

29.08.2019 10:23 CEST

Lage der Automobilzulieferer spitzt sich zu – PKW-Produktion und EBIT-Marge gehen zurück

- **Absatzrückgang in China trifft Zulieferer empfindlich**
- **Sparprogramme der Hersteller sorgen für zusätzlichen finanziellen Druck**
- **Gleichzeitig sind hohe Investitionen für Trends wie autonomes Fahren und Elektromobilität notwendig**
- **Sicherung des finanziellen Spielraums, Kostenmanagement und aktives Portfoliomanagement als Erfolgsfaktoren**

München/Frankfurt August 2019: Für die weltweite Automobilzuliefererindustrie stehen schwierige Zeiten an: Im ersten Halbjahr 2019 ist die Pkw-Produktion im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um 5 Prozent zurückgegangen. Außerdem wird für das laufende Jahr eine durchschnittliche EBIT-Marge von etwa 6 Prozent erwartet, der niedrigste Wert seit 2012. Das sind die zentralen Ergebnisse der neuen "Global Automotive Supplier Study 2019" ([Download](#)) von Roland Berger und Lazard. Für die Studie wurden Kennzahlen von über 600 Zulieferern weltweit ausgewertet.

"Grund für diese negative Entwicklung sind vor allem der schwache Pkw-Absatz in China und die allgemeine konjunkturelle Abkühlung. Hinzu kommen strukturelle Veränderungen im Rahmen des Wandels hin zur Elektromobilität", erklärt Felix Mogge, Partner bei Roland Berger. "Internationale Handelskonflikte und die laufenden Sparprogramme der Hersteller verstärken den Trend."

Überkapazitäten durch Wachstumsrückgang in China

China war in den vergangenen Jahren der Wachstumsmotor der globalen

Automobilindustrie. Der Handelskonflikt mit den USA hat die Rahmenbedingungen inzwischen deutlich verändert. So sanken die Automobilverkäufe in China im ersten Halbjahr 2019 zweistellig gegenüber der Vorjahresperiode. "Die Wachstumsprognosen waren gut und viele Zulieferer haben weitere Kapazitäten aufgebaut", sagt Felix Mogge. "Jetzt bleiben bei manchen Zulieferern 60 bis 70 Prozent der neuen Kapazitäten ungenutzt."

Zugang zu Kapital schwieriger

Die Zulieferer sollten sich jetzt einen ausreichenden finanziellen Spielraum sichern, der auf lange Sicht trägt. Denn auch der Zugang zu Kapital könnte durch die negative Marktlage schwieriger werden. „Viele Equity-Investoren bevorzugen andere Sektoren als die zyklische Automobilindustrie. Gleichzeitig werden Banken restriktiver mit der Vergabe von Kreditfinanzierung – dies trifft insbesondere kleinere Zulieferer in Produktbereichen, die künftig strukturell unter Druck kommen werden“ sagt Christof Söndermann, Managing Director bei Lazard. Daneben ist die Zahl der M&A-Transaktionen im Zuliefersektor im laufenden Jahr rückläufig. Gerade chinesische Unternehmen, die in den vergangenen Jahren eine wichtige Käufergruppe darstellten, seien mittlerweile deutlich weniger aktiv.

Investitionsdruck durch neue Trends

Finanziellen Spielraum benötigen Zulieferer auch aufgrund der sich weiter verstärkenden Trends in der Automobilindustrie: Digitalisierung, neue Mobilitätskonzepte, autonomes Fahren und E-Mobilität setzen die gesamte Branche unter Investitionsdruck – von den OEMs bis zu den Zulieferern. Bei vielen dieser Projekte ist es schwierig zu prognostizieren, wann und ob die Investitionen Profit abwerfen. Gleichzeitig versuchen Autohersteller ihre Kosten zu senken, unter anderem mit Sparprogrammen im Einkauf, die wiederum die Zulieferer treffen.

Das sorgt für einen schwierigen Spagat bei den etablierten Zulieferern. Sie müssen das angestammte Geschäft weiter profitabel führen und dürfen gleichzeitig keine Wachstumstrends verpassen. In diesem Kontext haben große und finanziell solide aufgestellte Unternehmen eine tendenziell bessere Ausgangsposition. Für viele kleinere Unternehmen wird der Wandel hingegen sehr anspruchsvoll.

Zulieferer brauchen individuelle Strategie

Der Studie zufolge gibt es jedoch kein allgemeingültiges Patentrezept, für die

Zulieferer. Jedes Unternehmen muss auf Basis der eigenen Situation und Marktposition die passende strategische Herangehensweise finden.. Generell müssen viele Zulieferer flexibler werden, um mit den schnellen technologischen Entwicklungen Schritt zu halten. "Sie brauchen vor allem agile Strukturen und Vorgehensweisen in ihrer Organisation – und sollten auch verstärkt Kooperationen prüfen", rät Roland Berger-Partner Mogge.

Ebenso wichtig ist konsequentes und aktives Portfoliomanagement. „Zulieferer müssen entscheiden, ob sie in langfristig stagnierenden Bereichen die Marktführerschaft erlangen bzw. verteidigen können. Wenn dem so ist, sollte das Geschäft ausgebaut sowie konsequent auf Ertragssteigerung und Cash-Flow-Maximierung ausgerichtet werden; Andernfalls sollte der Exit in Betracht gezogen werden“ meint Christof Söndermann von Lazard. „Das freigesetzte Kapital sollte in Bereiche investiert werden, in denen profitables Wachstum realistisch ist.“

Roland Berger: Roland Berger, 1967 gegründet, ist die einzige der weltweit führenden Unternehmensberatungen mit deutscher Herkunft und europäischen Wurzeln. Mit rund 2.400 Mitarbeitern in 35 Ländern ist das Unternehmen in allen global wichtigen Märkten erfolgreich aktiv. Die 52 Büros von Roland Berger befinden sich an zentralen Wirtschaftsstandorten weltweit. Das Beratungsunternehmen ist eine unabhängige Partnerschaft im ausschließlichen Eigentum von rund 230 Partnern.

Lazard: Lazard ist eine der weltweit führenden Financial Advisory und Asset Management Firmen und an 43 Standorten in 27 Ländern in Nordamerika, Europa, Asien, Australien sowie Zentral- und Südamerika tätig. Die Geschichte von Lazard reicht bis 1848 zurück. Heute bietet Lazard Beratung in den Bereichen M&A, Strategie, Restrukturierung und Kapitalstruktur, Kapitalerhöhung und Corporate Finance sowie Asset Management-Dienstleistungen für Unternehmen, Partnerschaften, Institutionen, Regierungen und Privatpersonen. Mehr Informationen zu Lazard finden Sie auf www.lazard.com. Folgen Sie Lazard unter @Lazard.

Kontaktpersonen



Maximilian Mittereder

Pressekontakt

PRESS CONTACT GLOBAL PR

maximilian.mittereder@rolandberger.com

+49 89 9230-8180



Silvia Constanze Zösch

Pressekontakt

PRESS CONTACT GLOBAL PR

silvia.zoesch@rolandberger.com

+49 89 9230 8750



Kerstin Hoppe

Pressekontakt

Head of Global Marketing and Communications

kerstin.hoppe@rolandberger.com

+49 89 9230 8575