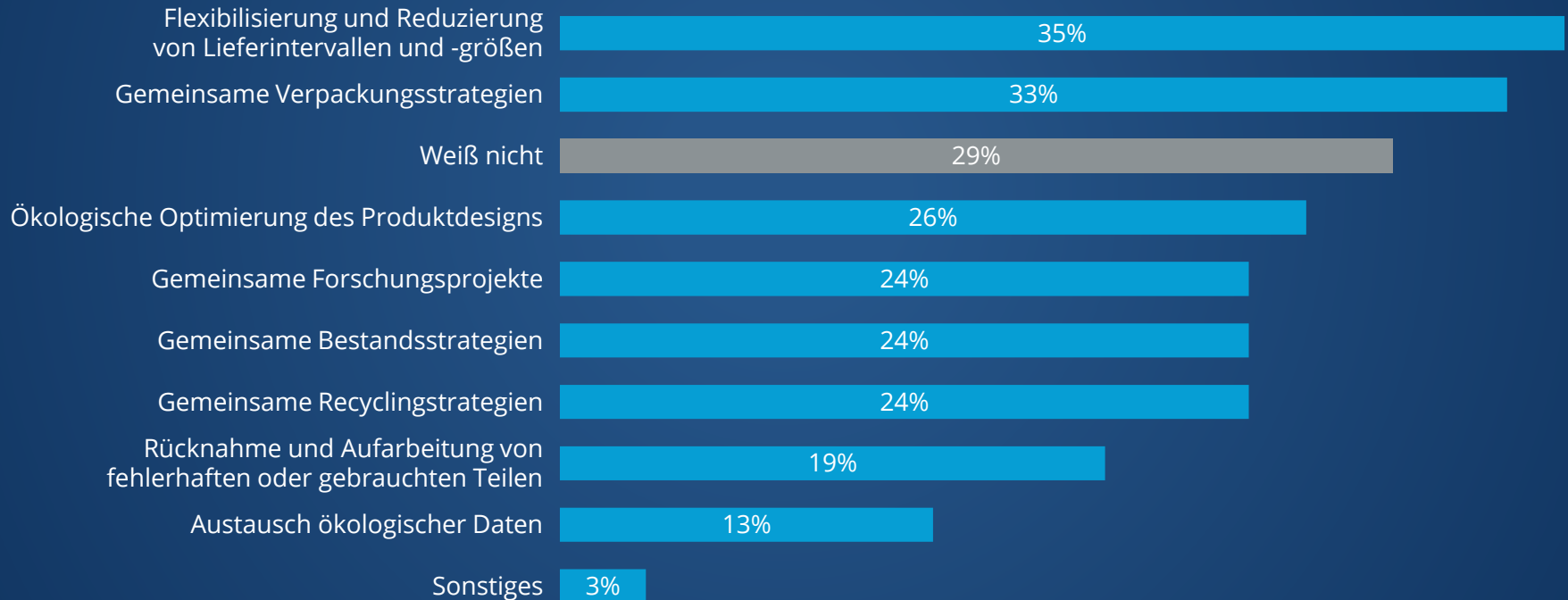
„Unsere Kunden kooperieren aktiv mit uns für einen grünen Wandel“



■ stimme zu ■ stimme eher zu ■ stimme eher nicht zu ■ stimme nicht zu ■ weiß nicht

Luft nach oben: **Zulieferer und Kunden** könnten **beim Thema Ökologie** noch **stärker kooperieren**.

Welche Maßnahmen verfolgen Sie gemeinsam mit anderen Teilnehmern der Supply Chain im Hinblick auf den grünen Wandel?



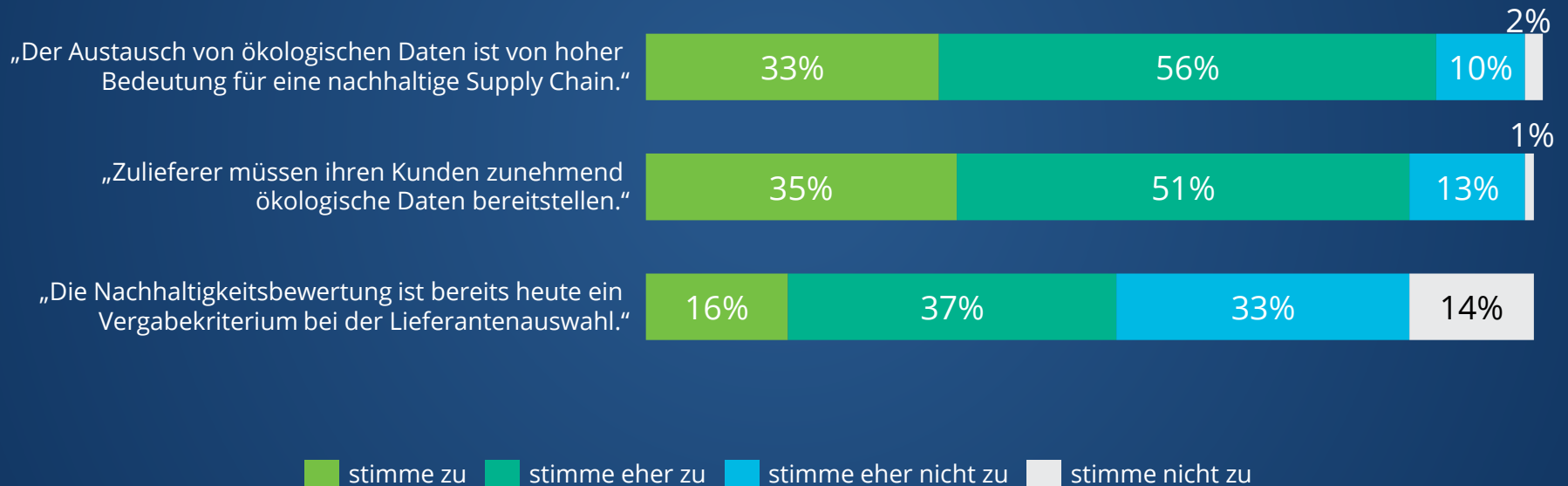
Intelligentere Logistik: Die Supply Chain soll vor allem beim Transport grüner werden.

Wie bewerten Sie allgemein den Umsetzungsfortschritt von ökologischen Verbesserungsmaßnahmen in Ihrer Supply Chain?



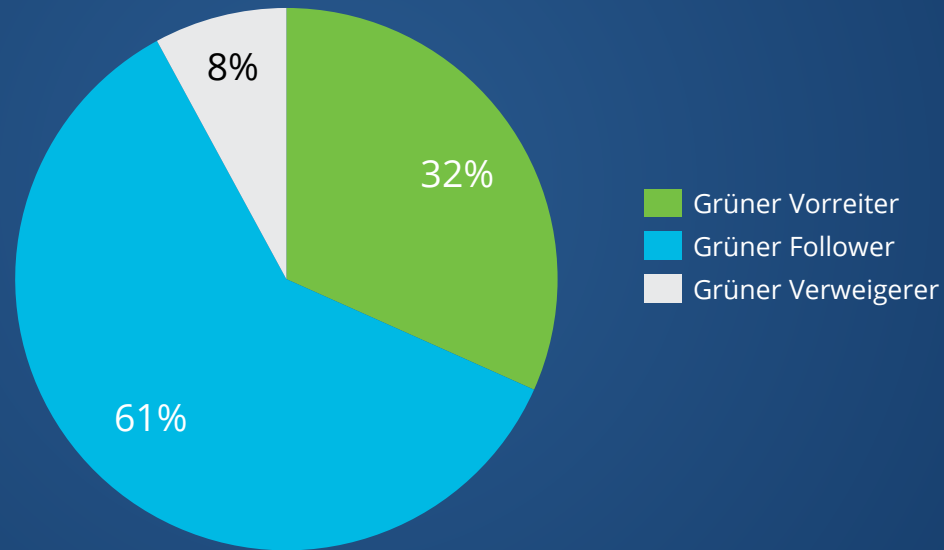
Gut jedes fünfte Unternehmen hat vorzeigbare ökologische Erfolge beim Thema Supply Chain.

Wie bewerten Sie die folgenden Aussagen?



Ökologie meets Digitalisierung:
Auch die **Nachhaltigkeit** setzt auf
die **Macht der Daten**.

Wie würden Sie Ihr Unternehmen auf dem Weg zum grünen Wandel einschätzen?

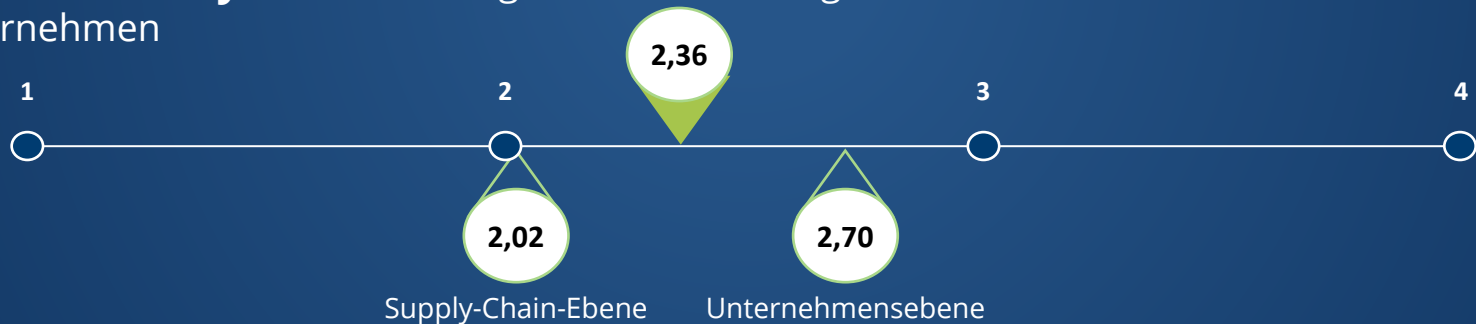


Grüne Avantgarde: **Jedes dritte Automotive-Unternehmen** sieht sich selbst als **ökologischen Vorreiter**.

Green Awareness Index – Antworten auf die Frage, inwieweit die einzelnen Unternehmen Nachhaltigkeit und Ökologie als Herausforderung erkannt haben und welche Faktoren die Umsetzung vorantreiben



Green Maturity Index – Reifegrad der Nachhaltigkeitsmaßnahmen in den einzelnen Unternehmen



Sowohl Automobilhersteller als auch Zulieferer haben **großes Potenzial** für die Optimierung ökologischer Maßnahmen.



**GREEN TRANSFORMATION IN
DER AUTOMOBILINDUSTRIE 2020**

STATISTISCHE DATEN

In welchem Teil der Automobilindustrie ist Ihr Unternehmen tätig?

OEM	42 %
Zulieferer	53 %
Sonstiges	5 %

Welche Funktion üben Sie in Ihrem Unternehmen aus?

Geschäftsführung	10 %
Bereichs- / Abteilungsleitung	37 %
Team- / Gruppenleitung	15 %
Mitarbeiter	32 %
Sonstiges	6 %

Welchem Bereich in Ihrem Unternehmen würden Sie sich am ehesten zugehörig fühlen?

Forschung und Entwicklung	24 %
Einkauf /	
Supply Chain Management	14 %
Produktion und Logistik	35 %
Vertrieb	11 %
Administrative Bereiche	8 %
Sonstiges	9 %

Wie viele Mitarbeiter hat Ihr Unternehmen?

< 300	8 %
300-3.000	18 %
> 3.000	74 %

Wie groß ist der Jahresumsatz Ihres Unternehmens?

bis 60 Mio. Euro	9 %
60 – 600 Mio. Euro	18 %
über 600 Mio. Euro	72 %

Die **ausgewogene Teilnehmerstruktur** erlaubt einen realistischen Blick auf die deutsche Automobilindustrie.

STAUFEN.

IN JEDEM UNTERNEHMEN
STECKT EIN NOCH BESSERES.

Ansprechpartner



Dr. Thilo Greshake
Partner Automotive
t.greshake@staufen.ag
+49 7024 8056 0

Ansprechpartner für Medien



Stephanie König
Marketing Manager
s.koenig@staufen.ag
+49 7024 8056 152

STAUFEN.AG

Beratung.Akademie.Beteiligung

Blumenstraße 5
D-73257 Köngen
+49 7024 8056 0

Krankenhaus 1 . Im Zollhafen 18
D-50678 Köln
+49 221 168819 0

www.staufen.ag

STAUFEN.