

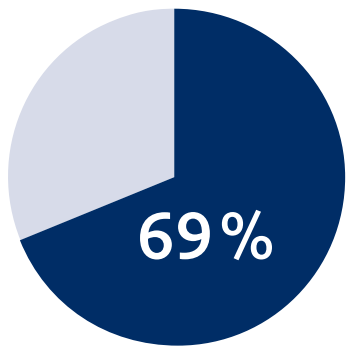
Mit Klimaschutz punkten

Die Automobilunternehmen können gemeinsam und erfolgreich die nachhaltige Mobilität der Zukunft gestalten, wenn sie die richtigen Projekte anschieben. Auch der Kunde entscheidet mit – er will zunehmend „saubere“ Fahrzeuge.

GUTES KLIMA-IMAGE

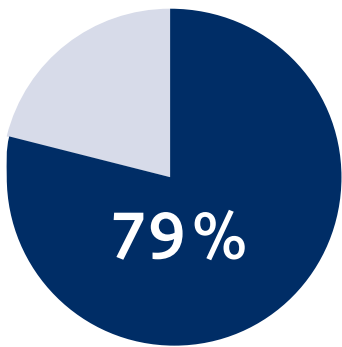
Nachhaltigkeit wird zu einem entscheidenden Kriterium beim Neuwagenkauf

69 Prozent geben an, dass die Nachhaltigkeit von Produkten wichtig für ihre Kaufentscheidung ist



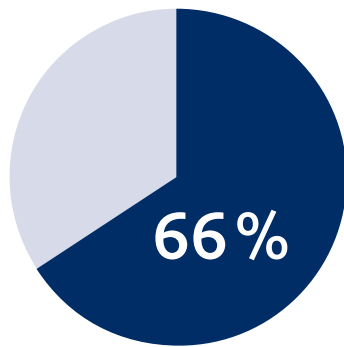
63% 70% 73%

79 Prozent würden einen Preisaufschlag für die Nachhaltigkeit ihres Neuwagens zahlen, wenn auch alles andere überzeugt



75% 76% 86%

66 Prozent wünschen sich mehr Orientierung bei der Suche nach Informationen zur Nachhaltigkeit und ihrem individuellen Bedarf



69% 66% 63%

Quelle: Capgemini Invent „Sustainable Mobility“, 2021 Flaggen: Fotolia/dikobrazik

© Automobilwoche

TO-DO-LISTE FÜR DIE BRANCHE

Mit einem Sechs-Schritte-Ansatz können die Automobilunternehmen gemeinsam und erfolgreich die nachhaltige Mobilität vorantreiben

Fortschritte demonstrieren



Nachhaltigkeit als unternehmensweite Mission verfolgen



Rechenschaftspflicht und robuste Governance einführen



Nachhaltigkeit in der gesamten automobilen Wertschöpfungskette ausbreiten



Technologie für Nachhaltigkeit nutzen



Allianzen/Partnerschaften stärken



Quelle: Capgemini Research Institute Symbole der Grafik: Capgemini

© Automobilwoche 2021

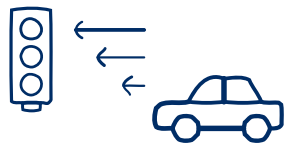
HIGHTECH HILFT UMWELT

Big Data für den Klimaschutz

83 %

der Kunden in Deutschland, den USA und Großbritannien erwarten, dass die OEMs digitale Technologien besser nutzen, um nachhaltiges Fahren zu unterstützen, wie z. B. eine navigationsbasierte Antriebssteuerung für Plug-in-Hybride

Vernetzung mit Ampelanlagen



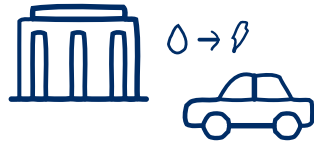
ECO-Assistenten



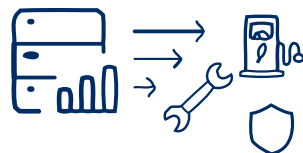
25 %

der Kunden in Deutschland, den USA und Großbritannien würden Rabatte oder attraktive Angebote von Dritten (z. B. Versicherungen) für umweltfreundliches Fahren begrüßen, die auf ihren Fahrzeugnutzungsdaten basieren

Elektroauto-Zonen



Datenmanagement im Auto



Quelle: Capgemini Invent „Sustainable Mobility“, 2021

Symbole der Grafik: Capgemini

© Automobilwoche

VORREITER UND VORBILDER

Wie weit Tesla beim Kunden vorn liegt

34 %

halten Tesla für die führende Marke, wenn es um Nachhaltigkeit geht, während andere OEMs deutlich dahinter rangieren

34 %

würden aufgrund von Produktnachhaltigkeit oder nachhaltigkeitsbezogenen Unternehmensaktivitäten zu einer anderen Marke wechseln

33 %



37 %



31 %



35 %



38 %



31 %



Quelle: Capgemini Invent „Sustainable Mobility“, 2021

Flaggen: Fotolia/dikobrazik

© Automobilwoche

KLIMA-KLEEBLATT

Skalierung von Nachhaltigkeitsinitiativen

Transformative Roadmap:

Nachhaltigkeit als unternehmensweite Mission verfolgen/ Kreislaufwirtschaft

Technologie nutzen:

Positionierung der Technologie im Zentrum/ Zuordnung der Technologie-Anwendungsfälle zu den übergeordneten Nachhaltigkeitszielen

Wie man Nachhaltigkeitsinitiativen skaliert

Zusammenarbeit intern und extern:

End-to-End-Sichtbarkeit der Ökosystempartner herstellen/ Bewusstsein und Kultur der Mitarbeiter prägen

Steuerung:

Sicherstellen, dass die oberste Führungsebene engagiert und rechenschaftspflichtig ist/ Prüfung einer zentralen Führungsstruktur/ Angleichung der KPIs, Messung und Prüfung

Quelle: Capgemini Research Institute

© Automobilwoche 2021

CHANCEN ÜBERALL

Nachhaltige Initiativen über die gesamte Wertschöpfungskette

F&E und Produktdesign:

1. nachhaltige F&E und Produktentwicklung
2. Produktnachhaltigkeit



Betrieb/Herstellung:

1. nachhaltige Fertigung
2. Abfallreduzierung in der Produktion
3. nachhaltige Energiebeschaffung

Marketing und Vertrieb:

1. nachhaltige Verpackungen
2. Ausweitung der Nachhaltigkeit auf Partner
3. Nachhaltigkeit nach dem Verkauf



Lieferkette:

1. nachhaltige Beschaffung
2. sorgfältige Prüfung des Fußabdrucks von Rohstoffen



End of Life/Reparaturen, Monitoring:

1. Kreislaufwirtschaft
2. Emissionskontrolle
3. Leckagevermeidung



Quelle: Capgemini Research Institute

Symbole der Grafik: Capgemini

© Automobilwoche 2021