

Düsseldorf, 09. Februar 2009

Deutschen Automobilzulieferern droht weltweit Ergebniseinbruch von bis zu 6 Milliarden Euro

A.T. Kearney-Studie beleuchtet die Zukunft der deutschen Automobilzulieferindustrie

Aufgrund der anhaltenden Absatzkrise im Automobilbereich droht den deutschen Zulieferbetrieben nach dem Abschwung im vierten Quartal des Vorjahrs nun ein weiterer Gewinneinbruch von bis zu 6 Milliarden Euro weltweit. Aufgrund der schnellen und drastischen Umsatzverluste von über 40 Prozent bleiben die Unternehmen auf ihren kurzfristig nicht-flexibilisierbaren Kosten sitzen. Politische Maßnahmen wie Kurzarbeit und Abwrackprämie dämpfen zwar die Effekte, dennoch wird die gesamte Zulieferbranche in 2009 deutlich in der Verlustzone operieren. Wenn es den Unternehmen nicht gelingt, kurzfristig ihre Ertrags- und Refinanzierungslage zu stabilisieren, könnte dies eine Vielzahl von Insolvenzen und den Abbau von über 50.000 Arbeitsplätzen in der deutschen Zulieferindustrie zur Folge haben. Das geht aus einer aktuellen Studie der Top-Managementberatung A.T. Kearney hervor. Neben einer raschen und effektiven Verringerung der Kriseneffekte sollten Automobilzulieferer zudem ihre strategische Ausrichtung optimieren, um für die Wachstumschancen nach der Krise optimal vorbereitet zu sein.

Hatten bis Sommer 2008 noch hohe Benzinpreise und Verunsicherungen der Neuwagenkäufer Absatzrückgänge in Europa und Nordamerika bewirkt, führt nun die Finanz- und Wirtschaftskrise für die gesamte Automobilindustrie zu dramatischen Absatzeinbrüchen. Bis 2010 werden weltweit in Summe etwa 17 bis 22 Millionen weniger Fahrzeuge als geplant verkauft. Zusätzlich verschieben sich die Verkäufe hin zu kleineren Pkw-Segmenten.

Vom Umsatzrückgang ist die gesamte Branche betroffen. Politische Maßnahmen wie die Verlängerung der Bezugsfrist für das Kurzarbeitergeld und die Abwrackprämie dämpfen zwar die Effekte, können aber den Sturz in die Verlustzone nicht verhindern. Die aktuelle Krise führt zu einer Bereinigung des globalen Zuliefermarktes. „Problematisch ist die Situation insbesondere für die Zulieferer, die bereits heute zu hohe Verbindlichkeiten in ihrer Bilanz stehen haben. Weder der Staat noch die Hersteller können hier auf breiter Basis als Retter

fungieren“, sagt Dr. Martin Haubensak, Partner im Bereich Automobilindustrie bei A.T. Kearney und Autor der Studie.

Ertragssicherung und Refinanzierung

Wie stark ein Zulieferbetrieb jetzt vom Absatzeinbruch betroffen ist, hängt vor allem von der strategischen und finanziellen Ausgangslage ab. Strategische Stärke zeigt sich in Technologie- und Marktführerschaft und einem regional ausgewogenen Kundenportfolio. Finanzielle Stärke bedeutet vor allem ausreichende Liquidität und hohe Eigenkapitalbasis. „Hier sind die klassischen deutschen Tugenden gefragt, also solide Finanzierung und innovative Produkte“, so Haubensak.

Die meisten Zulieferer haben auf die Krise bereits reagiert – mit Schichtenreduzierung, Freisetzung temporärer Mitarbeiter, Überstunden- und Urlaubsabbau, Reisekostenreduktion oder Kürzungen bei Zulagen und Boni. „Um die Krise über die nächsten Jahre hinweg zu meistern, sollten zudem Maßnahmen zur Kostensenkung und Cash-Optimierung systematisch eingesetzt werden“, so Haubensak. Die A.T. Kearney-Studie nennt dazu die Hebel Einkauf, Bestandssenkung, kurzfristige Anlagen-Optimierung und Reduzierung der Gemeinkosten. Hier sind typischerweise Kostensenkungen von bis zu 25% und Verbesserungen einzelner Bilanzpositionen von bis zu 50% erreichbar.

Fusionen und Kooperationen

Die derzeitige Krise kann jedoch die übergeordneten globalen Trends nicht aufhalten. Die Nachfrage nach individueller Mobilität wird weiter ansteigen. China und Indien werden auch in diesem Jahr ihren Wachstumspfad abgeschwächt fortsetzen können, und Europa wird voraussichtlich in 18 bis 24 Monaten auf das Vorkrisenniveau zurückkehren. Danach wird der amerikanische Markt folgen: „Da die Kreditkrise in den USA auch die Privathaushalte umfasst, wird die Nachfrage nach PKW länger auf niedrigerem Niveau verharren“, so Dr. Götz Klink, Partner bei A.T. Kearney im Bereich Automotive.

Für die Zulieferer wird es entscheidend sein, Technologien auf individuelle Bedürfnisse der Märkte auszurichten und Projekte klar auf den strategischen Fit hin zu selektieren. „In der Krise gilt es Wachstumschancen in ‚Emerging Markets‘, im Ultra-Low-Cost-Car Segment und insbesondere bei Technologien zur Emissions- und Verbrauchsregulierung im Auge zu behalten“, so Klink.

Vor dem Hintergrund einer zu erwartenden Marktberreinigung ist es wesentlich, Klarheit über die optimale Technologiestrategie für Übernahmeaktivitäten zu besitzen, um kurzfristig handlungsbereit zu sein und fehlende Kompetenzen zu akquirieren.

Neben dem möglichen strategischen Zukauf von Technologien durch Unternehmenstransaktionen bietet die momentane Krise auch ganz operative Chancen. „Die Insolvenz von Wettbewerbern können starke und schnelle Zulieferer nutzen, um Aufträge ggf. auch einzelne Werke zu übernehmen“, sagt Klink. „Durch eine enge Abstimmung mit Herstellern und Banken kann so eine Win-win-win Situation geschaffen werden“.

Gestärkt aus der Krise

Die anhaltende Krise wird zweifelsohne zu einer Marktberreinigung und Verschlankung der Kapazitäten führen. Wer finanzielle Schwächen offenbart, wird auch bei strategischer Fitness die Eigenständigkeit oder gar die Existenz verlieren. Dennoch kann die Krise auch als Chance genutzt werden. Erfolgreich wird sein, wer kurzfristig Liquidität sichert, Kosten senkt und gleichzeitig strategischen Weitblick beweist. „Das klassische Unternehmertum ist gefragt“, so Haubensak: „Kurzfristiges Erfordernis ist die Umsetzung von ‚Fitness-Programmen‘, um zu überleben. Wichtig ist dann die Entwicklung von klaren, langfristigen strategischen Konzepten, um nach 2010 gestärkt an Konsolidierung und Wachstum zu partizipieren.“

Über A.T. Kearney

A.T. Kearney verbindet als eines der weltweit führenden Top-Management-Beratungsunternehmen strategische Weitsicht mit operativer Erfahrung. Entscheider in Großkonzernen ebenso wie in mittelständischen Unternehmen aller Wirtschaftszweige sowie im öffentlichen Sektor nutzen unsere internationalen Beraterteams, um gemeinsam mit uns ihre Wettbewerbsfähigkeit nachhaltig zu steigern. A.T. Kearney wurde 1926 in Chicago gegründet und beschäftigt heute mehr als 2.500 Mitarbeiter in über 30 Ländern der Welt.

Weitere Informationen finden Sie unter www.atkearney.de

Pressekontakt

Frank Schröder – Marketing & Communications

A.T. Kearney GmbH

Kaistraße 16A

D-40221 Düsseldorf

Tel: +49-211-1377 2272

Fax: +49-211-1377 2990

e-mail frank.schroeder@atkearney.com