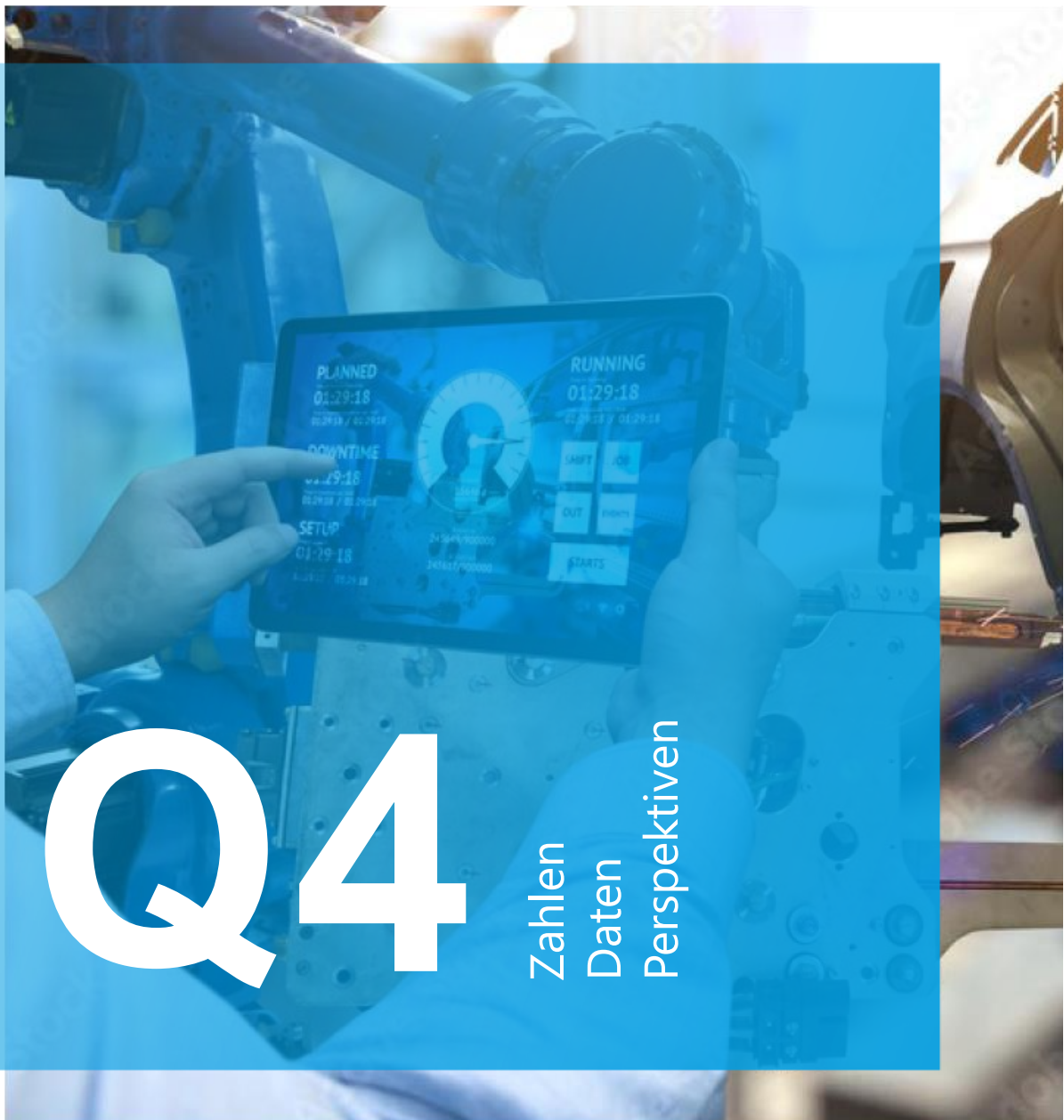


# Newsletter

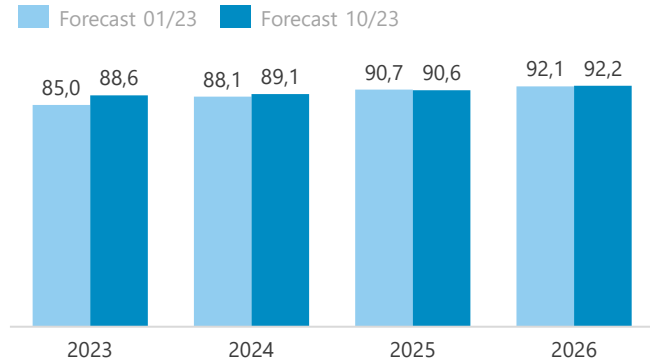
## Automotive Industry



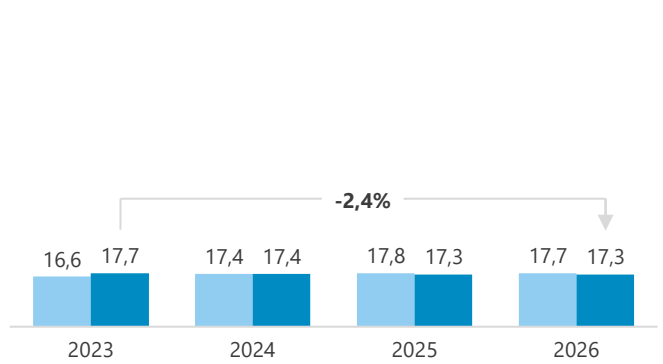
Entwicklung Automobilproduktion weltweit

Produktionszahlen in Europa für 2023 liegen 6,6% über den Erwartungen zu Jahresbeginn; ab 2024 rückläufige Volumina; asiatischer Markt weist in den nächsten Jahren weiterhin Wachstum auf

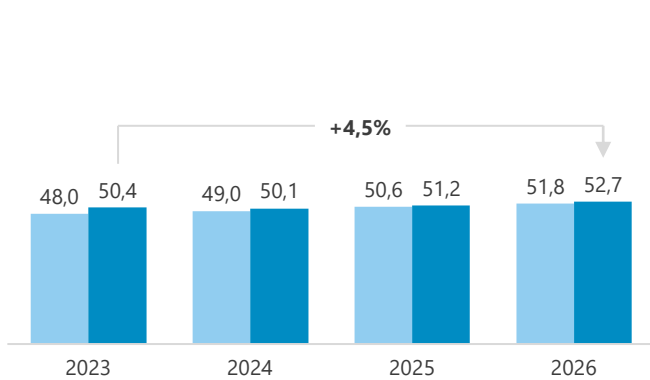
Automobilproduktion weltweit<sup>1</sup>



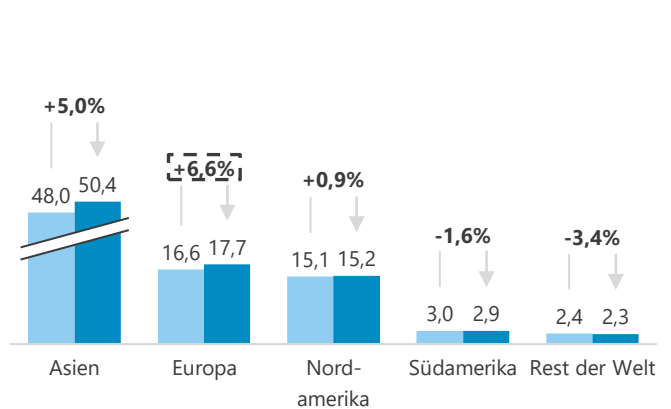
Automobilproduktion Europa<sup>1</sup>



Automobilproduktion Asien<sup>1</sup>



Entwicklung 2023 nach Region<sup>1</sup>



Erläuterung

- > Gegenüber dem Forecast zu Jahresbeginn wurde die Erwartung des Produktionsvolumens für 2023 weltweit um 3,6 Mio. Stück erhöht; für 2024 stieg die Erwartung um rd. 1,0 Mio. Stück, während 2025 und 2026 im Vergleich zum Forecast zu Jahresbeginn auf einem stabilen Niveau verbleiben; Insgesamt wird mit einem Anstieg in 2026 ggü. 2023 von rd. 3,6 Mio. Stück gerechnet
- > Für Europa geht der Forecast für die Jahre 2023 bis 2026 von einem leicht rückläufigen Produktionsvolumen aus
- > In Asien hingegen wird mit einem Wachstum von 4,5% in den nächsten 3 Jahren gerechnet
- > Im aktuellen Jahr konnten gegenüber dem Forecast vor allem die europäischen (+6,6%) und die asiatischen (+5,0%) Produktionsvolumina zulegen während die Erwartung in Südamerika und dem Rest der Welt zurückgingen

Preise rauf, Volumen runter

Die Premiumisierungsstrategien der OEMs stellen die Zulieferindustrie vor zahlreiche Herausforderungen

Der Trend geht zu Premium

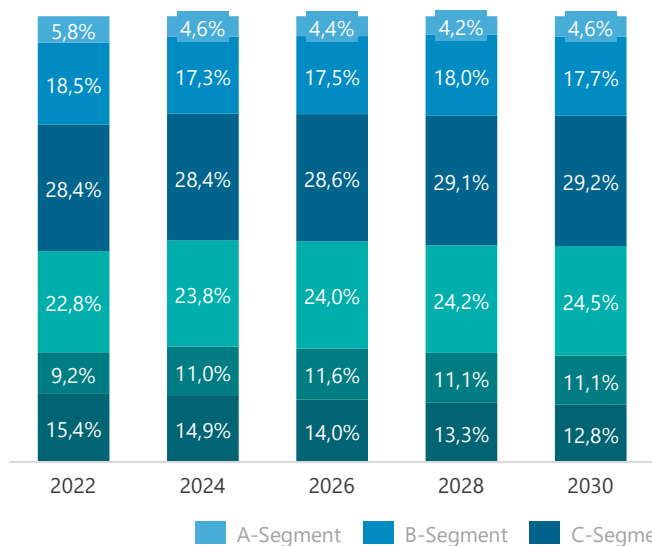
Doch was bedeutet dieser Trend für die Zulieferindustrie?

- Anpassungen in strategischen Partnerschaften
- Innovationsgetriebener Markt
- Fokus auf hochtechnologische Komponenten
- Geringere Absatzvolumen

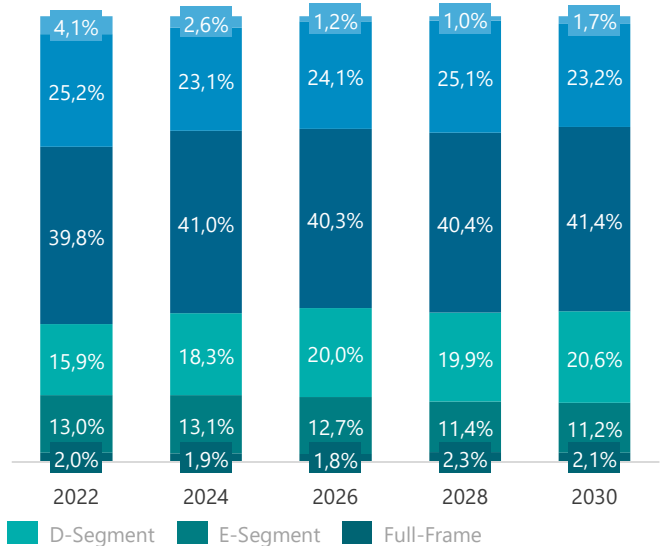
Potenzielle Handlungsfelder für die Zulieferindustrie

Investitionen in technologische Innovationen	Flexibilität in der Produktion
Steigender Druck auf das Mengengerüst	Standortfrage
Analyse bestehender Geschäftsbeziehungen	Strategische Allianzen und M&A
Optimierung der Passivseite und der Kapitalkosten	Überprüfung bestehender Vertriebsvereinbarungen

Entwicklung Produktionsvolumen Global (PKW)



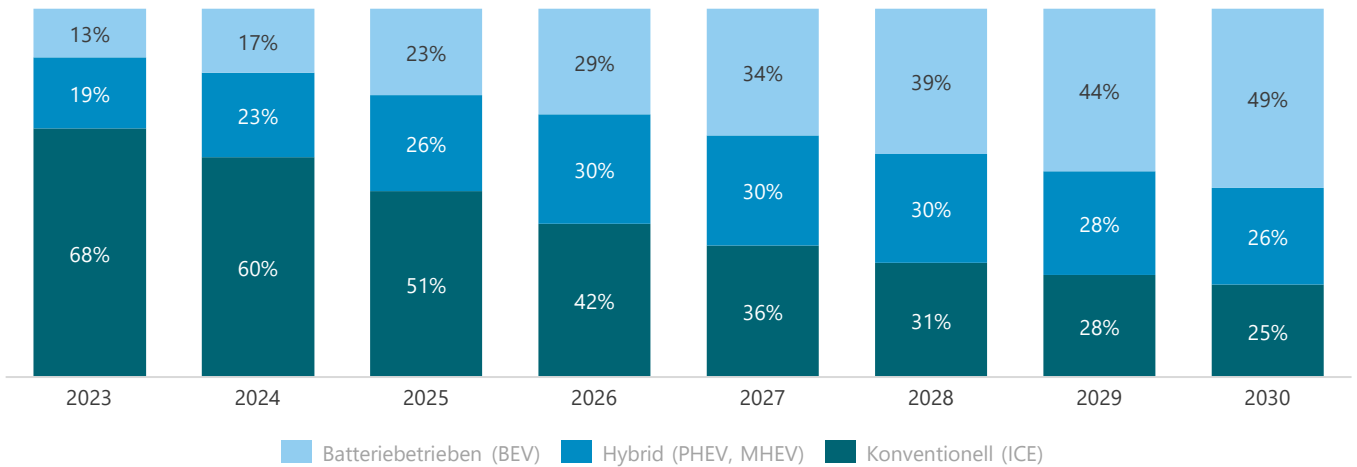
Entwicklung Produktionsvolumen Europa (PKW)



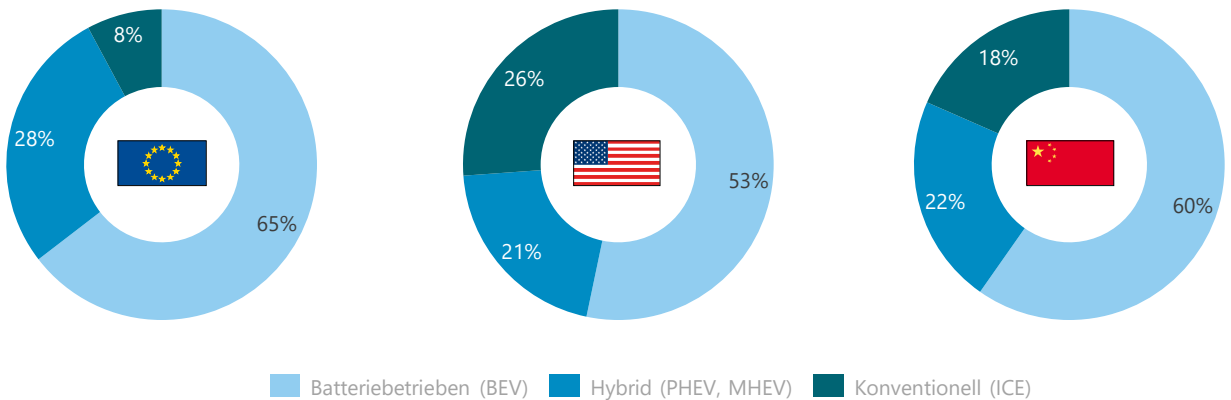
„Electric Only“: Produkt- und Marktverteilung

Regulatorische Treiber, verstärkter Fokus der Hersteller sowie die stark gesunkenen Batteriepreise treiben die Entwicklung von E-Antrieben weiter voran

FC globale Produktionsverteilung BEV vs. Hybrid vs. ICE<sup>1</sup> [%]



FC Key-Markets Produktion 2030 BEV vs. Hybrid vs. ICE<sup>1</sup> [%]



Erläuterung

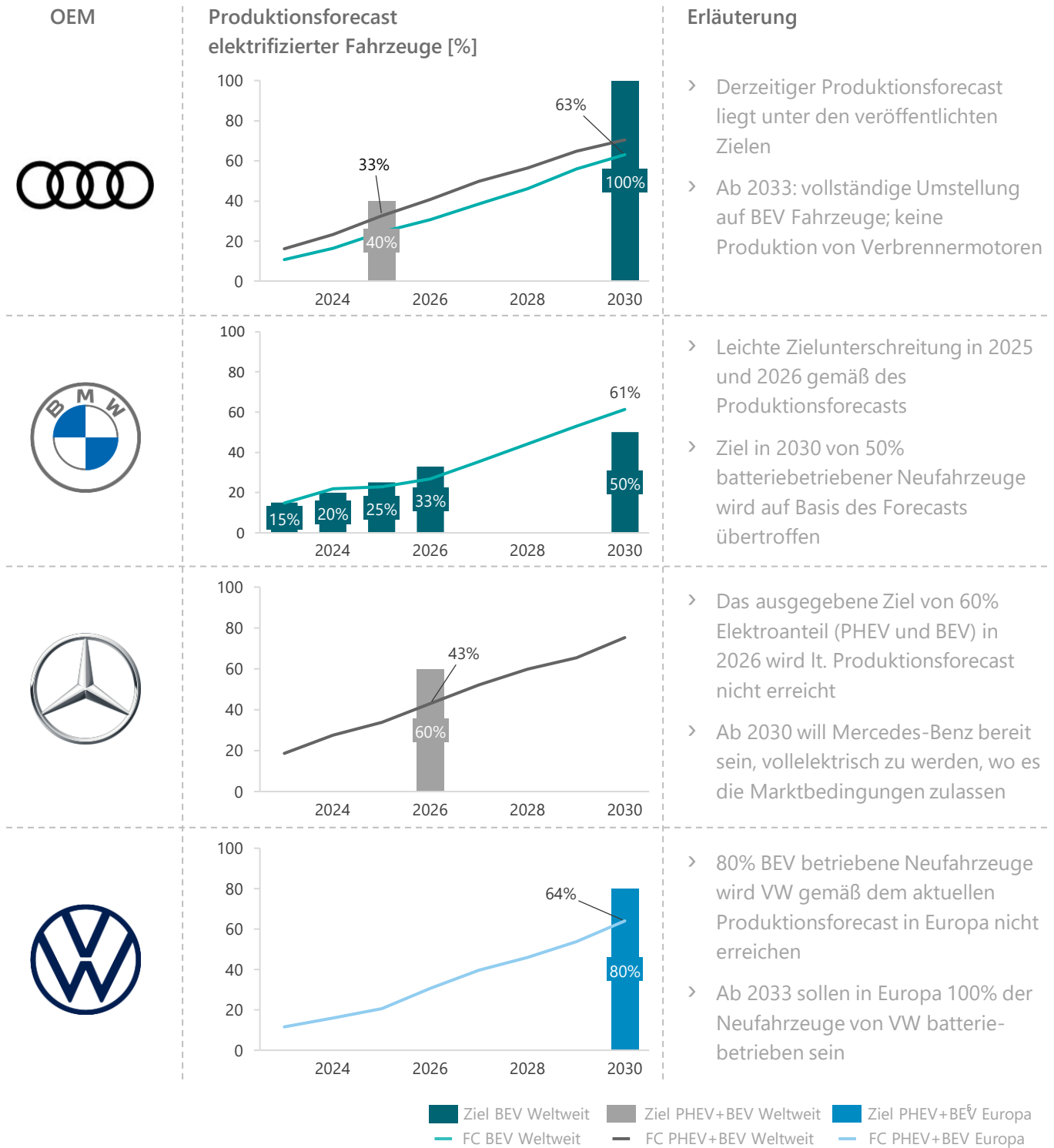
- Der Anteil an BEV und Hybriden wird sich voraussichtlich bis Ende 2030 deutlich erhöhen und einen Produktionsanteil von 75% erreichen; insbesondere in Europa und China wird ein starker Rückgang der ICE-Antriebe erwartet
- Aufgrund des schnellen Wandels benötigen Lieferanten insbesondere ausreichende (finanzielle) F&E-Kapazitäten, eine hohe Geschwindigkeit in der Produktentwicklung sowie passende Zertifizierungen, um ihre Relevanz für OEMs auch künftig zu sichern
- Langfristige Prognosen gehen davon aus, dass sich insbesondere die Produktion von PHEV zunehmend von Europa in den asiatischen / chinesischen Raum verlagern wird

Quelle: IHS Markit Light Vehicle Engine Forecast: Engine Production (Stand 10/2023); 1) ICE: Internal Combustion Engine, MHEV: Mild Hybrid Electric Vehicle, PHEV: Plug-In Hybrid Electric Vehicle, BEV: Battery Electric Vehicle Zahlen beinhalten (Nutz)-Fahrzeuge bis 6,0 Tonnen Fahrzeuggewicht

Analyse Absatzziele E-Autos | Deutsche OEMs

Bis auf Mercedes-Benz scheinen die deutschen OEMs ihre gesteckten Ziele für BEV und PHEV Neufahrzeuge auf Basis der aktuellen Produktionsforecasts nicht zu erreichen

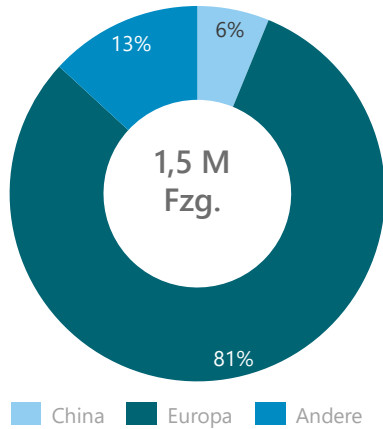
Vergleich Absatzziele deutscher OEMs zu Produktionsforecast [in% am Gesamtvolumen]



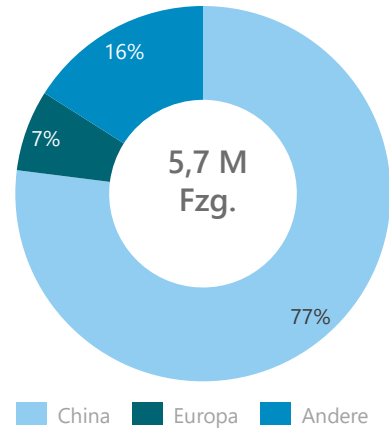
Wachstum Asien: Produktionsvolumen E-Fahrzeuge nach Region

Heimische Marken etablieren sich im Bereich E-Fahrzeuge in Europa sowie in China als größte Produzenten; in China werden in 2023 3,8-mal so viele E-Fahrzeuge wie in Europa hergestellt

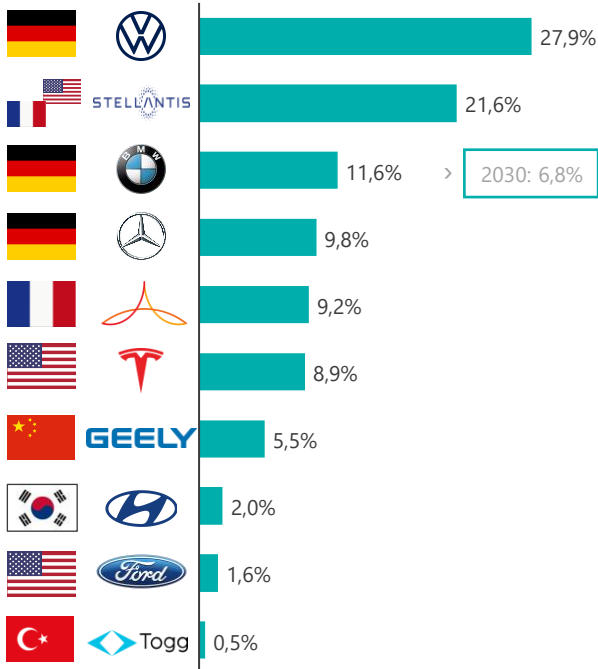
Europa: Produktionsvolumen E-Fahrzeuge nach Firmensitz 2023



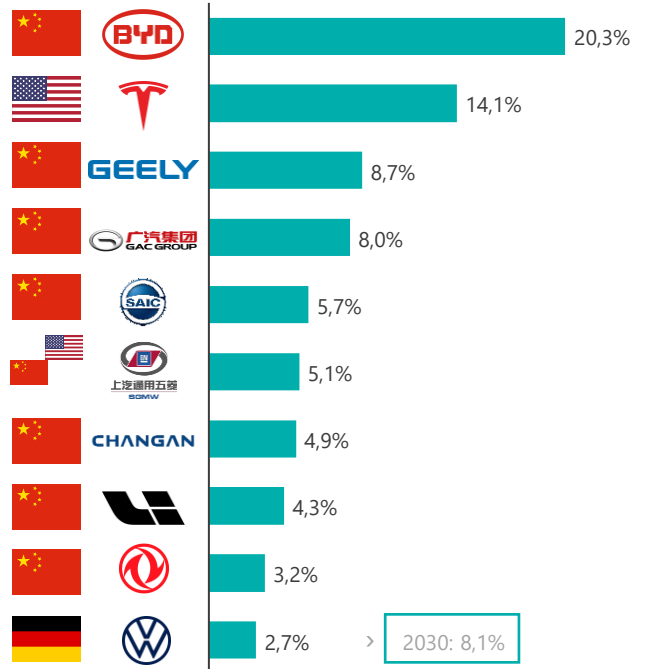
China: Produktionsvolumen E-Fahrzeuge nach Firmensitz 2023



Top 10 OEMs Marktanteile:



Top 10 OEMs Marktanteile:



Erläuterung

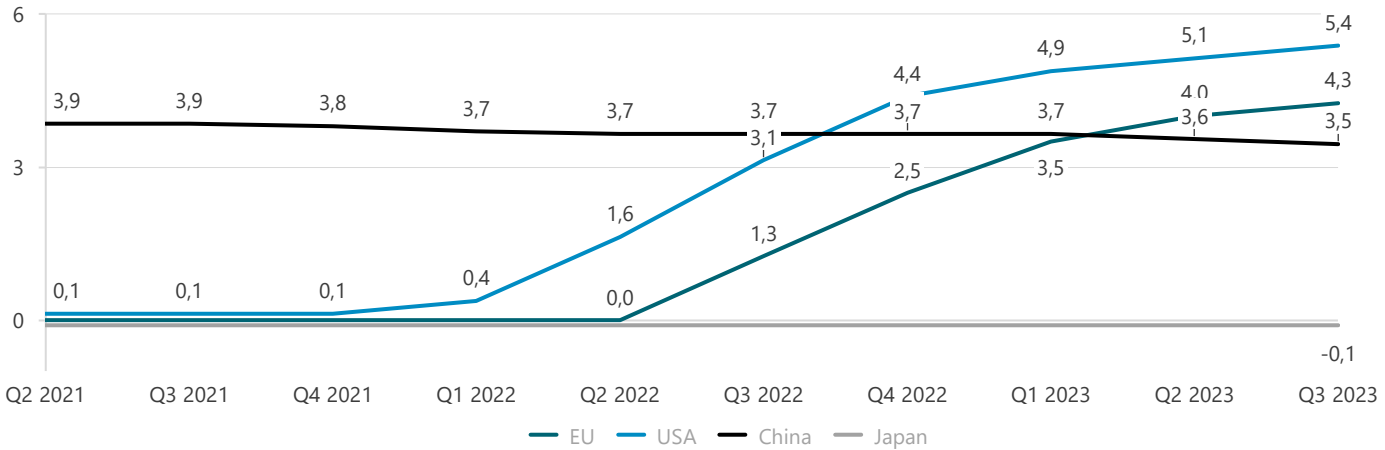
- > Volkswagen ist in 2023 mit 28% des gesamten Produktionsvolumens der größte E-Fahrzeughersteller in Europa
- > Deutsche Marken bzw. europäische Marken mit einem Anteil von rd. 49% bzw. rd. 81% an produzierten E-Fahrzeugen
- > Chinesische Marken haben sich im heimischen Markt mit 77% der produzierten E-Fahrzeuge in China als größter Produzent aufgestellt
- > Deutsche Marken haben in Summe nur einen Produktionsanteil von rd. 4,8%



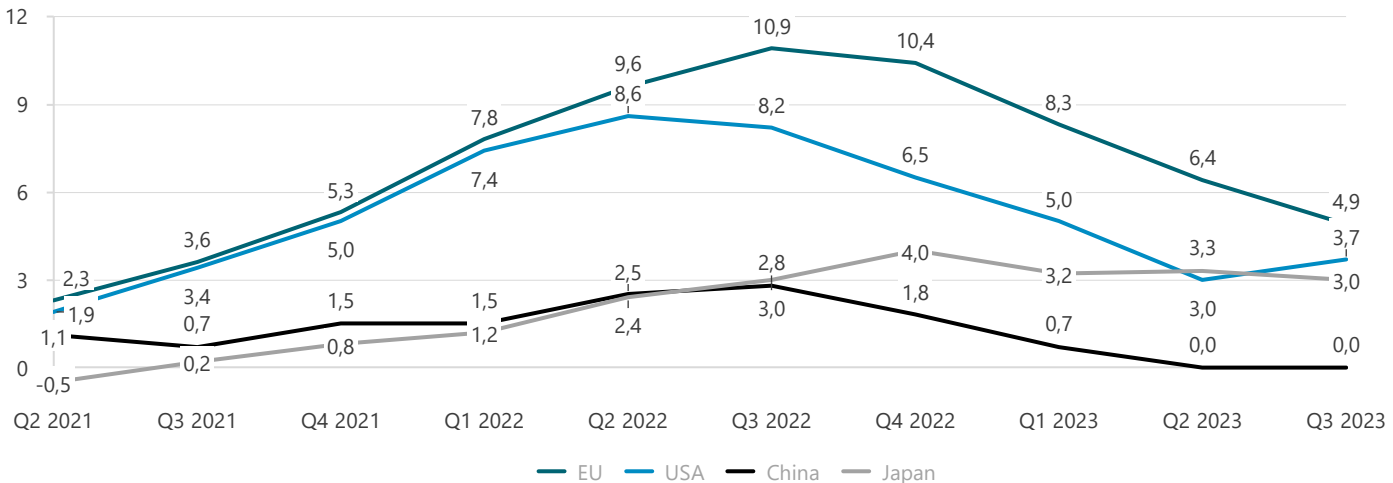
Entwicklung Zinsniveau und Inflation

U.a. durch die Anhebung der Leitzinsen in Europa und den USA waren die Inflationsraten zuletzt rückläufig; Zinsanstieg mit Auswirkungen auf die Beschaffung von Fahrzeugfinanzierungen

Entwicklung Zinsniveau in ausgewählten Regionen [%]



Entwicklung Inflation in ausgewählten Regionen [%]



Erläuterung

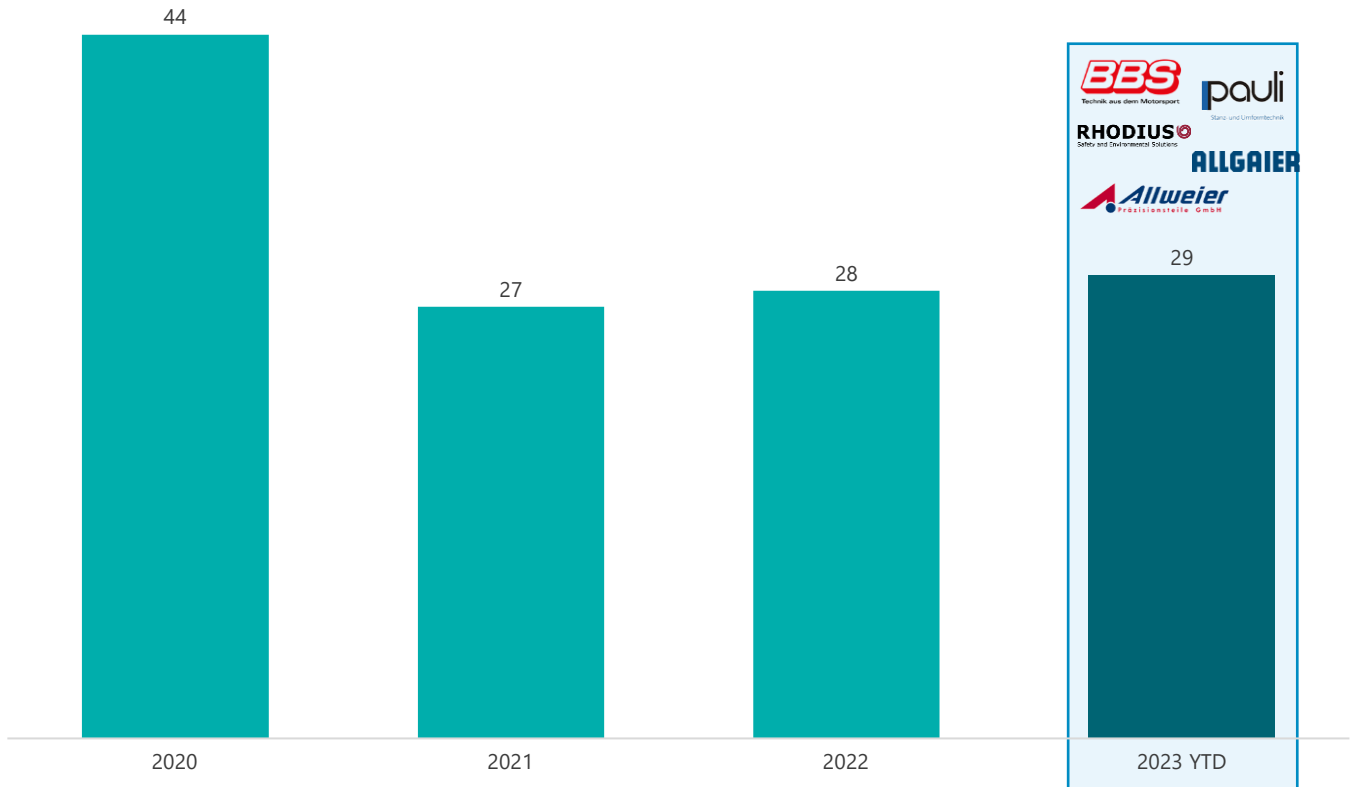
- > Die gestiegenen Leitzinsen tangieren die Konditionen von Autokrediten, welche in der Spitze bis zu 64% teurer wurden; der Kaufkraftverlust durch die Inflation belastet zusätzlich die Nachfrage
- > Da rund 27% der Gebrauchtwagen und 47% der Neuwagen in Deutschland per Kredit/Leasing finanziert werden, ist zu erwarten, dass teurere Finanzierungen zu weniger Nachfrage führen und in einem geringeren Absatz der OEMs resultieren
- > Durch die gestiegenen Zinsen werden Refinanzierungen und neue Kredite teurer; bei variabelverzinsten Verbindlichkeiten steigen die Zinsaufwendungen schon heute; gutes Zins-Hedging und Laufzeitenkongruenz zahlen sich nun aus
- > Erforderliche Investitionen der deutschen Automobilindustrie, um die Transformationen der Branche zu meistern, könnten sich dadurch verzögern oder in geringerem Maße ausfallen



## Insolvenzen in der Lieferkette

Die anhaltenden Herausforderungen für Zulieferer bleiben im Jahr 2023 weiterhin bestehen; ein weiterer Anstieg der Insolvenzen bleibt abzuwarten

### Insolvenzanträge von Automobilunternehmen und -zulieferern<sup>1</sup> 2020-2023 YTD<sup>2</sup>



## Erläuterung

- › Nach einer Spitze der Insolvenzanträge im Zuge der Corona-Pandemie in 2020, blieb die Anzahl der Insolvenzen in den Folgejahren auf einem erhöhten Niveau
- › Preissteigerungen im Zuge des Ukraine-Kriegs, der Fachkräftemangel und Probleme, wie die hohe Inflation und zunehmende Refinanzierungskosten im Zuge steigender Zinsen, setzen mittelständische Automobilzulieferer weiterhin unter Druck
- › Zwar deuten die Zahlen der Insolvenzen in 2023 aktuell nicht auf eine Insolvenzwelle hin, jedoch besteht das Risiko, dass die Insolvenzen deutscher Automobilzulieferer aufgrund der anhaltenden Herausforderungen weiter steigen oder auf einem erhöhten Niveau bleiben werden

## „Havanna-Effekt“

Verbraucherunsicherheit aufgrund zunehmender Regulatorik führt zu längeren Nutzungsdauern bestehender PKWs; der „Havanna-Effekt“ bringt Gewinner und Verlierer mit sich



### Der „Havanna-Effekt“

- › Der „Havanna-Effekt“ beschreibt die immer längere Nutzung von PKWs; Namensgeber ist die kubanische Hauptstadt, in der amerikanische Autos aufgrund der restriktiven Wirtschaftspolitik seit Jahrzehnten genutzt werden
- › Die längere Haltedauer von PKWs hat verschiedene Effekte auf die Automobilbranche, u.a. auf Gebrauchtwagenpreise, Neuzulassungen und den Aftermarket
- › In Deutschland weisen Statistiken auf einen zunehmenden „Havanna-Effekt“ hin

### Gründe für die längere Nutzung von PKWs

- › Das Verbrenner-Verbot der EU ab 2035 in Kombination mit weit verbreiteter Unsicherheit hinsichtlich der Zukunft des Antriebsstrangs und wenig ausgereiften Lösungen für Elektrofahrzeuge, führen dazu, dass viele Automobilbesitzer an „funktionierenden“ Modellen festhalten
- › Zwei Drittel der Deutschen ist gegen ein Aus des Verbrennungsmotor; überzeugte Verbrenner-Fahrer werden ihre alternden Modelle behalten
- › Verfügbarkeitsprobleme von Neuwagen aufgrund von Supply Chain Störungen führten zu einer „Umorientierung“ der Verbraucher



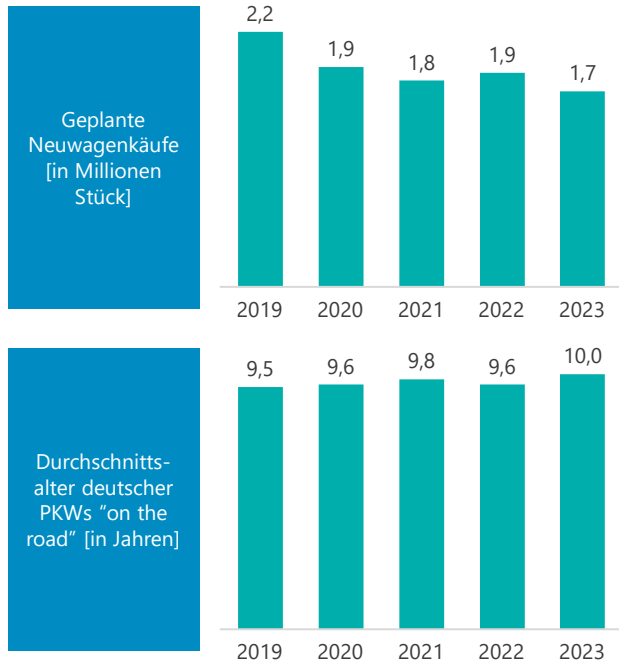
### Folgen für die Automobilindustrie

- › Vom „Havanna Effekt“ profitieren v.a. Industrien, welche an einer längeren Nutzung von PKWs interessiert sind; dies betrifft in erster Linie die Gebrauchtwagenmärkte und den Aftermarket bzw. Service-Anbieter
- › Sinkende Nachfrage nach Neuwagen könnte mittelfristig die Produktionsvolumina der OEMs senken, worunter nicht nur OEMs sondern auch Zulieferer leiden

## „Havanna-Effekt“

Konsumverhalten spiegelt den „Havanna-Effekt“ bereits wieder; Zulieferer müssen mit sinkenden Absatzmöglichkeiten seitens der OEM rechnen; der IAM<sup>1</sup> bietet hingegen Potenziale

## Konsumentenverhalten in Deutschland (Privatpersonen)



- › Das Durchschnittsalter von PKWs in Deutschland wird immer älter, was eine längere Haltedauer gemäß dem „Havanna-Effekt“ impliziert
- › Kongruent hierzu sinkt die Anzahl der Personen, welche die Anschaffung eines Neuwagens plant auf den niedrigsten Stand seit Jahren
- › Konträr zur Nachfrage nach Neuwagen, belegen die Gebrauchtwagenpreise ein seit Jahren steigendes Interesse an Gebrauchtwagen
- › Da Privatpersonen nach Ablauf der Garantie vermehrt von Vertragswerkstätten zu freien Werkstätten wechseln, steigt vor allem der Bezug auf dem Independent Aftermarket bei längerer Nutzung der PKWs
- › Der IAM bietet höheres Margenpotenzial für Zulieferer als der direkte Verkauf an die OEMs



## Implikationen für Zulieferer

- › Automobilzulieferer müssen sich auf sinkende Abrufe der OEMs einstellen; dies ist v.a. bei mengenbezogenen Preisen zu beachten
- › Als alternativer Absatzmarkt bietet der Aftermarket (CAGR: 6%) Potenziale; dies gilt vor allem für den IAM, welcher von Großhändlern dominiert wird

## „Havanna-Effekt“

**Aftermarketpotenziale ergeben für die verschiedenen Akteure unterschiedliche Handlungsfelder; strategische Partnerschaften im Independent Aftermarket gewinnen an Bedeutung**

## Akteure im Aftermarket

Stakeholder	Handlungsempfehlungen
OEMs	Angesichts der alternden Fahrzeuge gilt es für OEMs, Bemühungen über den Verkauf von Autos hinaus auszudehnen und den Hebel des margenstarken Aftermarket für eine engere Kundenbindung zu nutzen; dies ist insb. für das Volumensegment ein wichtiger Hebel
Zulieferer	Zulieferer sollten sich auf sinkende Abrufe der OEMs einstellen; im margenstarken IAM sollten Zulieferer auf eine gefestigte Positionierung, u.a. durch strategische Partnerschaften, hinwirken
Großhändler / Distributoren	Für bestehende Aftermarket-Distributoren ist es wichtig digitale Serviceangebote, wie Online-Plattformen und Big Data Analysen zu intensivieren, um nicht von neuen digitalen Anbietern (e-tailers) verdrängt zu werden

## Erläuterung

- › Trotz des Verbrenner-Verbots, werden im Jahr 2035 noch ca. 750.000.000 PKWs auf den weltweiten Straßen geschätzt; durch Trends wie den „Havanna-Effekt“ sowie die Popularität von wartungsintensiven Modellen, wie SUVs birgt der Aftermarket ein langfristig attraktives Marktumfeld
- › Für Zulieferer gilt es, neben den Hauptgeschäftsfeldern, die Möglichkeiten des Aftermarket (OEM-Aftermarket und insbesondere IAM) zu erkennen und für Kundenbindung und langfristige Umsatzströme zu nutzen (repeated business)
- › Die Attraktivität des Markts lockt viele digitale Anbieter in den Markt; bestehende Distributoren sollten daher auf einen umfassenden digitalen Auftritt achten

## Expertenmeinungen zum Thema Premiumisierung

## Markus Mühlenbruch und Arndt Kirchhoff zu den Herausforderungen und der Strategie deutscher Automobilzulieferer im Rahmen der Premiumisierung



Wie können deutsche Automobilzulieferer den durch die Premiumisierung der OEMs entstandenen Herausforderungen entgegen wirken?



Die **Premiumisierung** bringt viele, vor allem kleinere, mittelständische Automobilzulieferer an ihre Grenzen. Um einer **weiteren Verlagerung aus Deutschland heraus**, in diesem Segment entgegen zu wirken, sollten die handelnden Personen vor allem die **fünf folgenden Fokusthemen** im Blick haben: **Investitionen** in technologische Innovationen, **Flexibilität** in der Produktion, **steigender Druck** auf das Mengengerüst, die **Standortfrage** und der Fokus auf **zukunftsgerichtete Geschäftsbeziehungen**.

*Markus Mühlenbruch, Partner RSM Ebner Stolz Management Consultants*



Ist die Premium Strategie der OEMs, die seit 2022 von Mercedes-Benz primär so verabschiedet wurde, der Not geschuldet oder eine strategische Neuorientierung?



Das ist meines Erachtens nur ein **momentanes Bild**, dass die Hersteller, und zwar alle, nicht nur Mercedes, natürlich die **margenstarken Produkte vor dem Hintergrund der Knappheit bei Halbleitern** zuerst bauen und auch verkaufen. (.....) Insofern kann man die Strategie verstehen. Ich bin allerdings **nicht** der Meinung, dass das ein **nachhaltiges Geschäftsmodell** ist.

*Arndt G. Kirchhoff, Kirchhoff Gruppe*

## RSM Ebner Stolz Management Consultants

- › Als Teil von RSM Ebner Stolz zählen wir zu den bedeutendsten deutschen Unternehmensberatungen mit einem kontinuierlich starken Wachstum.
- › Unsere Kunden investieren in kompatible Branchenkenner und Situationsspezialisten, die spürbare Veränderungen bewirken und vor Ort oder auch „remote“ mit dem Management eng zusammenarbeiten.
- › Heimathäfen in Hamburg, Köln, Frankfurt, Stuttgart und München.
- › Unsere mehr als 2.100 Kollegen der Wirtschaftsprüfung sowie Steuer- und Rechtsberatung sitzen an insgesamt 14 Standorten in ganz Deutschland.
- › Gehen Sie gerne auf unsere Ansprechpartner bei RSM Ebner Stolz zu. Wir beantworten Ihnen Ihre individuellen Fragen.

## Ihre Ansprechpartner



**Markus Mühlenbruch**  
Partner

+49 173 3022391  
markus.muehlenbruch  
@ebnerstolz.de



**Marcus Losch**  
Partner

+49 172 7161985  
marcus.losch@  
ebnerstolz.de



**Marius Mayer**  
Manager

+49 173 7460196  
marius.mayer  
@ebnerstolz.de

- › Für eine Zusammenfassung unserer hochkarätig besetzten **Automotive Events** in Stuttgart zum Thema „**Premiumisierung in der Automobilindustrie**“ sowie dazugehörige Interviews gehen Sie bitte auf diesen [Link](#) oder scannen Sie den folgenden QR Code.
- › Um zu dem vollständigen Interview mit **Arndt G. Kirchhoff** von der Kirchhoff Gruppe und **Markus Mühlenbruch** von RSM Ebner Stolz zu dem Thema „**Fokussierung der deutschen Automobilhersteller hin zum Premiumsegment und die Implikationen weiterer aktueller Branchentrends für die Zulieferindustrie**“ zu gelangen gehen Sie bitte auf folgenden [Link](#) oder scannen den QR-Code.

