

Automotive Quarterly – Jan. 2018

Inhalt

Umsatz und Profitabilität	Seite 1
Absatz & Preise	Seite 2
Effizienz: Mitarbeiterproduktivität und F&E	Seite 3
Effizienz: Auslastung und Vorräte	Seite 4

Seite 5 Sonderthema

Car-Sharing in China: die Zukunft urbaner Mobilität?

Ein rasant wachsender Markt mit Zukunftsperspektive – aktuell operieren die Anbieter jedoch weit unter der Gewinnstelle.



Umsatz und Profitabilität

1. Gesamtwirtschaftlicher Ausblick bleibt positiv

Das dritte Quartal in Folge zeigt weltweit ein solides Wirtschaftswachstum, was die gesamtwirtschaftlichen Indizes in Europa und der gesamten Welt weiter beflügelt. Auf Jahressicht gewinnt der **Europe 600** 17% und der **Global 3000** 12,9%. Global zeigt sich sowohl in den Industrieländern als auch in den Schwellenländern eine positive Entwicklung – nach wirtschaftlichen Krisen erholt sich auch die Konjunktur in Brasilien und Russland langsam. Dieser Trend treibt auch die **Automobilindizes** an, global steigen diese um 15,4% und in Europa gar um 26,3% auf Jahressicht. Weiterhin niedrige Zinsen in Europa schaffen ein konsumfreundliches Klima, die Neuzulassungen steigen weltweit außer in den USA – in Deutschland planen gar über 40% einen Autokauf. Selbst politische Unsicherheiten im pazifischen Raum, der anstehende Brexit und die hohen Kosten der Entwicklung von Zukunftstechnologien können dieses positive Bild nicht trüben.

2. Mehr Absatz – nicht immer steigende Umsätze

Trotz steigender Neuzulassungen können viele Automobilkonzerne dies aktuell nicht in steigende Umsätze wandeln. Insgesamt drücken Währungseffekte die Umsätze deutlich: Ein schwaches Pfund und ein sinkender Dollar drücken auf die Umsätze der deutschen Hersteller. Einzig **Volkswagen** (+4,5%) kann die Erlöse nach der Krise wieder deutlich steigern, die Konzerntochter **Audi** (+1,4%) ebenfalls. Trotz deutlicher Rückgänge beim Umsatzführer **Toyota** (-7,6% auf Jahressicht) liegt der Abstand zu Volkswagen wieder bei über 10 Milliarden Euro Umsatz. **GM** fällt nach der Opel/Vauxhall-Veräußerung noch weiter zurück (-28,1% zum Vorjahr, zum Vorquartal nochmals -13,3%) – die Flaute im Heimatmarkt USA führte gar zu stehenden Bändern, bis zu sechs Wochen in manchen Werken. Auch bei **Ford** sinken die Umsätze um 3,9%, trotz guter Entwicklung des Europageschäfts.

3. Sondereffekte lassen Volkswagens Marge schrumpfen

Volkswagen scheidet wegen neuerlicher Rückstellungen aus dem deutschen EBIT-Spitzenquartett aus: Insgesamt 2,6 Milliarden Euro werden im dritten Quartal als negativer Sondereffekt verbucht und lassen die Marge auf mauere 1,8% sinken. Der Vorstand nennt als Ursache neue und langwierigere Verfahren beim Dieselmotorkauf in Nordamerika. Dabei profitiert der Konzern noch von einer deutlichen Margen-Steigerung um 4,4 Prozentpunkte bei **Audi**. **Daimler** lässt nach dem Rekordwert im Vorjahresquartal zwar Federn (-2,7 Prozentpunkte), bleibt mit 9,2% EBIT-Marge aber Spitzenreiter, gefolgt von Audi (9,1%) und BMW (8,3%). Bei **Hyundai-KIA** macht sich der Konflikt mit China weiter bemerkbar: Aufgrund politischer Differenzen mussten die dortigen Werke für mehrere Wochen schließen, die Marge fällt weiter auf 2%. Auch **GM** erlebt trotz positiver Nachrichten einen Rückgang der Marge auf 5,4%, Schuld sind Verluste aus dem Opel-Verkauf. **Toyotas** Gewinn steigt aufgrund des schwachen Yens deutlich, was aber währungsbereinigt in Euro keinen Effekt hat.

Abbildung 1. Aktienindex-Entwicklung [100% = Indexstand zum Berichtsstart 30.06.2015]

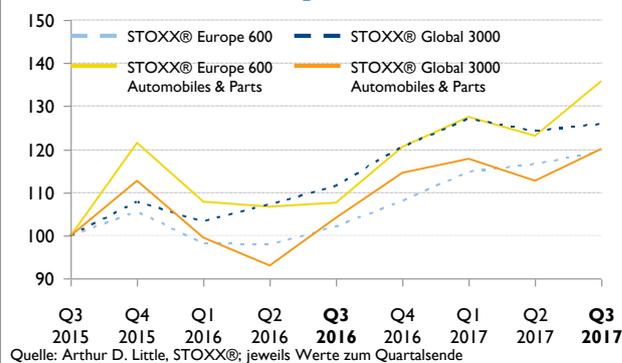


Abbildung 2. Quartalsumsatz Pkw-Sparten [in Mrd. EUR]

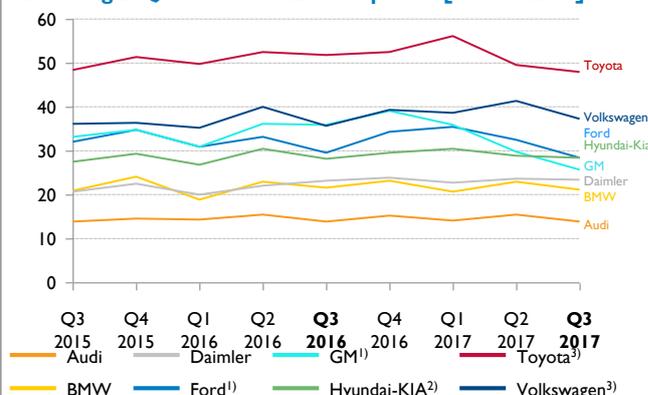
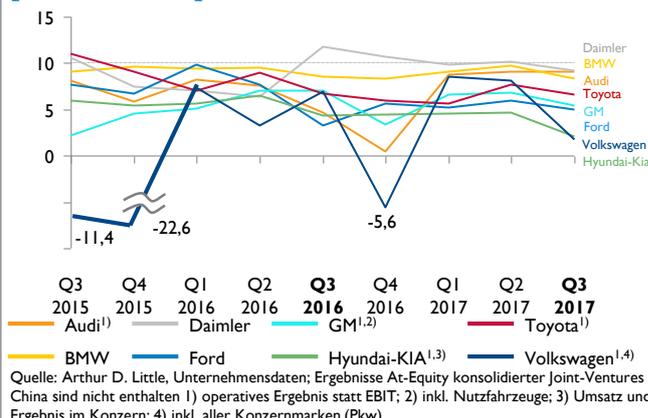
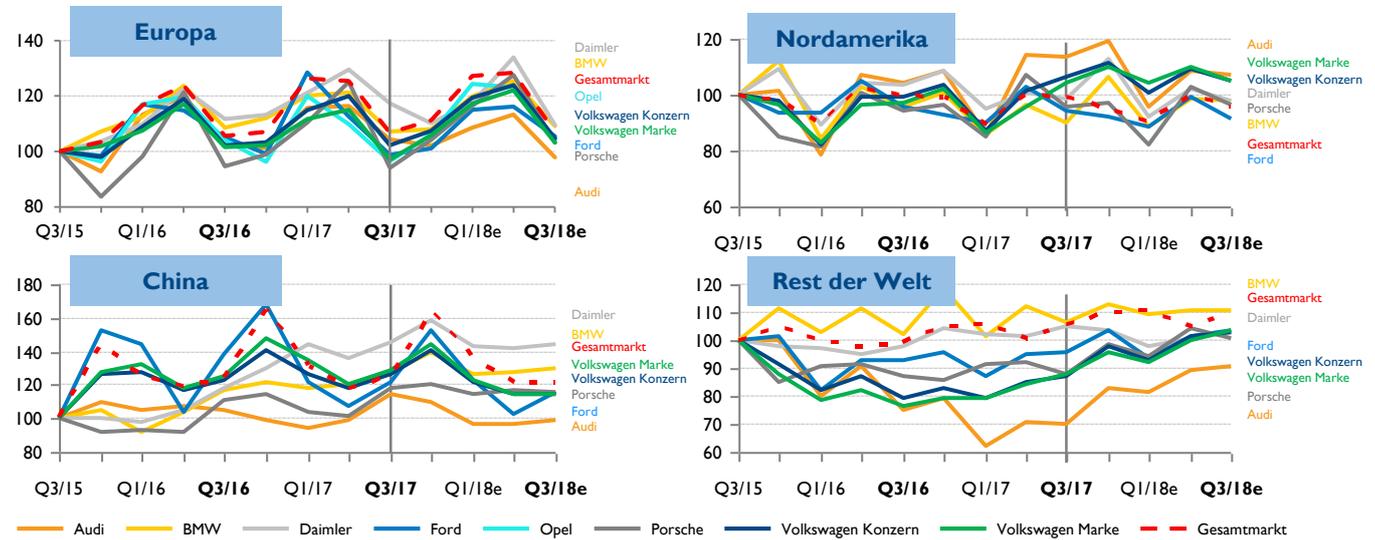


Abbildung 3. Quartalsweise EBIT-Marge der Pkw-Sparten [in % vom Umsatz]



Absatz und Preise

Abbildung 4. Absatz Pkw deutscher OEMs und Ford nach Regionen, indiziert [100% = Stückzahl aus Q2/2015]; ab Q3/2017 durchgehend Forecast-Zahlen



Quelle: Arthur D. Little, IHS Automotive

4. Nordamerika-Absätze sinken, Europa wächst

Der **europäische** Neufahrzeugmarkt wächst auch im traditionell schwachen dritten Quartal weiter leicht mit 1,1% über dem Vorjahr; für das kommende Jahr rechnen Analysten mit einer ähnlichen Steigerung zum aktuellen Wirtschaftsjahr. Dabei steigen die Neuzulassungen vor allem in Deutschland sowie in Süd- und Osteuropa weiter, einzig Frankreich notiert leicht unter einem sehr guten Vorjahresquartal. Die europäische Niedrigzinspolitik trägt dazu maßgeblich bei und überdeckt alle möglichen Brexit-Unsicherheiten.

Vor allem **Daimler** bleibt erfolgreich und liegt 5% über dem Vorjahresabsatz. Bei **Ford** sorgte der Fiesta-Modellwechsel für sinkenden Absatz im Europageschäft: 6,1% unter dem Vorjahresquartal. Auch **Opel** hat Probleme und setzt 7,2% weniger ab; mit der Entscheidung für eine reine Elektromarke gibt es aber nun eine klare Zukunftsperspektive in Rüsselsheim. **Volkswagen** profitiert in Europa von der Absatzstärke seiner Marken **Audi** (+1,1%),

Skoda und Seat, bleibt aber aufgrund der schwachen Kernmarke (-4,4%) auf dem Vorjahresniveau.

In **Nordamerika** fällt der Neufahrzeugabsatz zum dritten Mal in Folge geringer aus als im Vorjahresquartal: -0,8%. Der Rückgang verteilt sich auf alle beobachteten Hersteller außer dem **Volkswagen** Konzern. Die Wolfsburger erholen sich nach dem Dieselskandal deutlich mit +7,7% in der Marke und +7,1% im Konzern. Auch **Audi** (+8,4%) und **Porsche** (+1,4%) bauen ihre Marktanteile aus. Gleichzeitig überholen die japanischen Hersteller zum ersten Mal in der Geschichte die Großen Drei aus Detroit: GM, Ford und Chrysler. **GM** und **Ford** (-1,5%) leiden unter weiter hohen Händlerbeständen, können aber trotz Rekordrabatten den Absatzrückgang nicht umkehren. Insgesamt trifft der Abschwung die deutschen Hersteller deutlich weniger als die amerikanische und asiatische Konkurrenz.

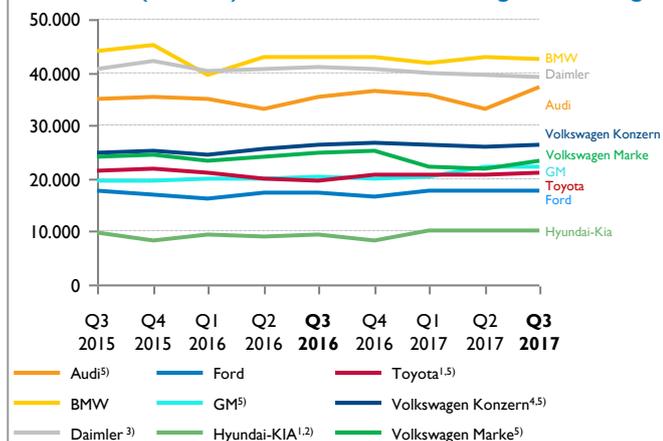
Im **chinesischen** Markt zeigt sich das aktuelle Quartal minimal stärker als im Vorjahr mit +0,6%, allerdings wird eine deutliche Jahresrallye im Q4 erwartet – die steuerlichen Begünstigungen für Neuwagenkäufe sollen endgültig auslaufen, was zu Vorzieheffekten führen dürfte. Spitzenreiter bleibt dort **Daimler** mit fast einem Viertel mehr Absatz als im Vorjahr (+23,2%). Doch auch **BMW** (+9,7%), **Audi** (+8,4%) und **Porsche** (+6,9%) profitieren deutlich. **Ford** hat deutliche Probleme und verliert kräftig (-11,8%).

Der **Rest der Welt** verzeichnet deutliches Wachstum: +6,1%. Sowohl in Brasilien als auch in Russland scheinen die Konjunkturkrisen zu Ende zu sein. Am meisten kann **Volkswagen** an diesem Wachstum teilhaben und setzt in der Kernmarke 14,8% und im Konzern 10,1% mehr ab als im Krisenjahr 2016.

5. Hyundai und GM verdienen mehr pro Fahrzeug

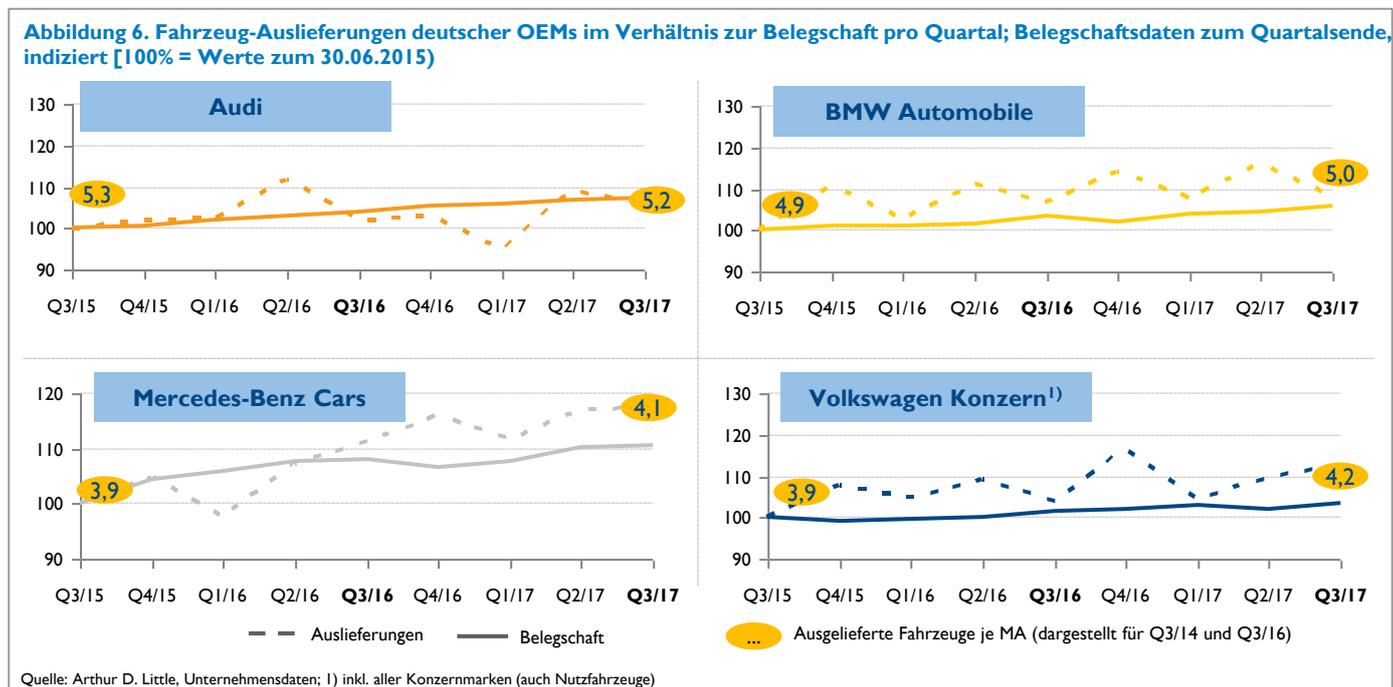
Die Durchschnittsumsätze steigen um rund 1,2% zum Vorjahr. Die größten Steigerungen verzeichnen **Hyundai-KIA** (+9,2%) und **GM** (+10,2%), bei GM entsteht der Wert allerdings dadurch, dass die Auslieferungen mit -31,5% noch stärker zurückgehen als der Umsatz (-24,5%). **Volkswagen** verdient insbesondere aufgrund hoher Rabatte auf dem US-Markt weniger pro Auto (-6%), Konkurrent **Toyota** zeigt ein Plus von 8,2%, was sich vor allem aus dem Verhältnis des schwachen Yen zum US-Dollar ergibt, da diese Berechnung in der jeweiligen Heimatwährung erfolgt. An der Spitze steht weiter **BMW** mit 42.353 € Umsatz je verkauftem Fahrzeug.

Abbildung 5. Durchschnittsumsatz [in EUR] je verkaufter Einheit, d.h. Umsatz (nur Pkw) im Verhältnis zu Fahrzeug-Auslieferungen



Quelle: Arthur D. Little, Unternehmensdaten; Wechselkurse zum 31.03.2016; 1) enthält Omnibus-Segment; 2) enthält Lkw-Segment; 3) Mercedes-Benz Cars; 4) inkl. aller Konzernmarken (Pkw); 5) ohne China-Geschäft

Effizienz: Mitarbeiterproduktivität und F&E



6. Produktivitätssteigerung bei BMW und Mercedes, Volkswagen stabil

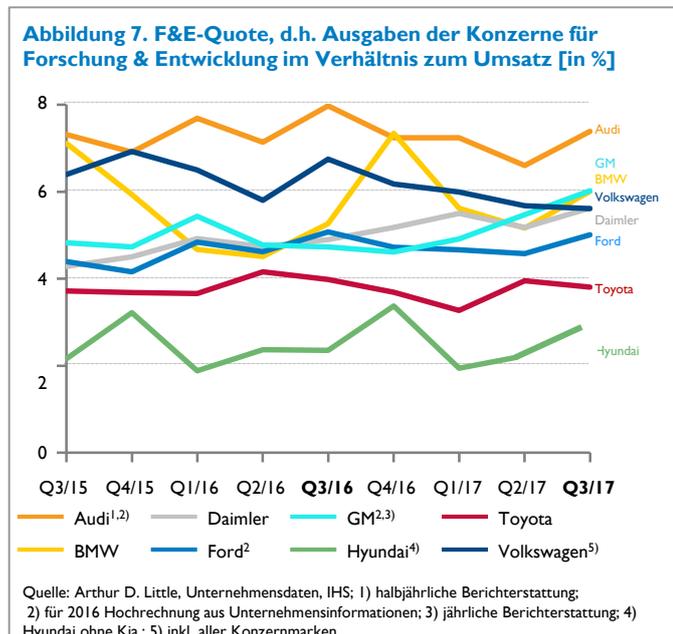
Die relative Produktivitätsentwicklung errechnet sich aus der Anzahl der Mitarbeiter – direkte wie indirekte, jedoch ohne Zeitarbeiter bzw. Mitarbeiter von Fremdfirmen – im Vergleich zu den Fahrzeugauslieferungen.

Bei **Audi** lagen im Q3 2017 sowohl Belegschaft (3,5%) als auch die Auslieferungen (3,6%) über dem Vorjahreswert. Bei den Mitarbeitern setzten die Ingolstädter damit den konstanten Trend fort. Insbesondere A5 und Q2 verkauften sich gut, am besten in Nordamerika, wo Audi deutlich Marktanteile gewinnen konnte. Im Vergleich zum Jahr 2015 sinkt die Produktivität in der Zweijahreswertung leicht auf nun 5,2 Auslieferungen je Mitarbeiter.

BMW gewinnt zwar in der Produktivitätswertung 0,1 Punkte dazu, verliert aber trotzdem die Effizienzführerschaft wieder an die Ingolstädter. Beim Blick nur auf die vergangenen vier Quartale fällt auf warum: Die Belegschaft wuchs mit +2,6% mehr als doppelt so schnell wie die Auslieferungen (+1,2%).

Genau ein umgekehrtes Verhältnis ergibt sich bei **Mercedes-Benz**; dort wachsen die Auslieferungen mehr als doppelt so schnell (+5,6%) wie die Belegschaft (+2,3%). Dementsprechend werden auf zwei Jahre betrachtet 0,2 Fahrzeuge mehr je Mitarbeiter ausgeliefert – eine Wertung dicht hinter dem Wert von VW.

Volkswagen schafft aber zur Basis des Krisenquartals 3/2015 die stärkste Steigerung von 0,3 ausgelieferten Fahrzeugen je Mitarbeiter. Und auch in den vergangenen 12 Monaten ist ein klarer Trend erkennbar: +8% Auslieferungen bei nur moderaten +2% mehr Mitarbeitern zeigen klar die Richtung des Sparkurses hin zu höherer Effizienz. Eine direkte Ergebniswirkung dieser Entwicklung könnte in den folgenden Quartalen sichtbar werden, wenn Sondereffekte nicht mehr zu Buche schlagen.



7. F&E-Ausgaben sinken weiter, nur BMW und Daimler investieren mehr

Die Kennzahl „F&E-Quote“ gibt das Verhältnis der von den Herstellern berichteten Forschungs- und Entwicklungsausgaben zum Umsatz an. Insgesamt liegen die absoluten F&E-Ausgaben etwa 2% unter dem Vorjahresniveau, aufgrund der ebenfalls leicht gesunkenen Umsätze verbleibt die durchschnittliche Quote trotzdem bei etwa 5,1% wie im Vorjahresquartal.

Ausreißer nach oben sind hier die deutschen Premiumhersteller **Daimler** (+21,4% F&E-Ausgaben zum Vorjahresquartal) und **BMW** (+14,5%), wodurch bei beiden die F&E-Quote um 0,7 Prozentpunkte steigt. An der Spitze dieser Wertung bleibt dennoch **Audi** mit einer Quote von 7,4%, trotz eines Rückgangs um 0,6 Prozentpunkte.

Deutliche Sparmaßnahmen zeigt **Volkswagen**: Absolut um 12,1% gesunkene Ausgaben führen zu einer neuen F&E-Quote von nur 5,6% - dem niedrigsten Wert seit dem ersten Quartal 2013.

Effizienz: Auslastung und Vorräte

8. Daimler und BMW lasten Werke stark aus

Die Auslastung der deutschen Werke fällt weiter leicht ab auf 73,3%, nachdem sie bereits im Vorquartal um fast 5 Prozentpunkte gefallen war.

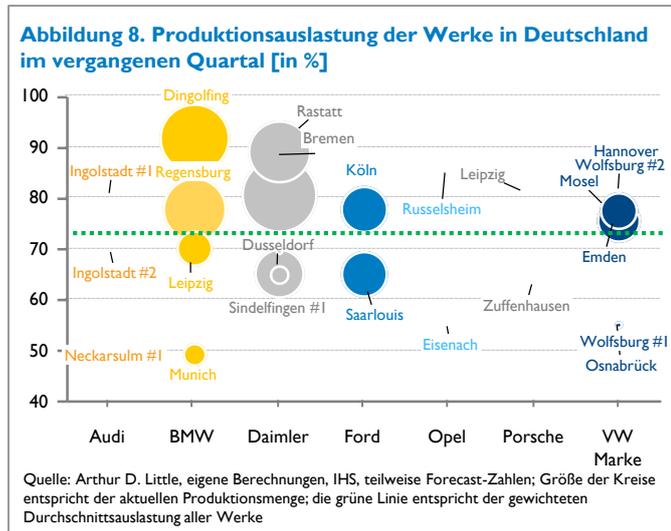
Dafür ist vor allem der größte Hersteller **Volkswagen** verantwortlich, da seine durchschnittliche Auslastung um 11,7 Punkte fällt. Vor allem Osnabrück verharrt bei einer sehr niedrigen Quote von 55,1% - dort wird u.a. der Porsche Cayenne montiert. Doch auch in den Wolfsburger Werken sinkt die Auslastung von 69,8% auf 59,8% sowie von 92,5% auf 76,2%. Einzig das Transporter-Werk Hannover (94%) produziert auf Vollast. Im Elektrowerk in Dresden läuft die Produktion aktuell wieder an.

Auch bei **Audi** fällt die Auslastung weiter nach unten auf 68%. Allerdings steigt diese in Ingolstadt #2 von schwachen 64% auf fast Durchschnittsniveau (72,6%), während in Neckarsulm mit 53,7% deutlich unter Durchschnitt produziert wird.

Bei **BMW** steigt die Auslastung nach einem schwachen Vorquartal wieder deutlich über den Durchschnitt. Die Produktionsstopps und der Streit mit Bosch um nicht gelieferte Lenkgetriebe scheinen vergessen. Dingolfing, das größte BMW-Werk, steigert die Auslastung auf 91,9% und auch die 1er und 3er aus Regensburg werden mit 77,9% wieder unter höherer Auslastung gebaut.

Daimler zieht seine Produktion wieder ein wenig an und landet bei einer überdurchschnittlichen Auslastung von 76,5%. Bremen, wo vor allem die C-Klasse produziert wird, (80,7%) und Rastatt (89,2%) sind hier deutliche Antreiber – in Rastatt profitiert dieser Wert von der starken Nachfrage nach A- und B-Klasse.

Bei **Porsche** fällt die Durchschnittsauslastung deutlich auf 75,5%, wobei jedoch Leipzig mit 80% positive Ergebnisse zeigt.



Bei **Ford** schlägt sich ein gut laufendes Europageschäft in der Auslastung der deutschen Werke nieder: Nach einem sehr schwachen Quartal in Köln, wird dieses wieder mit 77,9% ausgelastet. Für **Opel** (71%) arbeitet vor allem das Stammwerk in Russelsheim fast voll mit 86,7%.

Abbildung 9a. Lagervorräte, d.h. Material und unfertige Produkte der Konzerne [in Produktionstagen]

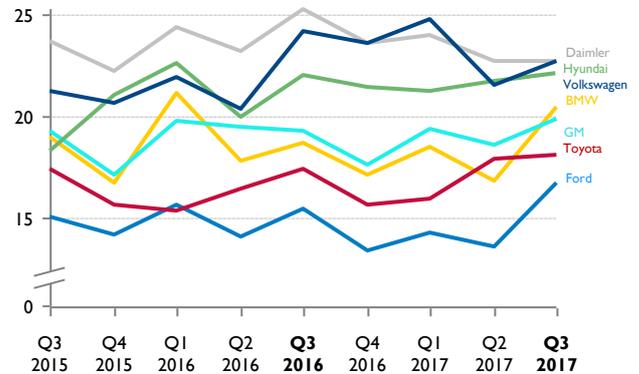
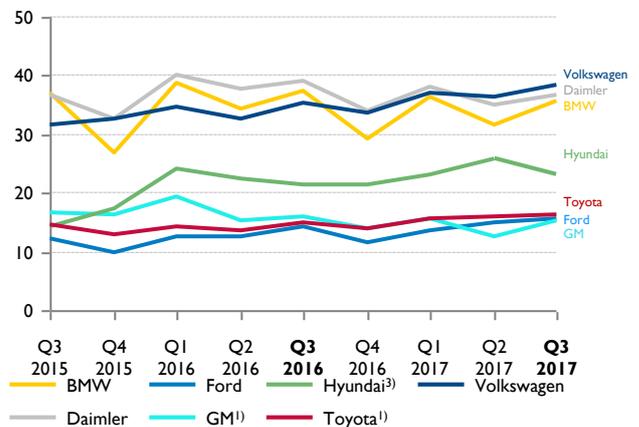


Abbildung 9b. Bestand produzierter Fahrzeuge [in Produktionstagen]



Quelle: Arthur D. Little, eigene Berechnungen, Unternehmensdaten; 1) jährliche Berichterstattung; 2) Hochrechnung aus Unternehmensinformationen; 3) Hyundai ohne Kia

9. Hohe Nordamerika-Bestände zwingen zu Rabatten und langsamer Produktion

Sowohl Läger (+1%) als auch die Fahrzeugbestände (+1,9%) notieren leicht über dem Vorjahresniveau.

Im dritten Quartal liegt **Volkswagen** bei den Lägern 6% unter dem Vorjahr, bei den Beständen aber volle 9,5% darüber. In beiden Wertungen nimmt Volkswagen mittlerweile Spitzenpositionen ein, noch über den Werten der Premiumhersteller.

Ford und **GM** leiden beide unter dem schwächelnden US-Markt: Die Läger steigen um 8,1% und 3,1%. Während **GM** jedoch Produktionsstopps einlegte und das SUV-Werk in Tennessee schloss, verzichtete Ford auf solche Schritte. GM kann daher die Fahrzeugbestände um 4,6% verringern, bei Ford wachsen sie wieder um 9,7%. Auch **Toyota** leidet unter der Schwäche dieses Markts und verzeichnet deutliche Zuwächse in Lägern (+3,8%) und Beständen (+9,8%). Hyundai zeigt ein ähnliches Bild mit 5% Wachstum in den Lägern, sowie 9,2% in den Fahrzeugbeständen.

Sonderthema: Car-Sharing in China – die Zukunft urbaner Mobilität?



Politischer Wille und ein großes Mobilitätsbedürfnis

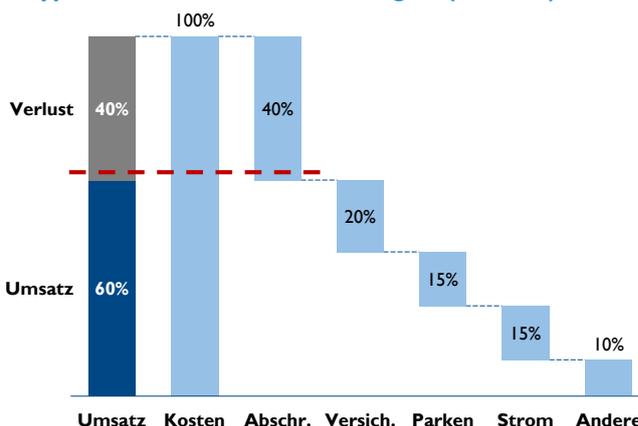
Seit 2010 versuchen Betreiber von Car-Sharing Angeboten in China Fuß zu fassen. Nach zunächst mäßigem Erfolg wächst der Markt seit 2015 jährlich um rund 200%. Die Ursachen sind sowohl auf der Angebots- als auch der Nachfrageseite zu finden: Zur Verbesserung der Verkehrssituation hat die chinesische Politik klare Anforderungen und Zielquoten formuliert und Betreiber mit einer Reihe von Subventionen unterstützt, z.B. kostenlosen Parkplätze an Schlüsselstellen sowie Kostenerstattungen. Das Ergebnis: In den größten Städten stehen mittlerweile 30.000 Fahrzeuge bereit. Darüber hinaus erfüllen Car-Sharing-Betreiber ein starkes Bedürfnis nach flexibler urbaner Mobilität, denn sowohl der öffentliche Nahverkehr als auch der private KFZ-Bestand hängen auch in Chinas Großstädten noch weit hinter den Industrieländern zurück. Deshalb stehen chinesische Kunden dem Car-Sharing durchaus aufgeschlossen gegenüber: Ganze 42% der Kunden würden bei einem ausreichenden Angebot an Mobilitätsdiensten ganz auf das eigene Auto verzichten.¹⁾

Chinesische Autohersteller beherrschen den Markt

In den letzten zwei Jahren hat sich die Zahl der Car-Sharing-Anbieter auf über 100 erhöht, verteilt auf drei Gruppen: Chinesische Autohersteller (75% Marktanteil), Autovermietungen (5%) und Technologieunternehmen und Start-ups (20%). Viele OEMs sind bereits früh in den Markt mit eigenen Marken eingestiegen, darunter SAIC mit GCSR und BAIC mit GreenGo. Hinter dem Marktführer Microcity steht Geely. Ausländische OEMs liegen beim Marktanteil weit zurück – sie setzen auf ein Premiumangebot mit besseren Autos, häufig auch mit Verbrennungsmotor. Einheimische OEMs betreiben die Car-Sharing-Dienste hingegen in über 90% mit Elektroautos, auch um die strengen Quotenanforderungen bis 2020 zu erfüllen.



Typische Kostenstruktur in Shanghai (Q3/2017):



Aktuell nicht profitabel

Größte Herausforderung für die Anbieter ist die derzeit noch fehlende Profitabilität. Beim SAIC Dienst stehen täglichen Kosten von 120 RMB (15,3 EUR) pro Auto aktuell nur ein Umsatz von 50 RMB (6,4 EUR) gegenüber. Die durchschnittliche Auslastung beträgt nur 2-3 Stunden pro Tag. Der niedrige Preis kommt vor allem durch die günstige Taxi-Konkurrenz zustande, dürfte aber mit steigenden Löhnen der Fahrer angepasst werden. Hohe Kosten entstehen zudem durch geringe Restwerte von Elektroautos, hohe Versicherungsprämien und teure Parkplätze in Stadtzentren. Trotz der politischen Unterstützung bremsen bürokratische Vorgaben zum Achsstand, lokalen Fahrern und Anzahl an Lizenzen den Markt.

Die Zukunft des Car-Sharing

Trotz dieser Hindernisse wird der Car-Sharing-Markt in China weiter wachsen, eine erwartete Konsolidierung der hohen Anbieterzahl sowie Kundenloyalität mit den Marken werden zu höherer Auslastung der Flotten und mehr Skaleneffekten führen. Die verbleibenden Anbieter werden die Gewinnschwelle erreichen, wenn sie darüber hinaus noch die folgenden Aufgaben ernstnehmen:

- eine engere Kooperation mit Partnern im Mobilitätsbereich wie OEMs, Behörden und Infrastrukturbetreibern
- eine Umsatz- und Kostenoptimierung durch Vermarktung von Nutzerdaten und zusätzlichen Angeboten an die Kunden
- eine stärkere Differenzierung der Nutzererfahrung durch für den Kunden bequemere Bereitstellung von besseren Autos
- eine klare Digitalisierungsstrategie u.a. zur höheren Auslastung und schnelleren Vermittlung in Stoßzeiten

Währenddessen werden weiterhin Wachstumsraten von rund 50% erwartet. Langfristig bleibt abzuwarten, wie das autonome Fahren den Markt revolutionieren und Geschäftsmodelle verändern wird.

Lesen Sie den gesamten Artikel unter:

http://www.adlittle.de/sites/default/files/viewpoints/adl_car_sharing.pdf

Arthur D Little

Arthur D. Little, 1886 gegründet, ist eine führende globale Unternehmensberatung und verbindet Strategie, Innovation und Technologie mit umfassendem Branchenwissen. Wir bieten unseren Kunden nachhaltige Lösungen für ihre komplexen Herausforderungen.

Arthur D. Little hat ein kooperatives Verhältnis zu seinen Kunden, außergewöhnliches Personal und eine firmenweite Hingabe zu Qualität und Integrität.

Besuchen Sie uns auf www.adlittle.de

Kontakt:

Oliver Horlebein

Partner

Arthur D. Little GmbH

Nymphenburger Höfe

80335 München

M: +49 175 5806 145

E: horlebein.oliver@adlittle.com

Wolf-Dieter Hoppe

Associate Director

Arthur D. Little GmbH

Nymphenburger Höfe

80335 München

M: +49 175 5806 131

E: Hoppe.Wolf-Dieter@adlittle.com

Autoren:

Markus Hübner, Wolf-Dieter Hoppe