

Ansprechpartner	Prof. Dr. Bernd Gottschalk
Kontakt	Telefon +49 (0) 69 300 389 030
	Fax +49 (0) 69 300 389 033
	E-Mail info@autovalue.de

Grafenau-Dätzingen, 24.01.2010

Die Automobilindustrie – Chancen und Perspektiven

Festvortrag von Prof. Dr. Bernd Gottschalk anlässlich des Neujahresempfangs des CDU-Gemeindeverbands Grafenau am 24.1.2010 im Schloss Dätzingen.

Sehr geehrter Herr Bürgermeister Thüringer,

sehr geehrter Herr Graf,

sehr geehrter Herr Binninger,

Ich danke Ihnen herzlich für Ihr freundliches Willkommen.

Auch von meiner Seite zunächst die besten Wünsche für die verbleibenden 341 Tage in 2010 für Sie und Ihre Familien, für Ihre Partei – in der Hoffnung, dass 2010 das Profil scharf und die Entscheidungen für unser Land mutig und zielgerichtet sind – und natürlich beste Wünsche für unsere Region und deren wichtigste Industrie, die Automobilindustrie.

Ich bin dankbar für die Gelegenheit, über die wichtigsten Trends in dieser Industrie zu Ihnen sprechen zu dürfen,

- nicht, weil ich ihr nahezu 40 Jahre auf das Engste verbunden bin, sondern
- weil sie sich in der wohl wichtigsten Phase der Neu-Ausrichtung befindet;
- weil diese tiefgreifender und nachhaltiger ist als alle vorausgehenden vergleichbaren Prozesse, wie z.B.
 - nach der wachstumspessimistischen Club of Rome-Diskussion
 - nach den zwei Energiekrisen
 - oder nach dem Erscheinen der Studie „The Machine that changed the world“, als alle nach Japan pilgerten, weil sie den Gral effizienter Autoproduktion dort zu sehen glaubten und nicht mehr bei uns
- und schließlich auch deshalb, weil es so viele brisante, hochaktuelle Themen gibt, die ein offenes Wort erfordern, um das ich mich bemühen will.

Die deutsche Automobilindustrie wurde damals „tot geglaubt“, „tot geschrieben“, und von den Kassandras und Schwarzmalern auch „tot geredet“. Für eine solche Krisenkultivierung bin ich nicht zu haben. Ich lehne es auch ab, sie Freude an der Krise als „deutsches Gen“ zu interpretieren. Mich ärgern diejenigen, die mit vermeintlichen Katastrophen – oft noch „wissenschaftlich ummantelt“ – Stimmungen machen, die die Krise dann erst richtig auslösen. Auch jetzt wieder. Haben wir nicht Anlass, bisher mit dem „political management“ der globalen Finanz- und Wirtschaftskrise – über alles gesehen – zufrieden zu sein? Schließlich war es der tiefste Einschnitt seit der großen Depression 1929.

Ich habe auch, um es vorweg zu nehmen, nicht die geringste Sorge oder gar Angst um die Zukunft dieser Schlüsselindustrie, an der so viele Standorte, Arbeitsplätze, Wertschöpfung oder Steuereinnahmen hängen; aber, ich bin offen genug zu sagen, dass es nie einen so dramatischen, globalen, Pkw wie Nfz, Hersteller, Zulieferer oder den Handel gleichzeitig nach unten reißen den Einbruch gegeben hat, der schmerzliche Spuren hinterlässt. Aber – das sehe ich eher positiv –, zugleich nie zuvor eine so fundamentale Neuausrichtung ausgelöst hat. Ich sage „Neuausrichtung“, nicht „Selbstfindungsproblem“, wie es manche gerne sehen, um es auf den Punkt zu bringen!

Die Industrie muss nicht auf die „Couch“.

Sie muss nicht in eine „Selbstfindungsgruppe“, um Wege aus der Krise zu finden, die sie alleine nicht findet.

Die deutsche Automobilindustrie weiß, was zu tun ist. Und sie hat gehandelt! Sie musste anpassen, reduzieren, Kosten senken, Liquidität sichern und das ganze Arsenal, das in einer solchen Rezession gefordert ist, einsetzen. Das ist nicht leicht. Aber sie hat – wo immer es ging – Arbeitsplätze und das qualifizierte Personal erhalten und hat – wie keine andere Industrie – auf Forschung und Entwicklung gesetzt. Das ist zukunftsorientiert, nicht „Abriss-Mentalität“!

Damit ist der Weg vorgezeichnet. Und er wird die volkswirtschaftliche Schlüsselrolle unterstreichen und eine neue Phase der Wettbewerbsfähigkeit mit neuen Effizienzen und neuen Technologien – vor allem bei Antrieben – bringen. Aber es wird nicht alles so bleiben wie es früher war.

Ich will darauf näher eingehen; aber vorher will ich einige wenige analytische Nachbetrachtungen anstellen.

Wie kam alles soweit?

Wer war Schuld?

Was wurde falsch gemacht?

Auslöser – das ist keine Frage – ist die globale Finanzkrise mit allen Übertreibungen, die gemacht worden sind, von denen ich nicht sicher bin, dass sie nicht in anderer Form wieder gemacht werden. Haben wir nicht bisher schon geglaubt, mit Vorschriften, Basel II, Aufsichtsbehörden und Rating-Agenturen alles „geregelt“ zu haben? Und nun sollen es noch mehr Vorschriften und neue Reglementierungen richten? Das mag ja beruhigen. Bessere Regeln sind auch wichtig. Aber sind wir sicher, dass wir damit auch wieder die moralischen Grundsätze des ehrbaren Kaufmanns herstellen, Exzesse verhindern, die ja im Einzelfall meist zunächst als kreative Lösungen gefeiert werden? Was wir brauchen, ist wieder eine stärkere Orientierung an Werten. Was sich gehört und was unerhört ist, was sich rechtfertigen und was sich durch nichts in der Welt rechtfertigen lässt.

Dann und nur dann kann man erwarten, dass die neuen und schärferen Reglementierungen auch Vergleichbares verhindern.

Aber mit diesen Bemerkungen will ich nicht ablenken von der Frage, ob die Wirtschaft nicht insgesamt durch andere Weichenstellungen die Probleme hätte entschärfen können. Es gibt für unternehmerisches Handeln ein 11. Gebot: „Du sollst nicht extrapolieren!“

Seien wir ehrlich, wir haben doch alle, ob Unternehmen, Anleger, Staat oder Konsumenten auf die bedenkenlose Fortsetzung einer so guten Entwicklung gesetzt. Wer im Zweifel nicht sogar die Kapazitäten erweitert hätte, um den nächsten Auftrag auszuführen, wäre doch ein Verlierer, ein schlechter Unternehmer, der Marktanteile „versiebt“. Selbst bei Nutzfahrzeugen hat nach einer nie zuvor so langen Aufschwungsphase, niemand „auf die Krise gesetzt“. Folge: Auf der IAA im September 2008 hat noch – wie auf der Titanic – die Kapelle gespielt!

Aber Zyklen gehören zum Geschäft. Was wir jetzt haben, ist aber mehr als ein Konjunkturzyklus. Es ist Konjunktur plus Struktur plus Neuausrichtung. Einen Grund für „Endzeit-Stimmung“ haben wir aber deshalb noch lange nicht!

Ich gehöre nicht zu den Protagonisten staatlicher Interventionen. Aber eines muss man der Politik attestieren:

Sie hat reagiert. Schnell. Handlungsfähig. Keynesianisch, aber in toto nicht verkehrt! Nicht immer international koordiniert. Wir erinnern uns: Sarkozy ließ sich zitieren: „France is doing it, Germany is thinking about it“. Als „Germany’s Frau Nein“ kennzeichnete ein großes internationales Magazin die Bundeskanzlerin. Aber der Sachverständigenrat hat attestiert: Bei Konjunkturprogrammen im Verhältnis zum BIP muss sich Deutschland nicht verstecken!

Das wird auch 2010 helfen. Ich bin deshalb auch für 2010 nicht so pessimistisch wie die „Auguren einer westdeutschen Fachhochschule“ für den Automarkt. 90 Mrd. € sind (weltweit) an Abwrackprämien gezahlt worden, davon 5 Mrd. in Deutschland. Ich bekenne: Ich bin kein „Fan“ dieser Maßnahme, aber 2009 hat sie geholfen.

15 Mio. Pkw weniger Absatz wurde ursprünglich weltweit erwartet gegenüber den Planungen. 10 Mio. weniger sind es schließlich geworden. Das hat Kapazitäten wenigstens teilweise ausgelastet. Das hat Arbeitsplätze erhalten – ob dauerhaft wird sich noch zeigen!

Die Unternehmen haben 2009 „die Hölle“ erlebt:

- Es gab keine geordneten Planungen mehr
- Cash war (ist) King
- Es ging (geht) ums Überleben
- Staatliche Rettungsschirme haben geholfen, aber Rettungsschirme kosten unternehmerische Freiheit! Siehe GM, siehe Commerzbank. Und sie belasten durch die hohen Schulden die künftigen Generationen!

„Think the unthinkable“ wurde plötzlich zur neuen Erkenntnis. Nichts ist unmöglich!

Nicht einmal, dass der Erfinder dieses Slogans selbst in größte Bedrängnis geriet, rote Zahlen schrieb.

Der größte Fehler, den wir machen können wäre, die Krise als kleinen temporären Betriebsunfall zu deuten.

Es ist nicht so wie im Fahrstuhl: 2009 drei Stockwerke abwärts, und zwei Jahre später finden wir uns im gleichen Umfeld wieder.

Viele Dinge haben sich dramatisch verändert:

- Das Überkapazitäten-Thema ist jetzt noch dringlicher geworden. Deren Reduzierung hat – ehrlich gesagt – die Industrie noch nie richtig gekonnt. Aber das liegt auch an der Politik, die jede Kapazität – ob profitabel oder nicht – mit Zähnen und Klauen verteidigt. Notfalls wird eben – wenn Wahlkampf ist – ein Unternehmen als „systemrelevant“ bezeichnet. Die Autoindustrie ist es, ein einzelnes Unternehmen nicht.

Aber: An einem führt kein Weg vorbei: Wir haben – in unseren westlichen, traditionellen Standorten – zu hohe Kapazitäten, und wir müssen Strategien finden, diese entweder technologisch oder produktseitig so attraktiv zu gestalten, dass sie ihren Markt finden, oder sie – sozialpolitisch verträglich – so kostengünstig machen, dass sie wettbewerbsfähig bleiben oder es wieder werden. Das wird eine Herkules-Aufgabe!

- Wachstum findet auf anderen Märkten statt und wir müssen uns mit veränderten Strategien darauf einstellen.

Wer waren denn die Gewinner der Krise? China, Indien, Brasilien!

Das wird neue Auslandsstandorte nach sich ziehen und den klassischen Export vom Standort Deutschland oder Westeuropa herausfordern. Für Osteuropa ist das eine große Chance!

- Die globalen Vermögensverhältnisse haben sich grundlegend geändert! Reich ist, wer Rohstoffe besitzt. Die „new liquid economies“, wie Abu Dhabi, kaufen sich bei uns als neue (Mit-) Eigentümer ein. BRIC-Länder profitieren. Die sog. „PIGS“ – Portugal, Italien, Griechenland und Spanien tun sich schwer.
- Zu den neuen Erkenntnissen gehört: China goes global!

Auch wenn dessen erste Schritte – siehe Crashtest Landwind oder Brilliance - nicht erfolgreich waren, sie kaufen sich jetzt ein in „distressed assets“, wie Hummer durch Sizuwan, BAIC bei Saab oder Geely bei Volvo. Sie wollen mit ihren Markterfolgen bei uns nicht so lange warten wie die Japaner und Koreaner! Chinesen sind ungeduldig.

- Unser einziger Rohstoff heißt: Bildung, Management, Kreativität, Engagement, Forschungsfieber und Hunger nach der Umsetzung neuer Ideen. „10 ideas a day, keep competitors away!“ Dabei dürfen wir uns von anderen nicht überholen lassen. Investieren wir genug? Und richtig?

Und schließlich gilt:

- Der Verbraucher ist nach der Krise nicht der gleiche wie vor der Krise. Seine Präferenzen ändern sich. Sein Kaufverhalten auch.

Downsizing, Preisakzeptanz, etc. verändern Strukturen, Segmente, Wertschöpfung oder Margen.

Die Umweltprämie hat da einiges im Markt verzerrt und nicht nur positiv gewirkt:

Sie hat eine „buy one, get one free“ – „Schnäppchen-Mentalität“ gefördert, denn es entstand vielfach der Eindruck, für 4.990 € (incl. Schnäppchen und UWP) kann man heute ein fabrikneues Auto kaufen! Wie kriegen wir die Nachlässe wieder in den Griff?

Der Diesel, umweltfreundlich und sparsam, hat gelitten. Der Trend zum Kleinwagen, ja zum „low cost car“, wird in 2010 einen Rückschlag erhalten. Premiumprodukte, die benachteiligt waren, lösten schwerste politische Probleme aus. Unsere Hoffnung ist, dass sich dieser Trend jetzt umkehrt. Eine Reform der Dienstwagen-Besteuerung ist überfällig!

All das wird nicht ohne Auswirkungen auf das künftige Gesicht der Automobilindustrie bleiben. Märkte ändern sich, Strukturen, Fahrzeug-Konzepte, Antriebskonzepte, die künftige urbane Mobilität und vieles mehr.

Ich verstehe, dass das bei Vielen Besorgnis auslöst.

Diese Industrie hat ja gerade hier in der Region immer zu den stärksten Branchen gehört, die Jahr für Jahr mehr Export, mehr Wachstum, mehr F&E und mehr für den Finanzminister gebracht hat. Und eine der erfolgreichsten Zuliefer-Cluster etabliert hat!

Und nun?

Die Zulieferer sind ein Thema. Vielleicht das Wichtigste. Sie sind das A & O der Region. Dass gute Tradition aber nicht vor Verlusten und tiefen Einschnitten schützt, haben sogar die Größten und Besten hier vor Ort erfahren müssen. Wer im Premiumsektor und im Nutzfahrzeugbereich tätig ist, litt doppelt und dreifach. Wer dann auch noch Finanzierungsprobleme hatte, stand vor der „Quadratur des Kreises“. Ich habe größten Respekt vor der Branche, denn sie hat sich mit verlängerter Kurzarbeit und vielen harten Anpassungsmaßnahmen in Summe gut geschlagen, auch wenn die Konsolidierung nicht spurlos an ihr vorbei geht, auch wenn nicht alle Werke und Arbeitsplätze erhalten werden konnten oder Landesbürgschaften in Anspruch genommen werden mussten. An einem haben sie nicht gespart: An Zukunftsinvestitionen! An F & E!

Die „Geschlechtsumwandlung“ eines Zulieferers – Magna – in einen Hersteller ist gescheitert. „Wir mögen es nicht, wenn einer unserer Zulieferer einer unserer Wettbewerber wird“, hat es ein Prominenter der Branche auf den Punkt gebracht. Ich glaube, Magna wird eines Tages noch froh über diesen Ausgang sein, zumal nun die Chance wieder steigt, sein Liefervolumen an die anderen Hersteller nicht zu verlieren. Erste Regel der Automobilindustrie: Man kann 0,5tler Zulieferer sein, also Montage von Pkw für OEMs machen; aber wer Zulieferer ist, muss Zulieferer bleiben – sonst gefährdet er seine Basis!

Aber auch Hersteller haben – wie nie zuvor – umwälzende Veränderungen zu bestehen gehabt – und: noch ist nicht alles überstanden! Am heftigsten hat es in den USA eingeschlagen. Für das Weiße Haus war es ein schwarzer Tag, als die „chirurgischen Insolvenzen“ beschlossen wurden. Manche Marke ist verschwunden: Saturn, zum Beispiel. Kapazitäten standen und stehen auf dem Prüfstand. Ganze Unternehmen kamen auf den Markt und werden vielleicht sogar „abgewickelt“.

Marken, wie Jaguar/Landrover, sind indisch geworden. Hummer oder Volvo chinesisch. Saab ist eine „never ending story“. Erst Koenigsegg, dann BAIC, jetzt Spyker oder Ecclestone.

Opel hat die Gemüter beschäftigt. Mehr als genug. Es war ein langer und zermürender Prozess der Willensbildung bei GM über deren Strategie. Die starke Interdependenz von staatlicher Unterstützung und der Zukunftsfähigkeit muss uns ordnungspolitisch beschäftigen! Es hat noch nie soviel staatliche Intervention und marktwirtschaftliche Verzerrung im Wettbewerb gegeben wie derzeit. Das muss wieder zurückgeführt werden.

Porsche verliert die Selbständigkeit, aber gewinnt Zukunftssicherheit. Wenn die Marke sich entfalten darf – ich glaube das – dann kann das die bessere Lösung sein als in Zeiten immer restriktiver werdender europäischer CO₂-Regime mit hoch emittierenden Sportwagen alleine da zu stehen.

Und auch mein Unternehmen Daimler, dem ich 25 Jahre gedient habe, stand im Brennpunkt.

Ich weiß, es hat bei Ihnen kontroverse Diskussionen ausgelöst, als die „C-Klasse-Entscheidung“ anstand. Ich kann und will nicht alles noch einmal aufwühlen, aber es ist mehr als nur meine Loyalität zu meinen früheren Vorstandskollegen, wenn ich sage: Die Entscheidung per se ist unternehmerisch begründet und nachvollziehbar. Die strategische Optimierung der internationalen Standorte – ob aus Markt-, Kosten- oder Währungsgründen – ist und bleibt eine der wichtigsten (und für die Betroffenen eben manchmal auch nachvollziehbar schwer akzeptierbaren) Entscheidungen des Managements. In „Stein gemeißelte Ansprüche“, dass alles so bleibt wie es immer war, erlauben die Märkte in Zeiten der Globalisierung und der Volatilitäten nur in den seltensten Fällen. Das Management hat verantwortungsbewusst gehandelt und Ausgleichsmaßnahmen gesucht und angeboten. Es ist eine Entscheidung, die die Kosten senkt, Transport und Logistik günstiger macht; ein Weg, um näher an den Kunden zu kommen. Eine Strategie, protektionistische Hürden zu umgehen, um nur einige Beweggründe zu nennen. Und, meine Damen und Herren, offen gefragt: Welcher der Wettbewerber hat denn schon auf einen Ausschluss betriebsbedingter Kündigungen für diesen Teil bis Ende 2019 (!) verzichtet? Noch einmal: Ich verstehe die Sorge jedes Einzelnen, der um seinen Arbeitsplatz gefürchtet hat, aber der Kompromiss, der letztlich gefunden wurde, ist für mich in Zeiten Globalisierung und der Standortkarawanen alles andere als eine Selbstverständlichkeit.

Lassen Sie mich abschließend noch kurz streifen, was uns 2010 in der Industrie erwartet. 2010 wird ein „Jahr des Übergangs“. Die Risiken sind unübersehbar. Dem „Abwrack-Boom“ folgt der „Absack-Effekt“. Das Jahr wird nicht mehr so schlimm wie 2009, der Marktrückgang muss erst verkraftet werden. Ein Katastrophenjahr, wie es prophezeit wird, erwarte ich nicht. Völlig unterschätzt wird der Umsatzeffekt gegenüber dem Mengeneffekt. Beschäftigung, Auslastung und Gewinne sind ja nicht nur von der Menge abhängig. Die Absatzstruktur wird sich wieder ändern und positive Umsatzeffekte auslösen. Ich rechne – wie gesagt – stark mit einer Wiederbelebung des Bereichs Premiumsektor, der in völlig ungerechtfertigter Weise besonders durch die Abwrackprämie benachteiligt war. Voll verfügbare E-Klasse, S400 Hybrid, neuer A8 u. v. m. werden dazu beitragen. Die Mikro- und Kleinwagenklasse wird sich wieder an normale Marktverhältnisse annähern. Tendenziell erwarte ich auch wieder erste Effekte einer Fuhrparkerneuerung im gewerblichen Bereich, wenn sich die extreme „Cash is King“-Situation durch eine verbesserte Liquiditätssituation entspannt. Das sogenannte „Re-Stocking“, d.h. das Wiederauffüllen der leer gefahrenen Läger bei den Herstellern und im Handel hat ja gegen Jahresbeginn schon die ersten Verbesserungen gebracht. Deutsche Marken werden ihre Marktanteile in Deutschland wieder steigern, insbesondere ausbauen. Sie profitieren vom guten Geschäft in Asien. Sie haben ein attraktives, in den CO₂- Emissionen deutlich verbessertes Produktprogramm und kommen mit neuen Produkten.

Das heißt aber nicht „Entwarnung“. Wir haben – nach wie vor – die Sorge vor Finanzierungsengpässen. „Kreditklemme“ ja oder nein – ist ja zu einem Glaubenskrieg geworden. Ich halte nichts davon, pauschal auf die Banken einzudreschen. Vergessen wird, dass die Banken eine „eigene Agenda“ haben. Sie wollen und müssen ihre Bilanz – gerade nach den jüngsten Erfahrungen – „sauber“ halten. Aber eines ist genauso so klar: Kredite sind teurer. Noch nie waren die Gebühren so hoch. Und beides zusammen erhöht die Stress-Situation für die Zulieferer, insbes. weil sie auch ein extrem schwieriges 2009 hinter sich haben und nicht gerade vor Ertragskraft strotzen. Mein Plädoyer heißt: Die Banken stärker in die Wertschöpfungskette „Hersteller-Zulieferer“ einbeziehen. Dann lassen sich viele Probleme gemeinsam lösen.

Die Umsätze sind extrem weggebrochen, die Ratings kommen ins Rutschen. Kurzarbeit ist teuer! So teuer, dass ein großer Zulieferer in seinem „Verhandlungspaket“ die Mitarbeiter an deren Kosten „beteiligt“. Die EBIT-Margen, so hat die IKB gerade festgestellt, liegen 7%-Punkte niedriger. Ich fürchte, 2010 wird für die Zulieferer nochmals ein schwieriges Jahr.

Also doch Pessimismus? Nein, keineswegs. Die Basis des Geschäfts bleibt 2010 noch niedrig. Aber das 12. Gebot heißt: Der nächste Aufschwung kommt bestimmt! Die eigentliche Antwort auf diese Krise wird aber nicht konjunkturell, sondern technologisch gegeben.

Das Auto wird neu erfunden. Der Technologie-Wettbewerb zwischen etablierten und neuen Wettbewerbern wird zunehmen, aber wir haben gute Karten!

Premium wird technologisch neu definiert. Wer glaubt, Deutschland wird künftig nur als Hersteller von Kleinwagen oder Elektro-Pkw oder gar „low cost cars“ überleben, irrt.

Ich hätte mir in Detroit oder schon auf der IAA eine Kommunikationsstrategie gewünscht, die die in kürzester Zeit erreichten enormen Effizienzsprünge in Sachen CO₂-Reduzierung stärker selbstbewusst herausstellt. Stattdessen wurden Prototypen mit alternativen Antrieben propagiert, die der Kunde noch nicht kaufen kann. Dass die Industrie diese Neuorientierung mit Hybriden, Brennstoffzellen, Elektro-Pkw ebenfalls erfolgreich umsetzen wird, wird man noch früh genug sehen.

Diese neue Auto-Welt, die da im Entstehen ist, umfasst noch immer eine Reihe komplexer Fragen, die gelöst werden müssen: Wann steht die staatliche Infrastruktur für die urbane emissionsfreie Mobilität? Wie ist es um die mit der Bereitschaft des Kunden bestellt, tatsächlich vom Benzin und Diesel auf E-Cars zu wechseln? Wie steht es um seine Zahlungsbereitschaft für teure CO₂-Reduzierung? Wie lange reicht das „weiße Gold“, also Lithium für die neuen Batterien, das in den Händen von Bolivien, Chile oder China ist, wenn die ganze Welt auf Batterien-Antrieb umstellt? Tauschen wir nicht eine Abhängigkeit – nämlich von OPEC beim Öl – gegen eine andere aus?

Die Elektro-Mobilität hat eine Zukunft, aber die Prozesse werden evolutorisch sein; die komplizierten technologischen Fragen sind bei weitem nicht alle gelöst. Benzin- und Diesel, ich sage das mit voller Überzeugung, haben gerade nach den nochmaligen Effizienzsprüngen noch lange eine Zukunft.

Klimawandel und CO₂-Reduzierung – auch und gerade nach Kopenhagen – sind und bleiben ein Dauerthema für die Automobilindustrie, aber die Antworten darauf und Nachhaltigkeitsstrategien werden vielfältig sein. Das Auto bleibt ein interessantes, modernes, nachhaltiges und gesellschaftlich akzeptiertes Verkehrsmittel. Es bleibt das Verkehrsmittel Nummer 1! Und damit werden auch Regionen, wie diese, weiterhin vom technologischen Wandel, von der Kreativität der Menschen bei Herstellern, Zulieferern und im Handel, und von der Wirtschaftskraft, die von dieser Industrie ausgeht, profitieren.