
CAMA-Spotlight auf ausländische Automobilmärkte

1/2009

Frankreichs Automobilmarkt und französische Automobilunternehmen zur Jahresmitte 2009

- gezeichnet durch die Absatzkrise

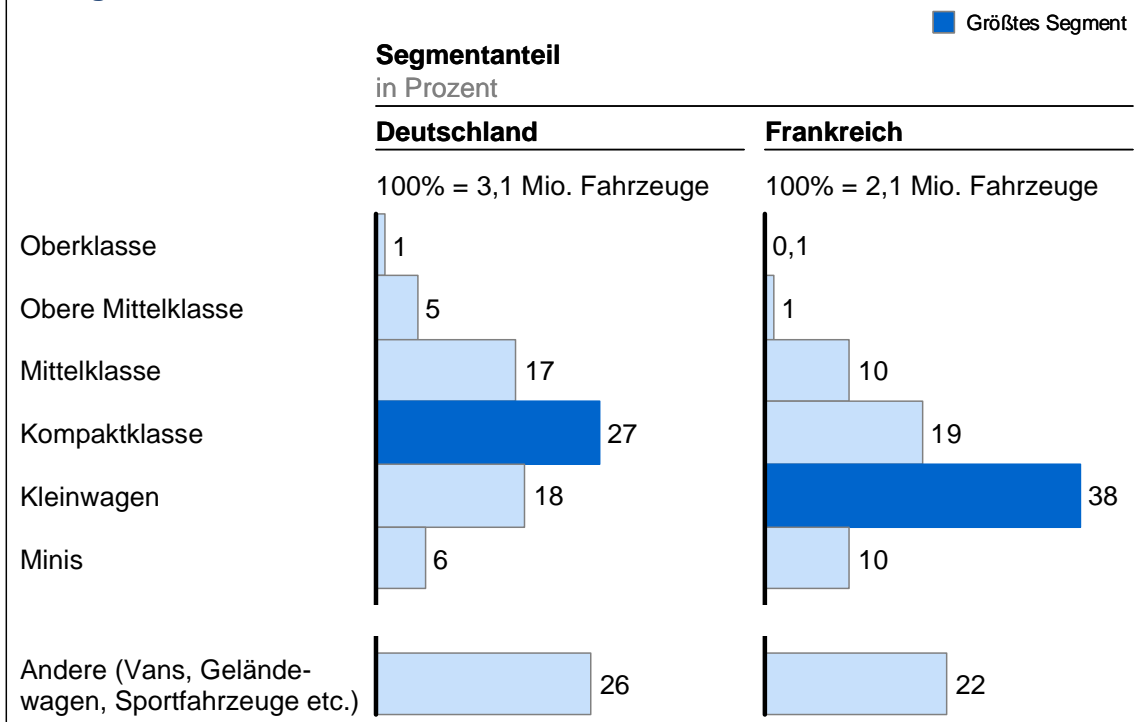
Der französische Pkw-Markt Mitte 2009

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

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 – wir antworten umgehend!