

Automotive-Manager

EXCELLENCE-NEWS ZU DER AUTOMOTIVE- UND TRUCKINGINDUSTRIE

Medienschau vom 2.4.2013

Themen des Tages

Handelsblatt.com: Amerikaner machen Autobauer glücklich – „Die Kauflaune der Amerikaner ist weiterhin blendend – jedenfalls was den Automarkt angeht“, meldet das „Handelsblatt“ in seiner Online-Ausgabe. Während in Europa weiterhin Flaute angesagt ist, haben Hersteller in den USA ihren besten Monat seit Jahren erlebt. Und weiter heißt es: „Für die amerikanischen ‚Big Three‘ General Motors, Ford und Chrysler war es der beste Monat seit fünf oder sechs Jahren.“ Experten würden den Verkaufszuwachs auf eine allgemein bessere Wirtschaftslage sowie neue Modelle zurückführen. Fazit des Autors: „Anders als in Europa sind die Autobauer in den USA in Feierlaune.“ Auch Toyota hat dem Bericht zufolge erst jüngst seine Marktprognose angehoben und geht nun davon aus, dass in diesem Jahr in den USA 15,3 Mio. Wagen verkauft werden. Unter dem Titel „Autos finden in Amerika reißenden Absatz“ berichtet auch die Nachrichtenagentur „Dow Jones“ über das Thema. (Handelsblatt.com, 2.4.13/S--; Dow Jones, 2.4.13/S--)

Autobauer hoffen auf EU-Freihandelsabkommen mit USA - Das angestrebte Freihandelsabkommen zwischen der Europäischen Union und den USA könnte dem Münchener Autobauer BMW „mehrere hundert Millionen“ US-Dollar bringen, die sowohl Kunden als auch dem Konzern zugute kämen. Dies berichtet die „Börsen-Zeitung“ unter Berufung auf Aussagen von BMW-Vertriebsvorstand Ian Robertson. „Wir glauben, dass ein Freihandelsabkommen zwischen Europa und den USA beiden Seiten helfen wird. Allerdings muss dafür wohl noch einige

Überzeugungsarbeit geleistet werden. Nicht nur in den USA, sondern auch in einigen europäischen Ländern“, sagte Robertson am Rande der internationalen Automesse in New York. (Börsen-Zeitung online, 2.4.13)

Blick nach Osten – Kommentar von Tobias Dieterich – BMW hievt das Thema „Freihandelsabkommen“ auf die politische Agenda und man kann die Münchner zu diesem Vorstoß nur bestärken. Tatsächlich eilt die Zeit, denn amerikanische und europäische Autohersteller zeigen sich bereits beunruhigt über mögliche Freihandelsabkommen mit Japan. Entsprechende Verhandlungen haben Japan und die Europäische Union bereits aufgenommen und auch die USA erwägen derzeit Gespräche. Während Japans eigene Handelsbarrieren möglicherweise unangetastet bleiben, könnten die geplanten Abkommen zu einem wachsenden Zustrom japanischer Exporte nach Europa und den USA führen und damit Wettbewerbsvorteile zugunsten japanischer Autobauer schaffen. Die deutschen Hersteller sollten das Thema deshalb ganz oben auf die Agenda setzen und gemeinsam die deutsche Politik zu einem raschen Zementieren eines solchen Abkommens drängen. Allein BMW rechnet mit „mehreren hundert Millionen“ US-Dollar Einsparungen (und damit letztlich Profit), für die gesamte deutsche Automobilwirtschaft stehen hier sicherlich Milliardenbeträge im Raum – ganz zu schweigen vom Nutzen für die Kunden, denen eine transparente und durchlässige Freihandelszone ganz erhebliche Kostenvorteile und niedrigere bürokratische Hürden bringt.

US-Kunden entdecken Diesel-Antrieb – Auf der New Yorker Automesse hat der Diesel-

Antrieb bei PKW ein unerwartetes US-Revival erlebt. „BMW zeigt zum ersten Mal in Nordamerika den 328d. Chrysler bringt den Crossover 2014 Dodge Durango als Diesel auf die Bühne, während Volvo dem V60 Hybrid mit Dieselmotor glänzen will“, führt das „Handelsblatt“ zum Beleg an. Jessica Caldwell, Analystin der Branchenberatung Edmunds, analysiert: „Amerikaner finden langsam Geschmack an Dieselaautos.“ Gerade junge Kunden in den USA interessieren sich für den Antrieb und ignorierten die althergebrachten Vorurteile gegen den Diesel jenseits des Atlantiks. „Denn Diesel besitzt einen entscheidenden Vorteil für Amerikaner: die große Reichweite. Der Kraftstoff ist zwar nicht billiger, dafür aber verbrauchen die Autos 25 bis 40 % weniger“, heißt es im Bericht. (Handelsblatt online, 2.4.13)

Deutsche Hersteller auf Diesel-Berufung - Kommentar von Dr. Olaf Janke – Was das „Handelsblatt“ unerwähnt ließ ist die Systematik der Diesel-Mission deutscher Hersteller in den USA. Hier handelt es sich nicht mehr um vereinzelte Vorstöße, den Diesel-Motor bekannter zu machen, sondern um eine konzertierte Aktion der deutschen Hersteller Audi, BMW, Daimler, Porsche und VW, die im Vorfeld der New York Autoshow einen neuen Versuch starteten, den Diesel-Antrieb in den USA populärer zu machen. Dabei geht es nicht weniger als um die Zukunft des Selbstzünders. Tatsache ist, dass die deutschen Hersteller bei den Selbstzündern weltweit führend sind, doch ihre Produktionskapazitäten lassen sich langfristig nur auslasten, wenn es gelingt, den Rest der Welt von den Vorteilen des Öl-Brenners zu überzeugen. Nicht nur das ungenutzte Marktpotenzial jenseits des Atlantiks lockt die Deutschen. Auch der Konkurrenzdruck verschärft den Druck auf die „Großen Vier“ aus Deutschland: So haben die Hersteller Chrysler und General Motors angekündigt, in den USA eigene Diesel-Pkw auf den Markt bringen zu wollen. Auch wenn der Dieselmotor – anders als in Deutschland – in den USA nicht steuerlich begünstigt wird, so gibt es dennoch gute Gründe für einen Erfolg der Deutschen. So arbeitet zum einen die Preisentwicklung an der Zapfsäule den Deutschen in die Hände; zum anderen sind die Hersteller gehalten, bis zum

Jahr 2025 Autos anzubieten, deren Verbrauch maximal 4,35 Liter je 100 Kilometer beträgt. Zuversicht verströmt auch die Tatsache, dass die deutschen Marken ihren Dieselaabsatz in Amerika seit 2009 mehr als verdoppeln konnten. Ganz gleich, ob die deutschen Hersteller mit ihrer neuerlichen Diesel-Mission auf den US-Markt Erfolg haben werden oder ob die konzertierte Aktion misslingt, und der Diesel-Antrieb als regionale deutsche / europäische Erscheinung letztendlich zu einem Auslaufmodell wird – die kommenden Jahre verheißen Spannung.

Autohersteller

Daimler-Chefentwickler Weber: Künftig noch effizienter – In einem Interview mit dem Fachportal „Automobil-Produktion“ betont Thomas Weber, Mitglied des Vorstandes Daimler AG, Konzernforschung & MBC Entwicklung, den Drang des Konzerns nach mehr Effizienz und kündigte an, die Modularisierung der Fahrzeugarchitekturen voranzutreiben. Themen des ausführlichen Interviews sind außerdem das Standing Daimlers im Wettbewerb (Weber: „Wir sind sehr gut aufgestellt“), die aktuellen Verkaufszahlen (Weber: „Wir sind sehr zufrieden mit dem Absatz“), die angebliche Rückständigkeit Daimlers bei Innovationen und Öko-Standards, die hohen Entwicklungskosten des Konzerns, die geplanten Einsparungen im F&A-Budget von Daimler (800 Mio. Euro), die Kooperationserfolge mit Renault-Nissan (Weber: „Erfolgsgeschichte“ im Bereich „Mercedes Frontwheel Architecture“) sowie die planmäßig stattfindende Einführung der neuen S-Klasse. (Automobil-Produktion, 2.4.13/S--)

Personalmanagement – Volkswagen rüstet im Ausland personell auf – Bis 2018 will der Volkswagen-Konzern seine Beschäftigtenzahl vor allem im Ausland deutlich erhöhen. „Volkswagen wächst und stellt deshalb weiter in der Produktion ein, aber weniger in Europa, sondern stärker in China“, zitiert das „Handelsblatt“ Betriebsratschef Bernd Osterloh. Insgesamt soll dem Bericht zufolge die Beschäftigtenzahl von derzeit rund 550.000 auf

gut 600.000 Mitarbeiter ansteigen. Bereits in den vergangenen vier Jahren hat VW seine Belegschaft in Asien um 134 % vergrößert. Während damit der Asienanteil an der VW-Personalstärke von 8 auf 13 % wuchs, war das Wachstum auf dem Heimatkontinent seit 2008 mit 44 % deutlich schwächer. An diesen Daten lasse sich auch die Internationalisierungsstrategie ablesen, auf die Konzernchef Martin Winterkorn mit Hochdruck setze, so das „Handelsblatt“. Im Folgenden geht der Autor der Frage nach, wie es VW und andere europäische Autobauer unter diesen Vorzeichen gelingen werde, die Beschäftigung in Europa zu halten. „Die absolute Zahl der Beschäftigten in der Automobilindustrie wird in Europa längerfristig zurückgehen“, prophezeit ein Experte. (Die Welt online, 1.4.13/S--)

Millionenschwere Schadenersatzforderung gegen VW - Nach Bericht des „Handelsblatts“ sieht sich der Autokonzern Volkswagen mit Schadenersatzforderungen in Katar konfrontiert. Die Wolfsburger sollen dem ehemaligen Generalimporteur im Golf-Emirat Katar, Saad Buzwair Automotive, mit der Kündigung seiner Importlizenz geschädigt haben - zugunsten einer arabischen Scheika mit besonderer VW-Bindung. Saad Buzwair Automotive arbeitete zwar bis Ende Juni 2012 als Generalimporteur für Volkswagen in Katar. Dann vergaben die Wolfsburger die Importeurslizenz aber an einen neuen Partner: Q-Auto, geführt ausgerechnet von Scheikha Hanadi Nasser bin Khaled Al-Thani. Die studierte Volkswirtin gehört zur Herrscherfamilie des Emirats und ist damit indirekt über den Staatsfonds Qatar Investment Authority auch an VW beteiligt. Saad Buzwair Automotiv fordere nun von VW 146,7 Mio. Euro Schadensersatz. Ein Konzernsprecher habe einen entsprechenden Bericht von „Manager Magazin online“ bestätigt. „Die Vereinbarung für VW lief aus, für Audi sei sie dem Konzernsprecher zufolge fristgerecht gekündigt worden“, heißt es im Bericht. (Handelsblatt online, 2.4.13)

Unbequeme Wahrheiten – Kommentar von Daniel Geers – Hat VW seinen Vertragshändler in Katar rausgeworfen, um das Geschäft an

Verwandte der Herrscherfamilie zu übergeben? So lautet der Vorwurf des rausgeworfenen Händlers. Für VW wird es nun unbequem. Dass sich die Wolfsburger in politische Ränke zu verfangen drohen ist das eine, dass sie aber einem stillen Investor – und als solcher hat sich Katar stets präsentiert – Vergünstigungen einräumen ist das andere. Wie soll eine solche Vorteilnahme (sofern diese berechtigt ist) denn den anderen Aktionären, Stakeholdern und Interessensgruppen vermittelt werden? Dies hat ein „Geschmäcke“ und der VW-Konzern weiß dies. Nicht umsonst bemühte sich VW umgehend nach Bekanntwerden der Gerüchte um Klarstellung und betont die fristgerechten Vertragskündigungen. Für Fachleute ist der relativ kurzfristige Wechsel des Generalimporteurs von Volkswagen zumindest ungewöhnlich. Dass Autohersteller ihren Generalimporteur wechseln, ist relativ selten, meint etwa Willi Diez (Hochschule Nürtingen-Geislingen) und er hat recht. Denn mit einem Wechsel häufen sich oft die Probleme. Volkswagen muss deshalb sehr an dem Wechsel zur Herrscherfamilie Katars interessiert gewesen sein. Tatsächlich werfen die Vorwürfe aus Katar einen unangenehmen Schatten auf das Siegerimage des Konzerns, zumal das Nachsehen nicht nur die anderen Aktionäre, sondern auch die Kunden haben dürften. Angeblich werden VW- und Audi-Besitzer in Katar in allen Servicebereichen derzeit an Mitsubishi-Werkstätte verwiesen, die jedoch kaum die erforderliche Servicequalität sicherstellen können.

Dennoch muss davor gewarnt werden, VW vorschnell und einseitig zu verurteilen. Selbst wenn das Vorgehen Bedenken aufwirft, so bleibt es das gute Recht der Wolfsburger, sich ihre Kooperationspartner selber auszusuchen. Dass sich VW besonders um seinen Anker-Investor kümmert und diesen möglicherweise sogar hofiert ist zunächst einmal nichts Ehrwürdiges. Im Übrigen gilt: Nichts ist bewiesen, bisher sind die Vorwürfe nur Mutmaßungen – Beweise fehlen.

Nutzfahrzeuge

Europäischer Lkw-Markt wieder im Krisen-Modus - Vor dem Hintergrund aktueller Daten

des Branchenverbands Acea sieht die „Börsen-Zeitung“ den europäischen Nutzfahrzeugmarkt wieder in die Krise schlittern – und auch die Nachrichtenagentur „dap-AFX“ sieht den Markt weiter „auf abschüssiger Strecke“ fahren. Im Februar sackten die Neuzulassungen um 13,3 % auf 109.331 Fahrzeuge ab, teilte der Verband mit - der vierzehnte Rückgang in Folge. In Deutschland fielen die Neuzulassungen um 14,4 % - in Italien brachen diese gar um fast ein Drittel ein. Bei den schweren Lkw in der EU sank der Absatz im Februar um 12,4 % auf 13.320 Fahrzeuge ab. Für Deutschland wurde hier ein Minus von 8,9 % verzeichnet. (Börsen-Zeitung online, 2.4.13)

Krise, Krise nichts als Krise – Kurzkomentar von Dr. Olaf Janke – Bitte doch Aufhören mit dem Gejammer und den steten Hiobsbotschaften. Der europäische Nutzfahrzeugmarkt ist angeschlagen – ja! Dies wird auch die nächsten Monate und vermutlich bis weit in das Jahr 2014 so bleiben – ja! Hieraus jedoch, wie es einige Kommentatoren derzeit tun, die Totenglöckchen für die Branche abzuleiten – nein! Tatsache ist: Das LKW-Geschäft ist ein zyklisches Geschäft mit zahlreichen Risikokomponenten. Dennoch kommt nach „Ab“ immer wieder das „Auf“. Spätestens wenn die ersten zarten Belebungssignale von der Konjunkturfront kommen – dies könnte bereits 2014 der Fall sein - gepaart mit einem zwischenzeitlich immens wachsenden Investitionsstau – wird der Markt wieder anziehen. Die deutschen Nutzfahrzeughersteller tun gut daran, die Krise als Chance zu begreifen, sich zu restrukturieren, überschüssiges Fett abzuschneiden und sodann gestärkt in den kommenden Aufschwung zu gehen.

Daimler und MAN mit ernüchterndem Ausblick auf Gesamtjahr – Die beiden deutsche Truck- und Bushersteller Daimler und MAN stellen sich auf ein schwieriges Jahr 2013 ein. Nun steht erneut Kurzarbeit und ein Stellenabbau im Raum. „Wir spüren die Krise deutlich, aber es wird auch wieder besser werden“, wird Anders Nielsen, Vorstandssprecher der Nutzfahrzeugsparte MAN Truck Bus ist, vom „Handelsblatt“ zitiert..

Auch bei Daimler gebe es Sorgenfalten: Der scheidende Nutzfahrzeugchef Andreas Renschler räume ein: „Unterm Strich bleibt 2013 ... anspruchsvoll.“ Das „Handelsblatt“ merkt an: „Die Brummisparte reagiert darauf, wie sie es immer getan hat: mit Kürzungen. MAN ordnete in allen deutschen Werken für das erste Halbjahr zeitweise Kurzarbeit an, Daimler strich vor allem in den USA mehrere Hundert Stellen in der Produktion.“ (Handelsblatt online, 2.4.13)

Ruhig Blut! – Kommentar von Frederik Kullmann, Los Angeles – Die Rezession in vielen Euro-Ländern macht allen Lkw-Bauern derzeit das Leben schwer. In der Krise werden weniger Waren transportiert, die Nachfrage nach neuen Lastwagen sinkt, zudem halten sich wegen der schlechten Lage Spediteure mit neuen Bestellungen sehr zurück. Mit den Nutzfahrzeugsparten von Daimler und MAN sind nun zwei wichtige deutsche Hersteller in den Krisenstrudel hineingeraten. Grund zur Sorge? Nur bedingt! Zum einen ist der Einbruch nicht mit 2009 vergleichbar, wo wegen der Finanzkrise nach einer Boom-Zeit die Märkte fast über Nacht zusammenbrachen. Außerdem ist das Lastwagengeschäft bekanntermaßen eben ein zyklisches Geschäft mit Höhen und Tiefen. Jetzt geht es gerade abwärts. Langfristig können Daimler und Co. auf Wachstum hoffen, denn der Krise zum Trotz wird der Güterverkehr in den kommenden zehn Jahren wohl weiter anschwellen. Zudem dürften steigende Spritkosten und strengere Abgasregelungen die Nachfrage nach neuen, sparsameren Lastwagen weiter erhöhen. Und drittens wollen sowohl Daimler als auch MAN ihre Geschäfte in den Wachstumsmärkten außerhalb Europas ankurbeln. Generalfazit: Die Lage ist ernst, aber mitnichten prekär. Also: „Ruhig Blut!“. Sowohl Daimler und MAN werden die Krise nutzen, um ihre Hausaufgaben zu machen, ihre Unternehmen zu restrukturieren, um sodann bei einem Anziehen der Konjunktur gestärkt zurückzukehren.

Trailer-Hersteller leiden unter neuer Truck-Krise - Der Lkw-Ausrüster Schmitz Cargobull bereitet sich nach Bericht des „Handelsblatts“ auf einen neuen Umsatzeinbruch vor. Hintergrund ist die Absatzkrise auf dem

europäischen Lkw-Markt. Bei dem Hersteller von Sattelaufliegern und Aufbauten seien im vergangenen Jahr die Zulassungen um 15 % gesunken. „Dabei hatte sich der Familienbetrieb ... gerade erst von der letzten Wirtschaftskrise erholt. 2009 brachen die Auslieferungen auf 12.000 Stück ein, im Jahr zuvor waren es noch 67.000 gewesen. Den schwäbischen Rivalen Kögel schickte die Krise sogar zeitweise in die Insolvenz. Schmitz Cargobull hielt durch“, merkt die Zeitung an. Von einer „schwierigen Situation“ in wichtigen Absatzländern berichte auch der Cargobull-Konkurrent Krone. Um die Zyklen des Lkw-Geschäfts in Europa zu dämpfen, setze Cargobull auf die aufstrebenden Märkte in Fernost. „Ab Frühjahr 2014 ... will Schmitz Cargobull seine ersten Trailer in Wuhan vom Band laufen lassen. Und auch in Indien sondiert der Lkw-Ausrüster Produktionsmöglichkeiten“, heißt es im Bericht. (Handelsblatt online, 2.4.13)

Vorsicht ist die Mutter der Porzellanbox ...
Kommentar von Dr. Olaf Janke – Vorsicht ist die Mutter der Porzellanbox – übergroße Vorsicht allerdings der Tod für Erfolg, Wachstum und Unternehmertum. Die deutschen Lkw-Ausrüster machen es richtig, indem sie die Krise an den Hörnern packen (hier ist vor allem Schmitz Cargobull zu nennen) und ihren Globalisierungskurs verschärfen. Raus aus der Enge Europas, raus aus einem infektiösen Markt, hinaus in die Welt. Die Unternehmen profitieren von dieser Krisenstrategie gleich doppelt: Sobald sich die Absatzkrise in Europa wieder gelegt hat und sich der Pulverdampf verzogen hat, werden diese Unternehmen doppelt im Geschäft sein: Ersten im wieder erstarkten Europa und zweitens in den während der Krise notgedrungen entwickelten neuen Übersee-Märkten. So kann man sich die Krise zum Freund machen und diese gestärkt hinter sich lassen.

Zulieferer

„Weniger Plattformen, mehr Zulieferer“ – „Die Welt“ berichtet über neue Plattformstrategien bei Toyota, mit denen die Effizienz in der Produktion weiter erhöht

werden soll: „Was für Volkswagen der modulare Querbaukasten, soll für Toyota eine neue Plattformstrategie namens TNGA werden: eine Basis für effizientere Produktion und bessere Produkte.“ Ausführlich beleuchtet der Beitrag das neue System, das laut Entwicklungsvorstand Masahisa Nagata, der Schlüssel für die nächste Fahrzeuggeneration sei und eine intensive Nutzung von Gleichteilen beinhalte. „Das ist nicht ohne Risiko“, warnt jedoch „Die Welt“. Denn schon die bislang verfolgte Gleichteilstrategie führte zu hohen Rückrufraten, sobald sich ein Fehler in einem Teil fand. Es gelte die Formel: Wenige Plattformen für viele Autos vervielfältigen mögliche Fehler. (Die Welt online, 2.4.13/S--)

Grammer beglückt Aktionäre – Der Autozulieferer Grammer steigerte 2012 seinen Umsatz um knapp 5 % auf 1,14 Mrd. Euro – „ein Bestwert in der Firmengeschichte“, notiert die „Börsen-Zeitung“. Nun plane Grammer seine Dividende um ein Viertel auf 0,50 Euro je Aktie zu erhöhen. „Das ... Unternehmen schüttet damit 5,8 (i. V. 4,6) Mio. Euro aus. Der Anteil der Dividendensumme am Nettokonzernergebnis steigt um gut 3 % Prozentpunkte auf knapp 24 %“, heißt es im Bericht. Die Amberger wiesen bei der Zahlenpräsentation darauf hin, dass infolge von Anlaufkosten für neue Produkte (Lkw-Fahrersitze) und des Einbruchs im brasilianischen Lkw-Markt das Ergebnis vor Zinsen und Steuern (Ebit) um 4,3 % auf 47,3 Mio. Euro absank. Der Bruttogewinn wuchs hingegen um 5 % auf 36 Mio. Euro. (Börsen-Zeitung online, 2.4.13)

Auf der Überholspur – Kommentar von Tobias Dieterich – Als gäbe es keine Krise und wäre Deutschland eine Insel der Glückseligen legte die Grammer AG, ein Hersteller von Sitzen für Pkw, Lkw, Arbeitsmaschinen, Busse und Bahnen, exzellente Geschäftszahlen für das abgelaufene Geschäftsjahr vor. Mit einem neuen Umsatzrekord unterstrichen die Oberpfälzer auch 2012 ihre Wachstumsambitionen. Freude haben auch die Aktionäre. Wie schon im zurückliegenden Jahr sollen die Grammer-Aktionäre auch heuer am guten Abschneiden im Geschäftsjahr 2012 beteiligt werden – und zwar mit satten 0,50 Euro pro Aktie. Entsprechend euphorisch ist die

Berichterstattung: Von „Rekordjahr“, „Umsatzrekord“ und „Rekordjagd“ ist in den Medien die Rede. Hut ab! Das Management hat alles richtig gemacht und das Unternehmen auf Jahre hinaus auf stabile Füße gestellt. Auch dank eines rigorosen Internationalisierungskurses – zuletzt hat Grammer seine Aktivitäten in China ausgeweitet – wird diese Erfolgsgeschichte wohl weitergehen. Unser Fazit lautet: Felix Grammer AG.

Analysten: Europa-Abhängigkeit setzt Leoni zu - Die Aktien des Automobilzulieferers Leoni sind von den Analysten der Nord/LB von „Kaufen“ auf „Verkaufen“ herabgestuft worden. Gerade die relativ starke Europa-Abhängigkeit des Herstellers von Kabeln und Bordnetzsystemen belastet, so dass Leoni eine Verschiebung zugunsten der BRIC- (Brasilien, Russland, Indien, China) und Nafta-Staaten (Nordamerikanische Freihandelszone) anstrebt, fasst die „Börsen-Zeitung“ die Aussagen der Landesbanker zusammen. Zwar habe der Vorstand das Jahr 2013 als „Übergangsjahr zur Vorbereitung des nächsten Wachstumsschubs“ bezeichnet, die überaus positiven Aussagen des Unternehmens über die Zukunft nach 2013 überraschten jedoch, da diese weitaus schwerer einzuschätzen sei als das laufende Jahr. Die Gewinnsschätzungen seien gesenkt worden. (Börsen-Zeitung online, 2.4.13)

Abhängigkeiten – Kommentar von Tobias Dieterich – Der „Fall“ Leoni zeigt die Kehrseite eines hohen Fokussierungsgrades, der in guten Zeiten eigentlich ein Erfolgsgarant für die deutschen Zulieferer ist. Als Anbieter von Kabel, Draht und Bordnetz-Systemen beliefert das Unternehmen u.a. Autobauer und ist entsprechend abhängig von diesem Sektor. Auch die starke Abhängigkeit vom europäischen Markt macht dem Zulieferer deutlich zu schaffen, weshalb die Experten die Entwicklung der Gesellschaft kritisch betrachten. Leoni in der Krise zu sehen ist dennoch weit gefehlt: Das Unternehmen konnte trotz der schlechten Wirtschaftslage der Automobilbranche seinen Gewinn 2012 stabil halten; zudem fielen die Erwartungen des Unternehmens an die Zeit nach dem laufenden

Geschäftsjahr überraschend positiv aus. Gleichwohl sollte das Management den Warnschuss nicht überhören: Die Abhängigkeiten Leonis von fokussierten Produktlinien sowie vom krisengeschüttelten europäischen Markt unterziehen das Unternehmen derzeit einen Stresstest. Hier könnten eine forcierte Globalisierungsstrategie sowie eine Vergrößerung der Produktpalette Abhilfe schaffen und die Widerstandskräfte des Nürnberger Zulieferers weiter erhöhen.

„Einigung über Sozialtarifvertrag bei Delphi in Langenlonsheim“ – Vergangene Woche wurde nach 52-stündigen Tarifverhandlungen bei Delphi in Langenlonsheim ein Verhandlungsergebnis für einen Sozialtarifvertrag erzielt, meldet die IG Metall. Für rund 250 Beschäftigte in der Produktion seien zudem die Arbeitsplätze bis Ende 2014 gesichert, sagte IG-Metall-Verhandlungsführer Uwe Zabel. Die Delphi-Konzernleitung hatte zuvor angekündigt, die Produktion im Langenlonsheimer Werk einzustellen. „Die Einigung zwischen IG Metall und Arbeitgebern wurde nur 4,32 Stunden vor dem Bandabbriss und Stillstand der Produktion im BMW-Werk in Dingolfing erzielt“, schreibt die Gewerkschaft. BMW ist Hauptkunde des Werks in Langenlonsheim. (Automobil-Produktion, 3.4.13/S--; Rhein-Zeitung online, 2.4.13/S--)

Green-Tech

Elektro-Sportwagenhersteller Tesla wird profitabel – Der Verkaufserfolg der Limousine Model S lässt den Elektroauto-Pionier Tesla endlich Geld verdienen. Statt ursprünglich geplanter 4.500 Wagen seien mehr als 4750 der Fahrzeuge ausgeliefert worden, teilte der Daimler-Partner am Montag mit. Tesla rechnet nun im ersten Quartal mit einem Gewinn. „Erst Profitabilität macht ein Unternehmen real“, erklärte Gründer und Chef Elon Musk am Firmensitz im kalifornischen Palo Alto. „Daimler-Partner Tesla wird profitabel“, titelt hierzu das „Manager-Magazin.de“, während „Die Welt“ meint: „Elektro-Autobauer Tesla verdient tatsächlich Geld“. (Manager-Magazin.de, 1.4.13/S--; Die Welt online, 2.4.13/S--)

E-Autos – das unbekannte Wesen – Eine breit angelegte internationale Umfrage des Informationsdienstleisters Eurotax Glass's hat ergeben: Die potentiellen Kunden der E-Mobilität bleiben weiterhin zurückhaltend bis skeptisch – trotz aller politischen Bestrebungen, der Elektromobilität zum Durchbruch zu verhelfen. Die größten Hinderungsgründe seien nach wie vor die insgesamt hohen Kosten für Anschaffung und Betrieb sowie die durch geringe Reichweiten eingeschränkte Alltagstauglichkeit. Außerdem gebe es nur eine geringe emotionale Beziehung der Menschen zu den neuen Produkten. Nur knapp jeder zehnte Deutsche ist laut Studie schon einmal mit einem Elektroauto gefahren. (Automobil-Produktion 2.4.13/S--, u.a.)

Risikomanagement / Reputationsrisiken

Deutsche Hersteller mit Reputationsrisiken in China - Die Berichterstattung, wonach die deutschen Premiumanbieter Audi, BMW und Daimler in China mit steigendem Druck aus der Politik zu kämpfen haben, reißt in der zweiten Woche in Folge nicht ab. Fachleute wittern hinter den jüngst im Staatsfernsehen erhobenen Vorwürfen, die Unternehmen verwendeten gesundheitsschädliche Dämmstoffe in ihren Autos, gezielte Störmanöver aus der Politik. Damit wolle China die deutsche Dominanz am chinesischen Automobilmarkt unterminieren. „Deutsche Autobauer in China am Pranger?“, fragt hierzu das Fachportal „Auto-Presse.de“. „Denen stinkt der deutsche Erfolg.“ Laut „Auto-Presse“ wachse die Unruhe unter den deutschen Unternehmen.

„Wir nehmen das Thema sehr ernst ...“, erklärte hierzu ein Daimler-Sprecher. (Auto-Presse.de, 2.4.13/S--)

Sonstige Themen

Bild-Zeitung: „Mercedes, Audi, Ford - Was die Logos der Autobauer bedeuten“ – „Na, Logo!“, leitet die „Bild-Zeitung“ einen Beitrag über Bedeutung und Wandel der Logos von Fahrzeugherstellern ein. „Der Stern steht für Mercedes, die vier Ringe für Audi, ein springendes Pferd für Ferrari: Allein der Blick auf das Emblem reicht und der Autofan weiß, welcher Hersteller dahinter steckt“, so der Autor. Manchmal verweise das Logo auch auf den Konzerngründer, so etwa bei Rolls-Royce, Ford oder Toyota. Bei Mitsubishi sei das Logo aus dem Wappen des Firmenchefs entstanden. Bedeutungsschwere Namen seien vor allem bei den asiatischen Autobauern beliebt: Der koreanische Autobauer Hyundai etwa verspreche „Fortschritt“. (Bild-Zeitung, 2.4.13/S--)

Redaktion:

Dr. Olaf Janke, Tobias Dieterich, Daniel Geers

Impressum:

Automotive-Manager
c/o Dr. Janke Medienanalyse
Elefantengasse 19, 60313 Frankfurt am Main
E-Mail: info@automotive-manager.de
V.i.S.d.P. und verantwortlich im Sinne des § 10
MDStV: Dr. Olaf Janke