

**PRESSEMITTEILUNG**

10. Mai 2020

## **McKinsey-Analyse: Wie verändert Covid-19 die Mobilität?**

- Angespannte Wirtschaftslage, stärkere Regulierung, verändertes Kundenverhalten und neue Technologien zentrale Einflüsse
- Weltweit 20-25% weniger Autoverkäufe in diesem Jahr
- Kunden setzen auf infektionssichere Verkehrsmittel

DÜSSELDORF. Weltweit haben die Menschen in der Corona-Pandemie ihre Mobilität eingeschränkt. Doch auch nach der Lockerung von Ausgangsbeschränkungen in vielen Regionen wird das Mobilitätsverhalten ein anderes sein als vor der Krise – mit deutlichen Auswirkungen für die Automobilindustrie und Mobilitätsanbieter. Dies geht aus einer neuen Analyse der Unternehmensberatung McKinsey & Company hervor.

„Die Mobilität wird sich aus vier Gründen verändern: gesamtwirtschaftliche Lage, Regulierung, Technologie und Kundenverhalten“ sagt Timo Möller, Partner im Kölner Büro von McKinsey. „Nach der akuten Krisenbewältigung gilt es für die Anbieter, ihre Strategie diesen Veränderungen anzupassen“.

**Gesamtwirtschaftliche Lage:** Durch das Herunterfahren der Fabriken wurden bisher rund 7,5 Mio. weniger Autos produziert als ursprünglich geplant. Auf dem Höhepunkt der Krise standen über 90% der Autowerke in China, Europa und den USA still. Auch auf der Nachfrageseite zeigen sich die Folgen: Insgesamt dürfte der Markt für neue Pkw in diesem Jahr weltweit um rund 20 bis 25% zurückgehen. Allein im April wurden in Deutschland rund 60% weniger Autos verkauft als im Vorjahr. In Italien, Spanien, Frankreich und Großbritannien betrug der Rückgang sogar bis zu 95%. Mobilitätsanbieter leiden ebenfalls: Die ÖPNV-Nutzung ist in vielen Städten um 70 bis 90% eingebrochen; Ridehailing-Dienste verzeichnen 60 bis 70% weniger Kunden. Zahlreiche Anbieter von E-Scootern haben ihren Dienst in Deutschland zeitweise eingestellt. „Die Schwäche einzelner Mobilitätsanbieter kann mittelfristig zu mehr Fusionen und Übernahmen führen – die Konsolidierung der Auto- und Mobilitätsindustrie wird durch die Coronakrise beschleunigt“, sagt Kersten Heineke, Partner im Frankfurter Büro von McKinsey.

**Regulierung:** Auch die Rolle des Staates wird sich verändern. Aktuell ist die Reaktion der Regulierer weltweit unterschiedlich: Während in manchen Regionen Umweltvorgaben gelockert werden, hat China die Förderung für Elektrofahrzeuge als Reaktion auf Corona verlängert. „Nicht nur in Deutschland wird über Kaufanreize diskutiert, die eine umweltpolitische Lenkungswirkung hin zu E-Autos beinhalten“, so Möller. Ein weiterer Corona-Effekt: Stadtverwaltungen haben im Lock-down Straßen für Fußgänger und Radfahrer umgewidmet und werden erfolgreiche Projekte auch nach der Lockerung der Ausgangsbeschränkungen voraussichtlich beibehalten – auch, um den Abstand zwischen Verkehrsteilnehmern zu gewährleisten.

**Technologie:** Kurzfristig werden Investitionen in neue Technologien wie das autonome Fahren zurückgestellt; langfristig könnten solche Technologien gewinnen, die den physischen Abstand zwischen Menschen befördern – wie eben autonomes Fahren oder Sharing-Angebote. Die E-Mobilität wird nicht signifikant beeinträchtigt, so ein weiteres Ergebnis der Studie. „Die Verkäufe von E-Autos waren im März und April in China und Europa erstaunlich stabil“, so Heineke. Nur in den USA, wo wegen der geringeren Besteuerung der Benzinpreis stärker mit dem Rohölpreis korreliert, können durch das aktuell niedrige Preisniveau Autos mit Verbrennungsmotoren wieder attraktiver werden.

**Kundenverhalten:** In Zukunft werden viele Kunden die Wahl ihres Transportmittels nicht nur auf Basis von Preis und Komfort treffen, sondern auch anhand der wahrgenommenen Infektionsgefahr. Das heißt: Menschen mit privatem Pkw werden diesen stärker nutzen; auch Fahrradfahren und Laufen werden kurzfristig gewinnen zu Lasten des ÖPNV – ein Effekt, der in China zu beobachten ist. Zudem könnte die Erfahrung mit dem Arbeiten von zu Hause aus dazu führen, dass die Pendelmobilität in Zukunft insgesamt zurückgehen wird.

## Über McKinsey

McKinsey & Company ist die in Deutschland und weltweit führende Unternehmensberatung für das Topmanagement. In partnerschaftlicher Zusammenarbeit mit den Klienten bietet McKinsey unter anderem strategische Beratung, digitale Transformation, Talententwicklung, Risikomanagement, Marketing, Design, Prozessoptimierung und funktionale Exzellenz für Privatunternehmen, öffentliche Einrichtungen und soziale Organisationen. Zu den Klienten zählen 28 der 30 DAX-Konzerne. In Deutschland und Österreich ist McKinsey mit Büros an den Standorten Berlin, Düsseldorf, Frankfurt am Main, Hamburg, Köln, München, Stuttgart und Wien aktiv, weltweit mit über 120 Büros in 65 Ländern. Gegründet wurde McKinsey 1926, das deutsche Büro 1964. Globaler Managing Partner ist Kevin Sneader, für Deutschland und Österreich zuständig ist seit 2014 Cornelius Baur.

Erfahren Sie mehr unter: <https://www.mckinsey.de/uber-uns>

---

Sie haben Rückfragen? Wenden Sie sich bitte an:  
Martin Hattrup-Silberberg, Telefon 0211 136-4516,  
E-Mail: [martin\\_hattrup-silberberg@mckinsey.com](mailto:martin_hattrup-silberberg@mckinsey.com)  
[www.mckinsey.de/news](http://www.mckinsey.de/news)

Alle Pressemitteilungen im Abo unter <https://www.mckinsey.de/news/kontakt>