Zusammenfassung

36

Garnet Kasperk, Sarah Fluchs und Julius Hausmann

Der Anteil elektrisch betriebener Fahrzeuge an der Gesamtflotte wächst getrieben durch ökologische Regulierungen, politische Anreizstrukturen und zunehmende Käuferakzeptanz rasant. Etablierte und neue Fahrzeugproduzenten passen ihre Strategien dynamisch an und bringen in diesem Jahrzehnt eine Vielzahl neuer Modelle auf den Markt.

Durch Wegfall des Motors sowie zugehöriger Bauteile und Komponenten entfallen etwa 35 % der Wertschöpfung. Insgesamt liegt der Materialwert von Elektrofahrzeugen durch elektronische Komponenten und insbesondere die Batterie aber rund 30 % höher. Zukünftige Wertschöpfungspotenziale entfallen zum Großteil auf Zulieferer sowie Hersteller von Batteriezellen im asiatischen und demnächst auch europäischen Raum. Für etablierte Anbieter lassen sich bei der Umsetzung effizienzsteigernder Maßnahmen im Fahrzeugverkauf, in der Batterieproduktion und im Bereich elektrischer und elektronischer Komponenten Wertschöpfungspotenziale erschließen.

Da ein elektromobiles Angebot eine Ladeinfrastruktur mit zugehörigen Abrechnungsmechanismen erfordert, eröffnen sich weitergehende Potenziale für Unternehmen der

G. Kasperk (✉)
Leiterin Center for International Automobile Management, Lehrstuhl für Internationale Wirtschaftsbeziehungen RWTH Aachen, Aachen, Deutschland
E-Mail: garnet.kasperk@rwth-aachen.de

S. Fluchs
Economist im Bereich Umwelt, Energie, Infrastruktur, Institut der deutschen Wirtschaft, Köln, Deutschland
E-Mail: Fluchs@iwkoeln.de

J. Hausmann
Wissenschaftlicher Mitarbeiter, Production Engineering of E-Mobility Components (PEM), RWTH Aachen, Aachen, Deutschland
E-Mail: julius.hausmann@rwth-aachen.de

© Der/die Autor(en) 2024

A. Kampker, H. H. Heimes (Hrsg.), *Elektromobilität*,
https://doi.org/10.1007/978-3-662-65812-3_36

Automobil- und Energiebranche in diesem Bereich. Digitalisierung und Konnektivität führen darüber hinaus zu vielfältigen dienstleistungsorientierten Geschäftsmodellen im Zusammenhang mit Elektromobilität, beispielsweise E-Carsharing. Weitergehende Dienstleistungsangebote stehen zwar nicht direkt im Zusammenhang mit der Elektrifizierung des Antriebsstrangs – die sich entwickelnden Geschäftsmodelle sind aber untrennbar miteinander verwoben. Fahrzeugbezogene sowie unabhängige Dienstleistungen werden im Kontext der Fahrzeuge von verschiedenen Anbietern platziert und künftig kundenorientiert kompiliert. Es entstehen Ökosysteme, die Lösungen für Mobilität und weitere Aspekte des täglichen Lebens liefern.

Für Automobilproduzenten ändern sich durch Elektrifizierung und Konnektivität sämtliche Elemente des Geschäftsmodells. Parallel zum klassischen Geschäftsmodell des Fahrzeugverkaufs mit direkt verbundenen Diensten werden serviceorientierte Angebote entwickelt. Wertschöpfungsstrukturen und insbesondere die Definition des Kundennutzens verändern sich. Die Gewichtung und Ausprägung des dienstleistungsbasierten Angebotsspektrums führt zu unterschiedlichen Geschäftsmodelltypen. Während Automobilzulieferer ihr Angebotsportfolio weitgehend im Rahmen ihrer Geschäftsmodelle anpassen, erweitern Unternehmen der Energieversorgung ihre Dienstleistungsangebote, diversifizieren ihr Kundenportfolio und positionieren sich als Anbieter integrierter Elektromobilität.

Sowohl die Elektrifizierung des Antriebsstrangs als auch die Digitalisierung und Konnektivität treiben Kooperationen entlang der Wertschöpfungskette voran. Im endkundennahen Bereich entstehen Anbieternetzwerke, die Kunden möglichst umfassende Mobilitätslösungen und weitere Dienstleistungen offerieren.

Open Access Dieses Kapitel wird unter der Creative Commons Namensnennung 4.0 International Lizenz (http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.de) veröffentlicht, welche die Nutzung, Vervielfältigung, Bearbeitung, Verbreitung und Wiedergabe in jeglichem Medium und Format erlaubt, sofern Sie den/die ursprünglichen Autor(en) und die Quelle ordnungsgemäß nennen, einen Link zur Creative Commons Lizenz beifügen und angeben, ob Änderungen vorgenommen wurden.

Die in diesem Kapitel enthaltenen Bilder und sonstiges Drittmaterial unterliegen ebenfalls der genannten Creative Commons Lizenz, sofern sich aus der Abbildungslegende nichts anderes ergibt. Sofern das betreffende Material nicht unter der genannten Creative Commons Lizenz steht und die betreffende Handlung nicht nach gesetzlichen Vorschriften erlaubt ist, ist für die oben aufgeführten Weiterverwendungen des Materials die Einwilligung des jeweiligen Rechteinhabers einzuholen.

