

14.03.2013 - 19:45 Uhr

Unter Renditedruck, Kommentar zu den Eckdaten des Jahres 2012 von BMW, von Stefan Kroneck.

Frankfurt (ots) -

Die Rekordzahlen von BMW können nicht darüber hinwegtäuschen, dass der Margendruck auf die deutschen Hersteller von Auto-Edelmarken zunimmt. Bei den Umsatzrenditen mussten BMW, Audi und Mercedes-Benz Cars 2012 Federn lassen. Das ist nicht nur das Resultat gestiegener Vorleistungen für neue Modelle und Antriebstechnologien, sondern auch eine Folge der Rezession in vielen westeuropäischen Ländern.

Der durchschnittliche Betriebsgewinn pro verkauftem Fahrzeug ist bei dem deutschen Trio gesunken. BMW büßte im vorigen Jahr 8% auf 4132 Euro ein. Bei Audi schrumpfte diese Finanzkennziffer um 10% auf 3698 Euro. Schlusslicht war die Daimler-Autosparte mit 3023 Euro - ein Einbruch von nahezu 20%.

Der Wirtschaftsabschwung in Spanien und Italien sowie die Konjunkturflaute in Frankreich und Großbritannien machen sich zunehmend in den Erfolgsrechnungen der drei deutschen Hersteller bemerkbar; der Kampf um Marktanteile wird härter. Rabattschlachten sind die Folge. Dieser Entwicklung können sich die Konzerne aus München, Ingolstadt und Stuttgart nicht mehr entziehen. Um ihre Positionen in den betroffenen Ländern zu verteidigen, müssen auch sie ihre Preise drosseln, um das Geschäft anzukurbeln. Vor diesem Hintergrund haben Audi-Chef Rupert Stadler und BMW-Chef Norbert Reithofer den westeuropäischen Markt auch 2013 und 2014 längst abgeschrieben.

Der Wettstreit um die Vorherrschaft bei Oberklassewagen wird nicht auf dem Alten Kontinent entschieden, sondern in den aufstrebenden Schwellenländern und Nordamerika. Das führt unweigerlich dazu, dass BMW, Audi und Daimler immer stärker ihre Anstrengungen auf China und die USA ausrichten, um die Misere in Westeuropa zu kompensieren. Dies sorgt aber auch dort für Margendruck.

In Gegensatz zu den ums nackte Überleben kämpfenden Volumenherstellern aus dem europäischen Ausland wie PSA Peugeot Citroën, Renault und Fiat können sich die deutschen Vorzeigeunternehmen diese Strategie leisten, setzten sie doch rechtzeitig auf eine breit angelegte Expansion, statt auf gesättigte Heimatmärkte zu vertrauen. Mit dieser weltweiten Aufstellung können zwar externe Schocks besser abgefedert werden, diese Strategie birgt aber auch Risiken. Die Gefahr für BMW, Audi und Daimler steigt, ihre Wachstumshoffnungen zu sehr auf China und die USA auszurichten. Das Trio wird damit anfälliger für Konjunkturrückschläge in beiden Ländern.

(Börsen-Zeitung, 15.3.2013)

Kontakt:

Börsen-Zeitung
Redaktion

Telefon: 069--2732-0
www.boersen-zeitung.de

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100014783/100734639> abgerufen werden.