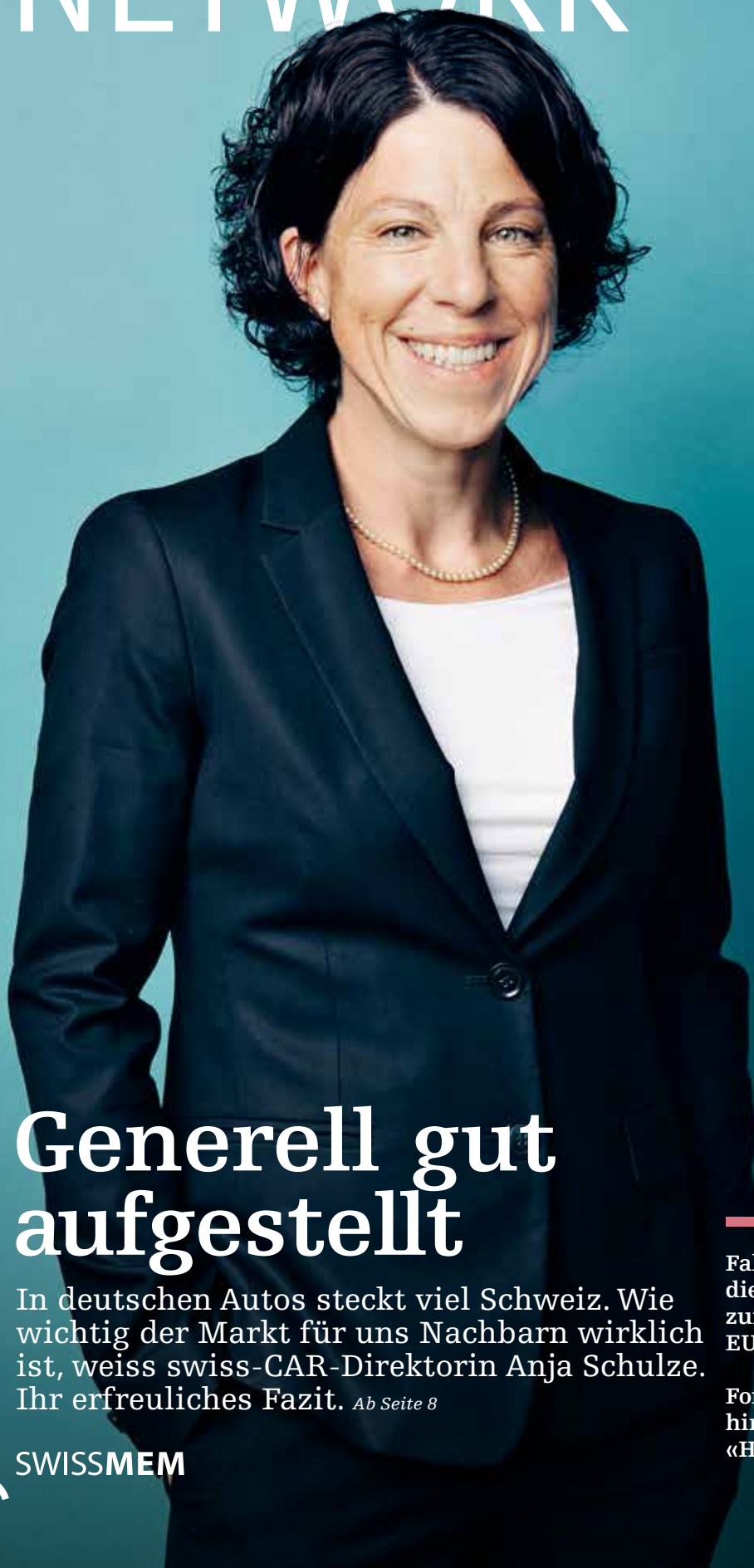


SWISSMEM NETWORK



2/19 Generell gut aufgestellt

In deutschen Autos steckt viel Schweiz. Wie wichtig der Markt für uns Nachbarn wirklich ist, weiss swiss-CAR-Direktorin Anja Schulze. Ihr erfreuliches Fazit. *Ab Seite 8*

— Fokus —
**Eng
verflochten**

Fakten, Fakten, Fakten:
die Swissmem-Studie
zur Vernetzung mit der
EU. *Ab Seite 6*

**Forschung über Grenzen
hinweg: das Projekt
«Horizon».** *Ab Seite 11*



«Was Produktionssicherheit, Präzision und hohe Qualität angeht, ist die Schweizer Industrie nach wie vor top.» Prof. **Anja Schulze**, Direktorin swiss CAR.

Deutschland, der Motor Europas

Die Schweizer Automobilindustrie exportiert den Grossteil ihrer Produkte nach Europa, vor allem nach Deutschland. Warum der deutsche Markt für die Schweiz so wichtig ist, erklärt swiss-CAR-Direktorin Anja Schulze.

Porträt

Anja Schulze hält eine SNF-Förderprofessur für Technology and Innovations Management am Institut für Betriebswirtschaftslehre der Universität Zürich und ist seit 2005 Direktorin des swiss Center for Automotive Research (swiss CAR). In ihrer Forschung untersucht sie die Innovationsfähigkeit von Unternehmen. Davor war sie an der ETH Zürich als Senior Researcher und Dozentin beim Department für Management, Technology and Economics tätig.

Welche Bedeutung hat die Automobilindustrie für die Schweiz?

Mit 34 000 Beschäftigten, 19 Milliarden Franken Umsatz und 574 zugehörigen Firmen nimmt sie eine tragende Rolle für unsere Wirtschaft ein. Trotzdem wird sie eher am Rande wahrgenommen. Der Grund ist, dass sie – mit wenigen Ausnahmen im Nutzfahrzeugsbereich – selbst keine Autos herstellt. Es handelt sich um eine fast reine Zulieferindustrie mit einer ausgesprochen hohen Exportquote. Hauptsächlich produziert sie Teile für die Automobilhersteller sowie Werkzeuge und Maschinen.

Welches sind die wichtigsten Absatzmärkte?

Europa – Westeuropa – ist der wichtigste Handelspartner – deutlich angeführt von Deutschland. Frankreich besitzt zwar ebenfalls eine grosse Automobilindustrie, hat aber wirtschaftlich an Stärke verloren, während Deutschland mehr denn je als Motor Europas gilt. Deutschland ist gleichzeitig auch der wichtigste Beschaffungsmarkt: Von dort kommen die meisten Vorprodukte wie Rohstoffe, welche die Schweizer Automobilzulieferer im Ausland einkaufen. Die Schweiz ist also sehr stark in die Wertschöpfungskette der deutschen Automobilindustrie eingebunden. Wichtig sind zudem die USA und China. Die anderen BRIC-Länder – Brasilien, Russland und Indien – liegen

vergleichsweise weit hinten, auch wenn ihnen vor wenigen Jahren noch ein grosses Wachstumspotenzial zugeschrieben wurde.

Die Automobilbranche ist weltweit im Umbruch – alternative Antriebe wie der Elektromotor erobern den Markt. Wo steht Deutschland in dieser Entwicklung?

Deutschland gehört sicher zu den Treibern dieser neuen Technologien, auch wenn der Prozess langsamer voranschreitet als angenommen. Derzeit wird die Entwicklung von Batterien extrem vorangetrieben; viele Subventionen, auch von EU-Seite, fliessen in diesen Bereich. Alle grossen deutschen Hersteller – VW, Daimler, BMW – bringen jetzt Fahrzeugmodelle mit alternativen Antriebssträngen auf den Markt. Ob sie damit an die Attraktivität eines Tesla anknüpfen können, bleibt abzuwarten.

Was bedeutet das für die Schweizer Zulieferindustrie?

40 Prozent der Schweizer Automobilfirmen sind unmittelbar vom technologischen Wandel betroffen. Diese sind primär



45%

der Schweizer Automobilzulieferer produzieren Teile für den Verbrennungsmotor.

11%

soll der Anteil elektrischer Fahrzeuge gemäss Marktforschung bis 2025 zunehmen.

auf Verbrennungsmotoren ausgerichtet und müssen sich jetzt fragen, was sie stattdessen produzieren wollen. Die Hauptüberlegung dabei sollte sein: Wie können wir mit unseren vorhandenen Kernkompetenzen und unserem Know-how ein ganz anderes Produkt herstellen, das in einem Auto mit alternativem Antrieb Verwendung findet?

Können Sie ein Beispiel nennen?

Die Firma Sefar aus Thal, St. Gallen, produziert Gewebefilter für Benzin- und Dieselmotoren. Aufgrund der Verbreitung des Elektromotors sieht sich das Unternehmen mit einem Umsatzrückgang von 50 Prozent konfrontiert. Sefar hat deshalb gehandelt: Angeregt von der Medizinaltechnik, hat das Unternehmen eine Art Sitzheizung für Elektromobile entwickelt. Weil beim E-Mobil die Abwärme durch den Verbrennungsmotor wegfällt, ist es im Fahrzeuginnern oft kühl. Entstanden ist ein neues Produkt für ein neues Anwendungsgebiet, aber auf Basis der gleichen Technologie.

Wie schafft es die Schweiz als Hochpreisinsel, sich auf dem Beschaffungsmarkt optimal zu positionieren?

Wie das Beispiel oben zeigt: Innovationen sind gefragt, um auf dem Zuliefermarkt langfristig bestehen zu können. Das gilt insbesondere für ein Hochlohnland

wie die Schweiz. Um in dem Wettbewerb mitspielen zu können – mit dem Preisniveau, das wir hier haben –, müssen wir innovativ sein. Die Schweizer Industrie kann mit ihrer Innovationskraft weltweit an der Spitze mithalten.

Hinzu kommt: Die deutschen Autobauer sind mehrheitlich im Highend-Bereich angesiedelt; mit Premiemarken wie Audi, Mercedes-Benz, Porsche, Daimler. Bei diesen Herstellern haben Produktionssicherheit, Präzision und

hohe Qualität oberste Priorität. Auf diesen Gebieten ist die Schweizer Industrie nach wie vor top.

Haben Unternehmen, die in verschiedenen Industriesparten tätig sind, weniger Innovationsdruck?

Diversifikation ist zum einen ein Risikoschutz: Nach unserer ersten Branchenstudie 2008 haben wir 2013 eine weitere Studie unter den Automobilzulieferern durchgeführt. Wir wollten unter anderem wissen, wie viele dieser Zulieferfirmen im Zuge der Krise von 2009 über die Klippe springen mussten. Es waren erstaunlich wenige. Die breite Aufstellung vieler Firmen könnte eine Erklärung sein.

Zum anderen ist Diversifikation aber auch deshalb interessant, weil Produkte und Prozesse aus anderen Industriezweigen auch für die Automobilindustrie nützlich sein können – wie das Beispiel von Sefar ebenfalls zeigt.

2018 wurde die Studie zum dritten Mal durchgeführt. Was sind die wichtigsten Erkenntnisse daraus?

Viele Unternehmen sehen die Notwendigkeit, in Produkte für alternative Antriebe zu investieren. 50 Prozent bewerten ihre Geschäftsaussichten kritisch, sollten sie unverändert weiterproduzieren.

Deutschland als wichtigster Handelspartner ist zwar als Produktionsstandort relevant, gleichzeitig lässt sich aber auch ein klares Bekenntnis zum Standort Schweiz erkennen. Das ist erfreulich. Dadurch kann die Wertschöpfung im eigenen Land bleiben. Viele Firmen planen zudem einen Ausbau ihrer Entwicklungsstandorte im Ausland – als Ergänzung zu den Unternehmensaktivitäten am Standort Schweiz. Das bedingt entsprechende Ressourcen und positive Zukunftsaussichten. Und es bestätigt uns, dass unsere Automobilindustrie zum heutigen Zeitpunkt generell gut aufgestellt ist.

— Interview: Christine Spirig



«Als Hochlohnland muss die Schweiz innovativ sein.»