

---

## **CAMA-Spotlight auf ausländische Automobilmärkte**

1/2009

### **Frankreichs Automobilmarkt und französische Automobilunternehmen zur Jahresmitte 2009**

**- gezeichnet durch die Absatzkrise**

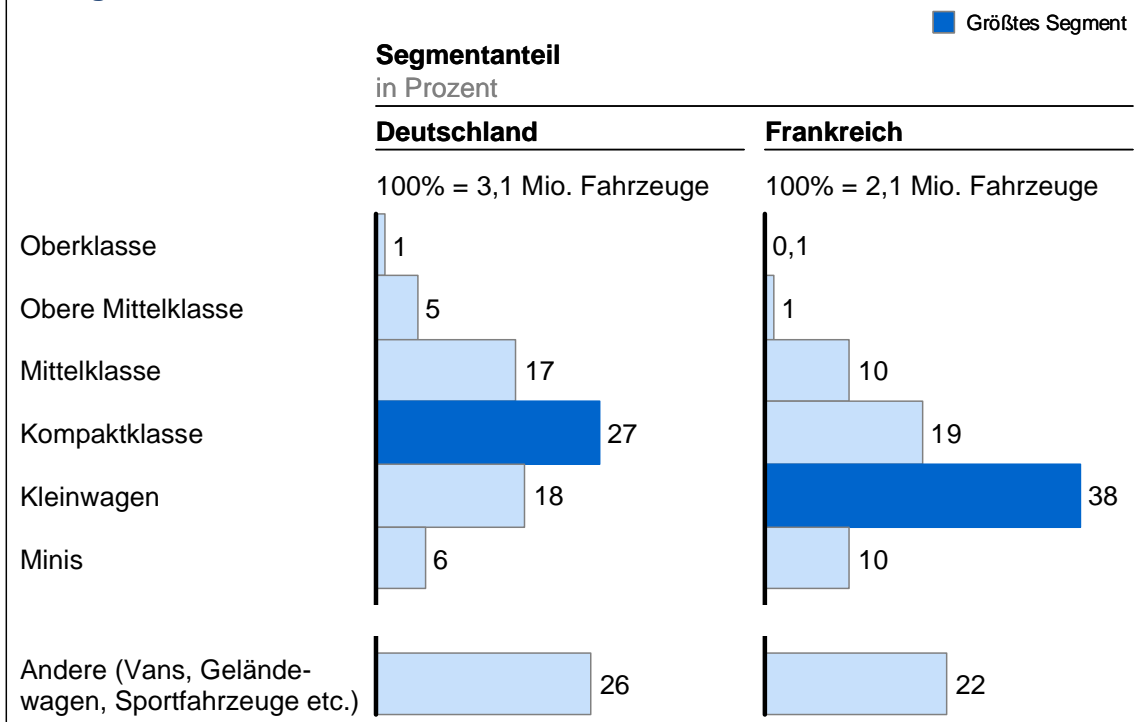
#### **Der französische Pkw-Markt Mitte 2009**

Im Jahre 2008 wurden in Frankreich 2,1 Mio. Fahrzeuge verkauft, die meisten von den französischen Automobilherstellern PSA (Peugeot / Citroën) und Renault-Nissan (inkl. der rumänischen Marke Dacia). Beide Hersteller zusammen haben in ihrem Heimatmarkt einen Marktanteil von etwa 50 Prozent. Während die Neuzulassungen in Frankreich 2008 insgesamt um 0,7 Prozent gegenüber dem Vorjahr schrumpften, konnten PSA und Renault zusammen einen Zuwachs von 1,2 % verzeichnen.

Die bislang im eigenen Land so erfolgreichen französischen Hersteller sind allerdings von der gegenwärtigen Absatzkrise, die auch den französischen Automobilmarkt erfasst hat, besonders betroffen. In den ersten vier Monaten 2009 hat Peugeot 11,3 Prozent und Renault 5,6 Prozent weniger Fahrzeuge als im gleichen Monat des Vorjahrs abgesetzt und auch Citroën konnte seinen Absatz nur um 5,8 Prozent steigern, während die meisten der asiatischen und auch die deutschen Hersteller höhere Zugewinne erreichten (Porsche +7,3 %, Audi + 9,5 % und Volkswagen +12,4 %).

Der französische Pkw-Markt zeichnet sich dadurch aus, dass er - bei aller Emotionalität der Franzosen - rationaler ist als der deutsche Automobilmarkt. Franzosen kaufen bei gleichem pro Kopf-Einkommen (und mittlerweile vergleichbaren Preisen) meist Pkw einer Fahrzeugklasse tiefer als die Deutschen. So ist in Deutschland der VW Golf (Kompaktklasse) das meist verkaufte Fahrzeug, in Frankreich dagegen der Renault Clio (Kleinwagen). Dies zeigt auch die Aufteilung der beiden Ländermärkte in einzelne Fahrzeugsegmente für das Jahr 2008. Sie lässt zudem Segmentunterschiede im deutschen und französischen Automobilmarkt im Bereich der Oberklasse und der oberen Mittelklasse erkennen: während in Deutschland letztes Jahr etwa 180.000 Fahrzeuge in diesen beiden Segmenten verkauft wurden, war es im gleichen Zeitraum in Frankreich nur ein Sechstel, d.h. knapp 30.000 Fahrzeuge. Das liegt sicherlich mit an der unterschiedlichen Besteuerung von Firmenwagen in beiden Ländern, erklärt aber, warum französische Anbieter in den oberen Fahrzeugsegmenten nur wenig Aktivitäten entwickeln.

## Segmentunterschiede im deutschen und französischen Markt 2008



Weil in Frankreich schon vor der gegenwärtigen Absatzkrise der Hauptabsatz im Segment der Kleinwagen lag, ist dort durch diese Krise - anders als (zumindest vorübergehend) in Deutschland - keine größere Verschiebung des Absatzes in untere Marktsegmente zu erwarten. Zu weitere größeren Einbrüchen des französischen Gesamtmarktes dürfte es ebenfalls nicht kommen, weil die Franzosen ihre „bagnolles“ lieben und selbst bei stärker aufkeimendem Umweltbewusstsein das Auto als Ausdruck der individuellen Mobilität genauso wenig in Frage stellen wie die Deutschen. Zudem ist das Auto vor allem im ländlichen Frankreich mit seinem sehr schlechten Nahverkehrssystem unersetzlich.

### Die französischen Automobilhersteller und -zulieferer

Die französische Automobilindustrie ist ein Pfeiler der französischen Wirtschaft mit 273.000 Beschäftigten allein bei Automobilherstellern und -zulieferern, einem Beitrag von ca. 90 Mrd. € zum französischen BIP und einem Anteil an Frankreichs Exporten von 15,4 Prozent. Mit insgesamt 2,587 Mio. produzierten Fahrzeugen nahm Frankreich 2008 Platz 5 der wichtigsten Automobilproduktionsländer ein.

Die beiden französischen Automobilhersteller stellen weltweit etwa 6 Mio. Fahrzeuge her. PSA machte 2008 einen Umsatz von ca. 54 Mrd. EUR, Renault-Nissan ca. 38 Mrd. EUR.

Renault und Nissan bilden seit 1999 eine strategische Allianz, sie sind zusammen der viertgrößte Automobilhersteller der Welt. Sowohl Nissan als auch Renault konnten großen Nutzen aus der Verbindung ziehen; z.B. hat sich die Anzahl der Plattformen von 33 auf 10 reduziert und bereits im Jahre 2005 konnten 1,4 Mrd. € durch gemeinsamen Einkauf eingespart

werden. Die aktuelle Modellpalette ist als relativ neu zu bezeichnen und es werden nahezu alle Segmente bedient. Renault-Nissan entwickelt für Better Place den Z.E. Concept und spielt damit auch im Wettbewerb um die Elektromobilität mit. Das Unternehmen sucht gleichzeitig verstärkt Chancen im Ausland und hat gerade Interesse an der GM-Marke Saturn und damit an einem verstärkten Engagement in Amerika signalisiert.

Durch die Absatzkrise schmolz der Gewinn von Renault-Nissan, der 2007 noch 2,7 Mrd. € betrug auf auf 600 Mio. € 2008. Im 1. Quartal 2009 fiel der Umsatz um 31,8 % gegenüber dem Vorjahr auf 6,6 Mrd. €. Für 2009 hat CEO Carlos Ghosn weitere Einsparungen angekündigt, unter anderem den Abbau von ca. 4.500 Arbeitsplätzen in Frankreich. Dies soll über Aufhebungsverträgen und natürliche Fluktuation ohne Entlassungen gehen, da das Unternehmen Hilfen der Regierung in Milliardenhöhe angenommen hat, die Entlassungen ausschließen. Ein Schritt zur Überwindung der Krise ist der Plan, im Herbst in Europa nach dem Dacia Logan den Sandero Stepway einzuführen; ein weiten Modells im unteren Preisbereich, das ursprünglich für den südamerikanischen Markt geplant war.

PSA ist der zweitgrößte Automobilhersteller Europas. Neben den Automarken Peugeot und Citroën gehören noch weitere Unternehmen wie z.B. der Automobilzulieferer Faurecia zum PSA-Konzern. PSA bedient ebenfalls fast alle Marktsegmente bis auf die Oberklasse sowie auf Sport- und Geländewagen. PSA kooperiert aufgrund seiner Kompetenzen bei Dieselmotoren in der Motorenentwicklung mit anderen Automobilherstellern wie BMW, Renault und Ford. Im Bereich der Elektromobilität kooperiert PSA mit Mitsubishi, wobei geplant ist, ab 2010 ein Elektrofahrzeug basierend auf dem MiEV ("Mitsubishi In-wheel motor Electric Vehicle") in Europa einzuführen.

Während der PSA-Konzern 2007 noch einen Gewinn von 885 Mio. € ausweisen konnte, musste er bereits 2008 durch die Absatzkrise einen Verlust von 343 Mio. € hinnehmen. Das 1. Quartal 2009 ließ die Umsätze von PSA weiter auf 10,9 Mrd. € (um 25 % gegenüber dem Vorjahr) zurückgehen. Ein Schritt zur Überwindung der Krise war der Wechsel in der Konzernführung: zum 1.6.2009 wurde der bisherige CEO Christian Streiff durch Philippe Varin ersetzt.

Die nach wie vor starke Heimatmarktorientierung der französischen Automobilhersteller liegt darin begründet, dass die Franzosen französische Autos lieben, sich diese Autos aber auf den Auslandsmärkten nicht sehr gut verkaufen lassen, weil Fahrzeuge „fabriqué en France“ dort für nichts stehen - anders als die deutschen Pkw, mit denen weltweit Design, Spitzenqualität und Technologieführerschaft verbunden wird. Französische Autos sind zwar technisch ebenfalls sehr gut geworden und liegen heute in Crash-Tests häufig vorn, haben dafür aber oftmals ihren Charme eingebüßt. Renault 4 und Citroen 2CV waren einst Kultautos wie der VW Käfer, den französischen Herstellern ist es aber auf ihrem erfolgreichen Weg hin zu zuverlässigeren Autos nicht gelungen, z.B. durch pfiffiges Design den Kultstatus zu halten und eine eigenständige Markenwahrnehmung im Ausland zu schaffen.

In Frankreich fertigen auch viele international tätige Unternehmen. So bauen Ford und GM dort Getriebe und Toyota den Yaris.

Die beiden größten Zulieferer Michelin (16 Mrd. EUR Umsatz) und Faurecia (12 Mrd. EUR Umsatz) gehören zu den größten Automobilzulieferern weltweit. Michelin (Reifen), Faurecia (Sitze, Cockpits, Türen, Akustikpakete, Frontends und Abgasanlagen) und auch Valeo (Fahrerunterstützungssysteme (z.B. Schalter, Beleuchtung und Wischersysteme), Systeme zur Verbesserung der Antriebswirksamkeit (z.B. Motorenmanagementsysteme, elektrische Systeme und Motorkühlungssysteme) sowie Komfortverbesserungssysteme (z.B. Sicherheits-

systeme, Klimasysteme und Bordnetze)) sind sehr viel stärker auf die Weltabsatzmärkte ausgerichtet als die Automobilhersteller und gehören dort zu den wichtigen Anbietern.

Die großen französischen Zulieferer wurden hart vom Einbruch der Produktionszahlen durch die Absatzkrise getroffen. Faurecia und Valeo mussten z.B. im 1. Quartal 2009 einen Umsatzrückgang gegenüber dem Vorjahreszeitraum von 38,1 % bzw. 33,4 % hinnehmen. Dem größten französischen Zulieferer Michelin erging es etwas besser, er hat „nur“ einen Rückgang von 24,4 % zu verzeichnen. Bei einzelnen Zulieferern reichen die üblichen Maßnahmen zur Krisenbewältigung, vor allem Urlaubsabbau oder Kurzarbeit, in Frankreich schon nicht mehr. So hat Continental die Schließungen eines Werkes in Clairoux angekündigt, Schaeffler schließt ein Werk in St. Siméon de Bressieux und der 0,5-Tier Lieferant Heuliez musste Gläubigerschutz beantragen. Faurecia und Valeo werden 2009 wahrscheinlich Verluste machen.

### **Zukunftsaussichten für die französische Automobilindustrie**

Grundsätzlich sind die französischen Automobilhersteller und -zulieferer aufgrund der unbestrittenen Kompetenz im Segment der preisgünstigen Kleinwagen - einer Kompetenz, die bei den deutschen Herstellern wesentlich weniger ausgeprägt ist - in der gegenwärtigen Absatzkrise mit Unsicherheiten über die mögliche Einkommensentwicklung sehr gut aufgestellt. Sie werden diese Kompetenz auch im Übergang zu kleinen und leichten Elektrofahrzeugen nutzen können.

Die französische Bevölkerung zeigte und zeigt sich gegenüber den lokalen Automobilherstellern sehr loyal. Deshalb sind die französischen Wettbewerber mit ihrem großen Binnenmarkt nicht zu unterschätzen, insbesondere, wenn sie damit fortfahren, ihre internationale Präsenz z.B. über Kooperationen auszubauen und ihr Markenimage zu verbessern.

Haben Sie Anmerkungen zu diesem Spotlight?

[info@cama-automotive.de](mailto:info@cama-automotive.de) – wir antworten umgehend!