

24.08.2016 Umfrage

Die geheime Macht der Automobilzulieferer



Bedeutendes Unternehmen, geringe Bekanntheit: ZF Friedrichshafen.

© Foto: dpa

Eine Puls-Umfrage zeigt: Die strategische Bedeutung der deutschen Automobilzulieferer steht in krassem Missverhältnis zu ihrer Bekanntheit.

Der aktuell beilegende Kampf zwischen **VW** und den Automobilzulieferern ES Automobilguss und Car Trim zeigt: Auch Zulieferer verfügen über Marktmacht. "Sie sind nicht nur von entscheidender Bedeutung für die Innovationskraft der Hersteller, sondern machen mittlerweile auch ca. 70 Prozent der Wertschöpfung eines Autos aus", sagt Konrad Weißner, Geschäftsführer der **Nürnberger** Marktforschung Puls. Eine aktuelle Umfrage unter 1.009 Autokäufern zeige aber, dass die strategische Bedeutung der deutschen **Automobilzulieferer** in krassem Missverhältnis zu ihrer Bekanntheit steht.

So bilden **Bosch**, **Continental** sowie Thyssen Krupp mit Bekanntheitsgraden von 82 Prozent, 75 Prozent und 58 Prozent rühmliche Ausnahmen. Setzt man die Umsatzbedeutung und den Bekanntheitsgrad ins Verhältnis, so fällt vor allem das Missverhältnis bei **ZF** Friedrichshafen auf. Insgesamt zeigt die **Studie**, dass die Mehrheit der milliardenschweren deutschen Automobilzulieferer eher homöopathische (gestützte) Bekanntheitsgrade zwischen 38 Prozent (**Webasto**) und einem Prozent (AUNDE) erreichen.

"Automobilzulieferer mit Wachstumsambitionen sollten ihre Endkundenbekanntheit schon deshalb steigern, weil sie dadurch ihre Chancen beim Wettbewerb um die besten Köpfe verbessern", rät Weißner. Neben einem erfolgreichen Endkunden-Geschäftsbereich bringe Bosch mit dem Anspruch "**Technik** fürs Leben" eine klare Ausrichtung an Endkunden zum Ausdruck. Continental dagegen stelle neben dem **Sponsoring** internationaler Großveranstaltungen aktiv seine Beiträge zur **Technologie** des Autos und der **Mobilität** von Morgen heraus. (AH)

Quelle: <http://www.autohaus.de/nachrichten/umfrage-die-geheime-macht-der-automobilzulieferer-1824505.html>