

AUTOMOTIVE
QUARTERLY

Q3/2021



INHALT

1. KAPITALMÄRKTE UND UMSÄTZE	4
2. ABSATZ	6
3. MARGEN UND DURCHSCHNITTSPREISE	8
4. EFFIZIENZ: F&E	10
5. EFFIZIENZ: VORRÄTE	12
6. ABSATZ: ELEKTROAUTOS	14
7. M&A: TRANSAKTIONEN	16
8. SONDERTHEMA: TRENDS ZUR DIVERSIFIZIERUNG IM AUTOMOBILZULIEFERER SEKTOR	18

WOLF-DIETER HOPPE

Partner, München
hoppe.wolf-dieter@adlittle.com

DR. ANDREAS SCHLOSSER

Partner, München
schlosser.andreas@adlittle.com

ALEXANDER KRUG

Partner, München
krug.alexander@adlittle.com

DR. KLAUS SCHMITZ

Partner, München
schmitz.klaus@adlittle.com

Für ihre Unterstützung und wertvollen Beiträge danken wir:

Gesamtreaktion: Wolf-Dieter Hoppe, Simon Schmidtke, Florian Baur

M&A: Transaktionen: Maximilian Schauer, Florian Saeftef, Philipp Seidel, Thomas Knoblinger

Sonderthema: Florian Saeftef, Thomas Knoblinger, Andreas Schlosser, Wolf-Dieter Hoppe

ZUSAMMENFASSUNG

Nach einem erfolgreichen Jahresstart 2021 hat auch der weitere Jahresverlauf Schwankungen auf den Automobilmärkten mit sich gebracht. Insbesondere die verschärfte Chip-Krise verursacht im dritten Quartal Rückgänge bezüglich Umsatz, Absatz und Profitabilität. Nichtsdestotrotz setzen die Aktienmärkte ihren Aufwärtstrend weiter fort. Wir freuen uns, Ihnen mit dem aktuellen Automotive Quarterly einen Einblick in wichtige Kennzahlen geben zu können.

Die regelmäßig berichteten Kenngrößen auf den ersten Seiten basieren auf veröffentlichten Finanzberichten sowie ergänzenden Quellen und Analysen. Außerdem berichten wir aus der Welt der automobilen Unternehmenstransaktionen – hier zeigen wir nicht nur, in welchen Sektoren aktuell wie viel Aktivität herrscht, sondern analysieren auch größere Transaktionen und deren strategische Bedeutung. Gesondert berichten wir auch die Verkaufszahlen von Elektroautos aus Hersteller- sowie Marktperspektive.

Die wesentlichen Ergebnisse für die Q3-Zahlen im Überblick:

- Kapitalmarkt: Globale Autoindizes wachsen weiter stark.
- Umsatz: Chip-Krise verursacht leichten Umsatzrückgang.
- Absatz: Absätze gehen weltweit zurück.
- Margen und Durchschnittspreise: Profitabilität leicht rückläufig.
- Durchschnittsumsätze: Durchschnittsumsätze setzen neue Rekordmarke.
- F&E: F&E Quote steigt wieder an.
- Vorräte: Steigende Läger und sinkende Bestände im Jahresvergleich.
- Absatz: Elektroautos: China überholt Europa deutlich; Tesla zieht davon.
- M&A: Transaktionsvolumen zieht deutlich an.

Auf den letzten Seiten finden Sie ein wechselndes Sonderthema – in der vorliegenden Ausgabe gewährt unser Sonderthema einen Blick auf „Trends zur Diversifizierung im Automobilzulieferersektor.“ Basierend auf einer Expertenbefragung unter Führungskräften in der DACH Region gehen wir darin auf den Status quo, Trends, Auswirkungen sowie relevante Schritte zur Vorbereitung des Schritts der Diversifizierung ein: Ist es für Automobilzulieferer an der Zeit, Ihre Kompetenzen in angrenzende Industrien zu übertragen?

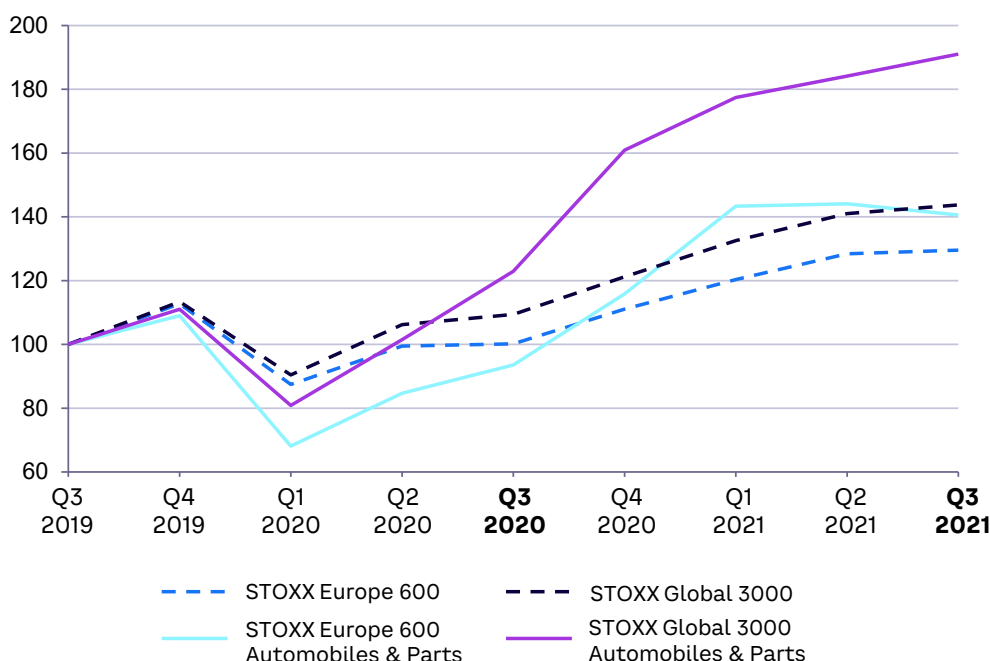
1. KAPITALMÄRKTE UND UMSÄTZE

Globale Autoindizes Wachsen weiter stark

Die Aktienmärkte setzen ihren Aufwärtstrend im dritten Quartal 2021 weiter fort. Verglichen mit dem Vorjahresquartal zeigt sich ein deutliches Wachstum bei allen betrachteten Kursen. Wie bereits in den vorherigen Quartalen ist der Anstieg bei den Autoindizes – sowohl global als auch in Europa – auch in diesem Quartal gegenüber den allgemeinen Werten stärker ausgeprägt. Während der branchenübergreifende Index in Europa ein Wachstum von 29,3% im Vergleich mit Q3 2020

erreichte, legten die Aktien der europäischen Automobilindustrie im **STOXX Europe 600 Auto** im selben Zeitraum deutlich stärker zu (+50,3%). Ein analoges Bild zeigt sich bei den weltweiten Werten. Die allgemeinen globalen Werte entwickelten sich auf Jahressicht mit einem Zuwachs von 31,4%. Die globalen Automobilwerte es **STOXX Global 3000 Auto** legten mit +55,4% ebenfalls deutlich stärker zu. Gegenüber dem Vorquartal zeigt sich ein etwas anderes Bild: Der globale Automobilindex konnte mit einem Plus von 3,7% erneut eine neue Rekordmarke seit Beginn dieser Indexberechnung setzen, während der europäische Automobilindex gegenüber Q2 2021 etwas einbüßen musste (-2,4%).

Abbildung 1. Aktienindex-Entwicklung (100% = Indexstand zum Berichtsstart 31.09.2019)



Quelle: Arthur D. Little, STOXX; jeweils Werte zum Quartalsende

CHIP-KRISE VERURSACHT LEICHTEN UMSATZRÜCKGANG

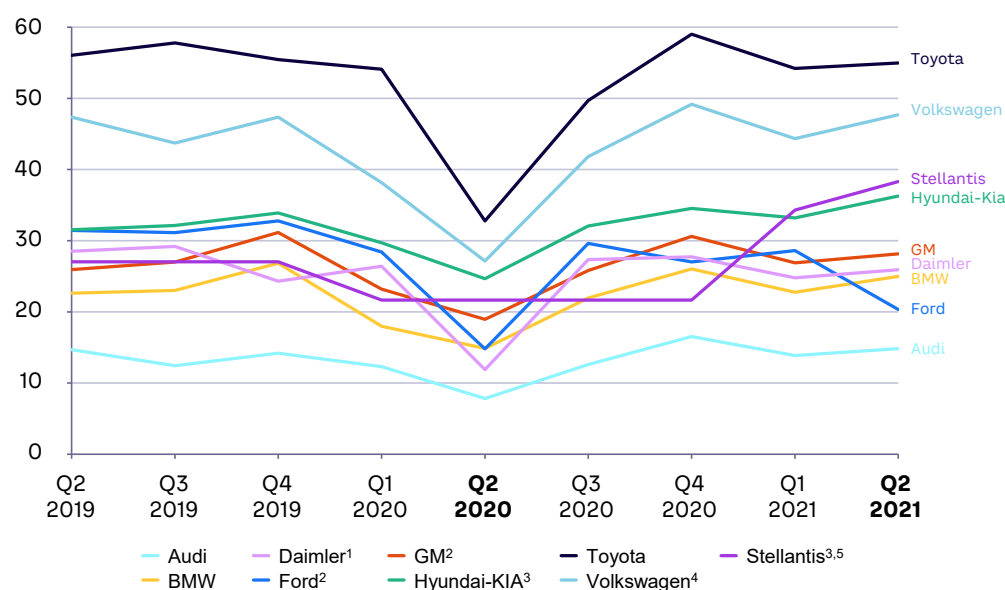
Im dritten Quartal 2021 zeigt sich in Folge der stark verschärften Chip-Krise ein leichter Umsatzrückgang der untersuchten Hersteller gegenüber Q2 2021 (-9,0%). Verglichen mit dem Vorjahresquartal lässt sich jedoch ein leichtes durchschnittliches Wachstum erkennen (+1,0%).

Unter den betrachteten Herstellern konnte einzig **Ford** (+40,9%) die Umsätze gegenüber dem Vorjahres-Quartal deutlich steigern, was jedoch insbesondere auf deren schwaches Vergleichsquartal Q2 2020 zurückzuführen ist. Alle anderen Hersteller verzeichneten rückläufige Umsätze. Während der Umsatzrückgang bei **Toyota** (-2,9%) und **Hyundai** (-6,3%), sowie bei den deutschen Herstellern **Daimler** (-9,1%) und **BMW** (-9,4%) etwas leichter ausfällt, verzeichnen insbesondere **Volkswagen** (-22,0%), **Stellantis** (-15,0%) und **General Motors** (-22,0%) stärkere Rückgänge gegenüber Q2 2021. Am stärksten gingen die Zahlen bei **Audi** (-26,1%) zurück. BMW und Audi führen diesen Rückgang unter anderem

auf die zunehmend komplexe Situation bei der Versorgung mit Halbleiter-Komponenten und daraus resultierenden Produktionsanpassungen zurück.

IM DRITTEN QUARTAL
2021 ZEIGT SICH
IN FOLGE DER
VERSCHÄRFTEN CHIP-
KRISE EIN LEICHTER
UMSATZRÜCKGANG
DER UNTERSUCHTEN
HERSTELLER GEGENÜBER
Q2 2021 (-9,0%)

Abbildung 2. Quartalsumsatz Pkw-Sparten (in Mrd. EUR)



Quelle: Arthur D. Little, Unternehmensdaten; Wechselkurse zum jeweiligen Quartalsende; Equity konsolidierte Joint-Ventures in China sind in den Pkw-Umsätzen nicht enthalten; 1) Mercedes-Benz Cars & Vans; 2) inkl. Nutzfahrzeuge; 3) Konzernumsatz; 4) inkl. aller Konzernmarken (Pkw) und VW Nutzfahrzeuge; 5) Jährliche Berichterstattung

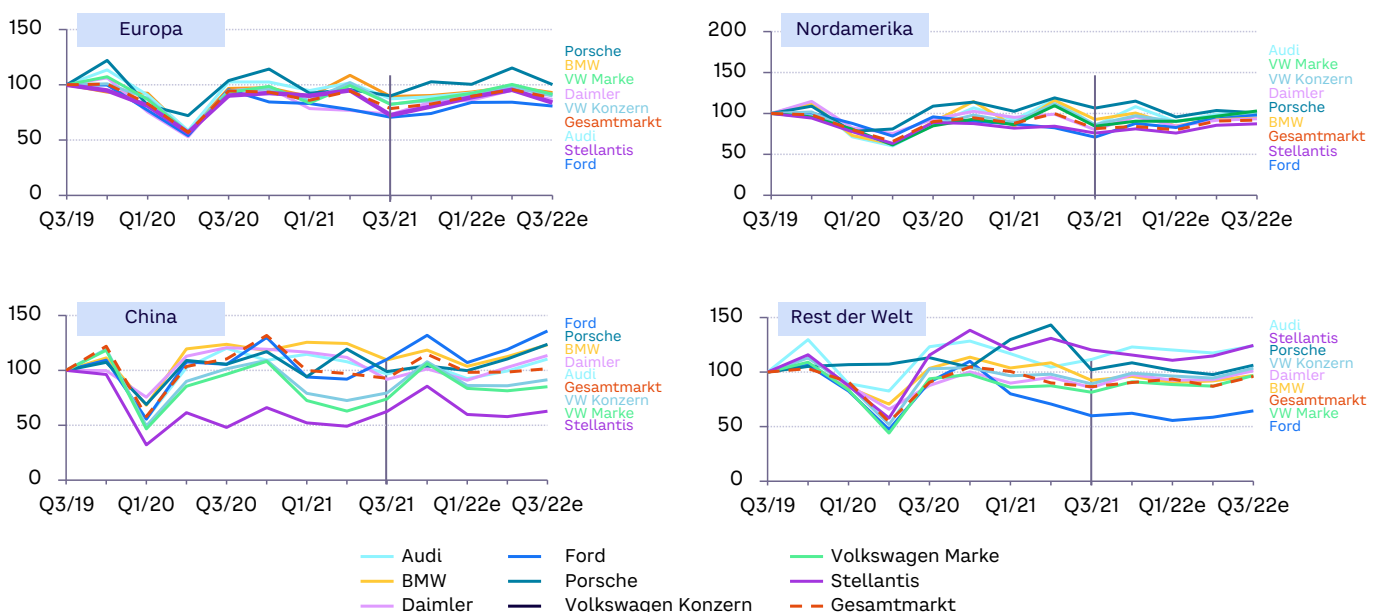
2. ABSATZ

ABSÄTZE GEHEN WELTWEIT ZURÜCK

Die weltweiten Absätze der von uns betrachteten Hersteller sinken im dritten Quartal 2021 sowohl gegenüber dem Vorjahresquartal (-11,1% zum Q3 2020) als auch gegenüber den Werten aus dem Vorquartal (-9,2% zum Q2 2021). Der Rückgang im Vorjahresvergleich lässt sich dabei auf zwei wesentliche Gründe zurückzuführen: Einerseits betrachten wir ein starkes Vergleichsquartal im Vorjahr, in welchem nach einem Pandemiebedingt schwachen ersten Halbjahr 2020 starke Absatzanstiege verzeichnet wurden. Zum anderen wirkt sich die Chip-Krise in diesem Quartal negativ auf die weltweiten Absätze aus.

In **Europa** liegen die Absätze deutlich unter dem Niveau des absatzstarken Vorjahresquartals (-16,9%). Auch gegenüber dem Q2 2021 gaben die Absätze deutlich nach (-16,8% zum Q2 2021). Auf Jahressicht mussten alle von uns betrachteten Hersteller an Absatz einbüßen. Insbesondere **Ford** (-25,9%), **Daimler** (-22,7%) und **Stellantis** weisen stark rückläufige Absätze auf. Etwas weniger verloren **BMW** (-14,9%), **Porsche** (-13,2%) sowie **Volkswagen (Konzern)** -12,9%; **Marke** -11,6%). Die vergleichsweise niedrigsten Verluste musste dagegen **Audi** (-7,6%) hinnehmen. Für die kommenden Quartale zeichnet die Prognose nach dem Rückgang wieder einen leichten Anstieg der Absätze.

Abbildung 3. Absatz Pkw deutscher OEMs, Ford und Stellantis nach Regionen, indiziert (100% = Stückzahl aus Q3/2019); ab Q4/2021 durchgehend Prognosen



Quelle: Arthur D. Little, IHS

Auch in **Nordamerika** liegen die Absätze unter dem Niveau des Vorjahresquartals (-9,2%). Gegenüber dem starken Q2 2021 lässt sich ein noch stärkerer Rückgang der Absätze beobachten (-18,2%). Auch hier mussten insbesondere **Ford** (-25,8%), **Stellantis** (-14,5%) und **Daimler** (-13,9%) deutliche Einbußen gegenüber dem Vorjahr hinnehmen. Geringe Verluste verbuchten dagegen **Porsche** (-2,1%), die **Volkswagen Marke** (-0,5%) und **Audi** (-0,4%). Während die Absätze beim **Volkswagen Konzern** (+0,1%) auf fast unverändertem Niveau verblieben, konnte **BMW** (+3,2%) als einziger Hersteller ein Wachstum verzeichnen. Die Prognose zeichnet auch für die kommenden Quartale verhaltene Absätze, die erst im zweiten Quartal 2022 wieder ansteigen.

Nach dem Absatzrückgang in Q2 2021 gehen die Absätze auch für den **chinesischen Markt** in Q3 weiter zurück. Gegenüber Q2 2021 (-4,5%) muss China Verluste hinnehmen, die im Jahresvergleich (-16%) sogar noch deutlicher ausgeprägt sind. Dem chinesischen Markt liegt jedoch ein starkes Vorjahresquartal zu Grunde, da die Pandemie-bedingten Rückgänge hier bereits überwunden waren. Im Vorjahresvergleich verlieren insbesondere die deutschen Hersteller **Daimler** (-23,9%), **Volkswagen (Konzern)**: -21,7%; **Marke**: -23,4%) sowie **Audi** (-19,5%) und **BMW** (-11,5%) deutlich an Absatz. Weniger stark ist der Rückgang bei **Porsche** (-6,3%). Indes konnte **Ford** (+4,4%) den Absatz etwas steigern. **Stellantis** (+30,1%) verzeichnet sogar eine deutliche Absatzsteigerung im chinesischen Markt. Für die kommenden Quartale bleiben die Prognosen unterschiedlich.

Im **Rest der Welt** sinken die Absätze im Gesamtmarkt sowohl im Vorjahresvergleich (-4,5%) als auch im Vergleich mit Q2 2021 etwas weniger deutlich als in den anderen Märkten.

Auf Jahressicht musste insbesondere **Ford** (-34,1%) starke Absatzrückgänge hinnehmen. Darauf folgen **Volkswagen (Konzern)**: -13,4%; **Marke**: -13,1%), **BMW** (-10,6%), **Porsche** (-9,9%), **Audi** (-9,5%), sowie – mit deutlich geringfügigerem Verlust – **Daimler** (-2,2%). Einzig **Stellantis** (+4,1%) verzeichnet einen Zuwachs. Für die kommenden Quartale lässt sich eine leichte Absatzsteigerung prognostizieren.

**DIE WELTWEITEN
ABSÄTZE DER
BETRACHTETEN
HERSTELLER SINKEN
IM DRITTEN QUARTAL
2021 GEGENÜBER DEN
WERTEN AUS DEM
VORQUARTAL
(-9,2% ZUM Q2 2021)**

3. MARGEN UND DURCHSCHNITTSPREISE

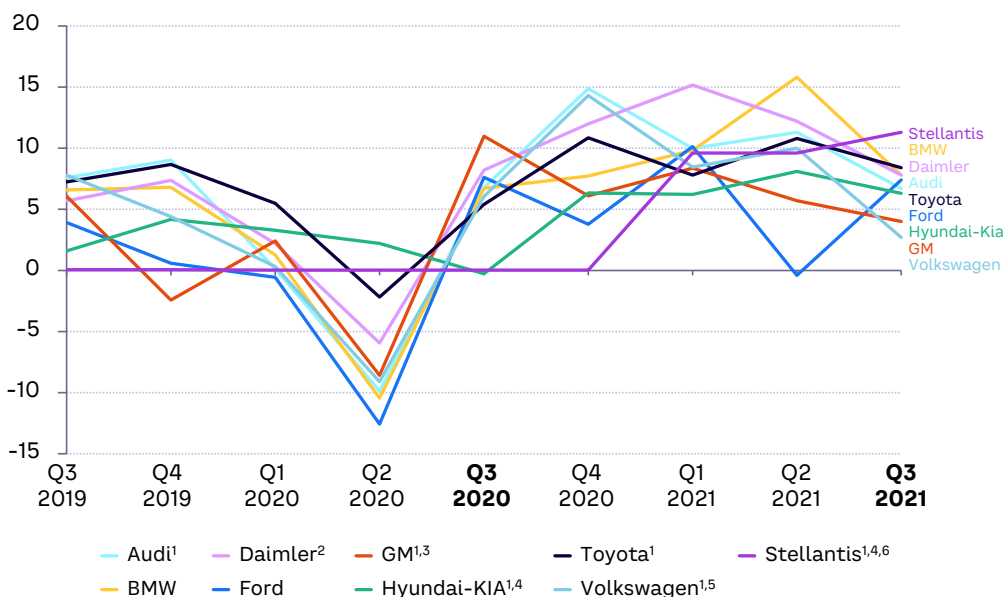
PROFITABILITÄT LEICHT RÜCKLÄUFIG

Im dritten Quartal liegen die EBIT-Margen der betrachteten Hersteller mit einem Plus von 1,4 Prozentpunkten (PP) etwas über dem Vorjahresquartal. Im Vergleich zum starken Vorquartal zeigt sich bei den EBIT-Margen jedoch eine stark rückläufige Entwicklung (-2,3 PP). Dies ist auf einen starken Rückgang des EBIT bei gleichzeitig weniger starkem Umsatzrückgang zurückzuführen. Grundsätzlich ist die Profitabilität auf einem etwas niedrigerem Niveau im Vergleich zu den vorherigen Quartalen. Ein wesentlicher Faktor ist die weltweit angespannte Situation in der Zuliefererkette — insbesondere bei Halbleitern, welche zunehmend negative Volumeneffekte nach sich ziehen.

An der Spitze der Profitabilitäts-Wertung steht in diesem Quartal **Stellantis** mit einer Marge von 11,3%. Hier liegen zwar aufgrund der eingeschränkten Berichterstattung keine quartalsgenauen EBIT Zahlen vor, sondern ein Durchschnittswert, weshalb diese Marge mit Vorsicht zu betrachten ist. Insbesondere der nordamerikanische Markt scheint die Profitabilität der Gruppe zu treiben.

Darauf folgen **Toyota** (8,4%; +3,0 PP zum Q3 2020) sowie die beiden deutschen Hersteller **BMW** (7,8%; +1,0 PP) und **Daimler** (7,8%; -0,4 PP). Daimler begründet das Ergebnis mit einem deutlichen Absatzzrückgang bedingt durch die Halbleiterengpässe, die zu Diskontinuitäten im Produktionsnetzwerk führten sowie gestiegenen Rohstoffpreisen. Mit 7,4% Marge folgt **Ford** (-0,2% PP), die insbesondere im

Abbildung 4. Quartalsweise EBIT-Marge der Pkw-Sparte (in % vom Umsatz)



Quelle: Arthur D. Little, Unternehmensdaten; Ergebnisse At-Equity konsolidierter Joint-Ventures in China sind nicht enthalten; 1) operatives Ergebnis statt EBIT; 2) Mercedes-Benz Cars & Vans; 3) inkl. Nutzfahrzeuge; 4) Umsatz und Ergebnis im Konzern; 5) inkl. aller Konzernmarken (Pkw); 6) jährliche Berichterstattung

Vergleich zu Q2 2021 (negative Marge), stark zulegen konnten. Dies ist insbesondere auf einen stark gestiegenen EBIT zurückzuführen. Etwas darunter bewegt sich **Hyundai** (6,3%; +6,6 PP) mit der größten Steigerung auf Jahressicht. Etwa auf Vorjahresniveau folgt **Audi** mit einer Marge von 6,7% (-0,1 PP). **GM** dagegen musste mit einer Marge von 4,0% (-7,0 PP) unter allen betrachteten Herstellern den größten Verlust zum Vorjahresquartal hinnehmen. Auch bei **Volkswagen** liegt die Marge mit 2,7% (-3,3 PP) auf sehr niedrigem Niveau, was das Unternehmen wiederum mit der Halbleiterproblematik sowie belastend wirkenden Wechselkursentwicklungen begründet.

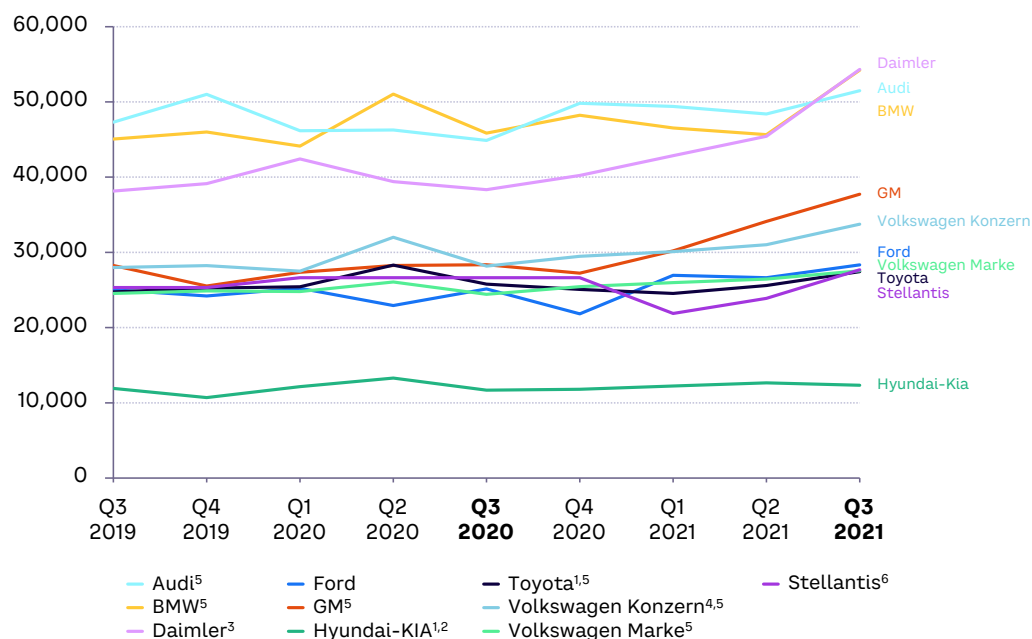
DURCHSCHNITTSUMSÄTZE SETZEN NEUE REKORDMARKE

Wie in den vorherigen Quartalen setzt sich der Trend der hohen Durchschnittsumsätze je verkauftem Fahrzeug auch im dritten Quartal 2021 fort. Mit 35.478 Euro übertrifft der durchschnittliche Umsatz erneut sowohl das Vorjahresquartal (+17,1%), als auch das Vorquartal (+10,9%) deutlich. Der starke Anstieg auf Jahressicht lässt sich auf gestiegene Umsätze (+6,0%) bei gleichzeitig rückläufigen

Auslieferungen (-3,6%) zurückführen. Die gestiegenen Umsätze lassen sich insbesondere mit einer weiter zunehmenden Priorisierung von hochpreisigen Fahrzeugen im Kontext der knappen Chip-Verfügbarkeit begründen. Verglichen mit Q2 2021 sind beide Kennzahlen gesunken — Umsätze (-4,9%) allerdings weniger stark als Auslieferungen (-15,7%). Es ist davon auszugehen, dass die Priorisierung hochpreisiger Fahrzeuge auf längere Sicht Bestand hat.

Mit einem neuen Rekordwert von 54.312 Euro pro verkauftem Fahrzeug führt **Daimler** (+41,7% auf Jahressicht) diese Wertung in Q3 an. Denkbar knapp dahinter folgt **Audi** (+18,3%) mit einem Durchschnittsumsatz von 54.222 Euro. Auch **BMW** (+14,7%) konnte die Preise je verkauftem Fahrzeug mit 51.492 Euro auf ein neues internes Rekordhoch bringen, was sich auf leicht gestiegene Umsätze bei gleichzeitig stärkerem Rückgang der Auslieferungen zurückführen lässt. Hinter den deutschen Herstellern folgt mit 37.732 Euro **GM** (+33,1%). Der **Volkswagen Konzern** (+19,7%), **Ford** (+12,7%) sowie die **Volkswagen Marke** (+12,9%) konnten die Durchschnittsumsätze auf Jahressicht ebenfalls steigern. Bei Volkswagen lässt sich dies mit gesunkenen Umsätze bei gleichzeitig stärker gesunkenen Absätzen begründen. Der asiatische Hersteller **Toyota** (+6,4%) verzeichnet gestiegene Umsätze bei gleichzeitig etwa konstanten Auslieferungen.

Abbildung 5. Durchschnittsumsatz (in EUR) je verkaufter Einheit, d.h. Umsatz (nur Pkw) im Verhältnis zu Fahrzeug-Auslieferungen



Quelle: Arthur D. Little, Unternehmensdaten; IHS Automotive; Wechselkurse vom Ende des Berichtsquartals; 1) enthält Omnibus-Segment; 2) enthält Lkw-Segment; 3) Mercedes-Benz Cars & Vans; 4) inkl. aller Konzernmarken (Pkw); 5) ohne China-Geschäft; 6) Jährliche Berichterstattung

4. EFFIZIENZ: F&E

F&E QUOTE STEIGT WIEDER AN

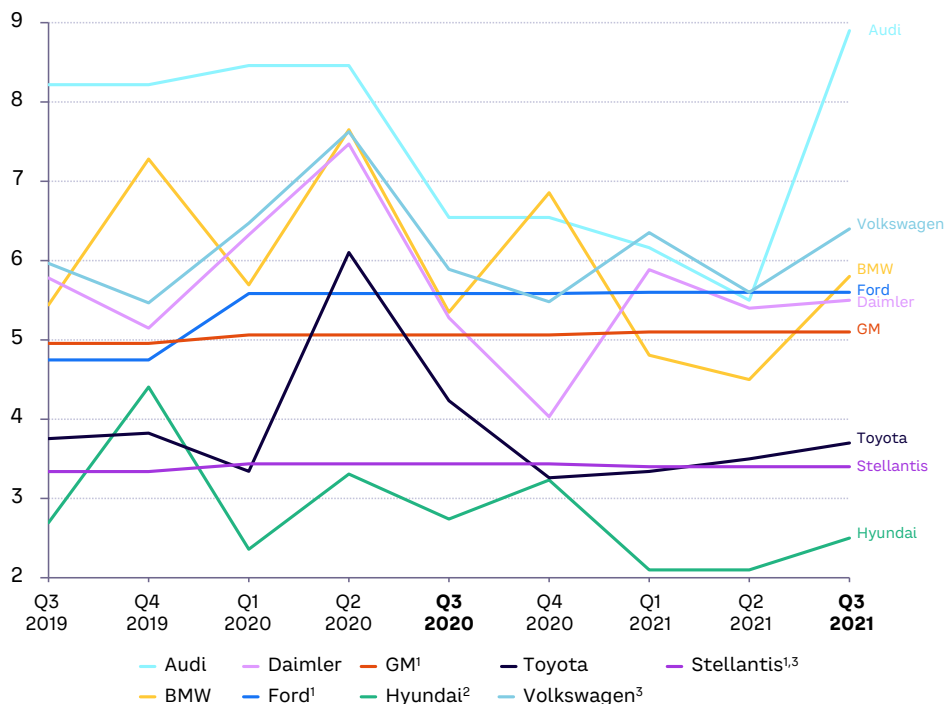
Die Kennzahl „F&E-Quote“ gibt das Verhältnis der von den Herstellern berichteten Forschungs — und Entwicklungs — ausgaben zum Umsatz an.

Im dritten Quartal liegt die durchschnittliche F&E-Quote mit 5,2% über dem Vorjahresniveau (+4,3%). Dies ist auf leicht gesunkene Umsätze (-2,4% zum Q3 2020) bei gleichzeitig leicht gestiegenen F&E Ausgaben (+1,8% zum Q3 2020) zurückzuführen. Auch gegenüber Q2 2021 lässt sich mit einem Rückgang des Konzernumsatzes (-6,8%) und leicht gestiegenen F&E Ausgaben (+2,4%) selbiger Trend erkennen. Insbesondere

BMW erhöht die F&E Ausgaben deutlich während Hyundai in entgegengesetzter Richtung die F&E Ausgaben deutlich senkt. Die anderen betrachteten Herstellern verzeichnen ebenfalls Veränderungen der F&E Ausgaben.

IM DRITTEL QUARTAL 2021 LIEGT DIE DURCHSCHNITTLICHE F&E-QUOTE MIT 5,2% ÜBER DEM VORJAHRESNIVEAU (+4,3%)

Abbildung 6. F&E-Quote, d.h. Ausgaben der Konzerne für Forschung & Entwicklung im Verhältnis zum Umsatz (in %)



Quelle: Arthur D. Little, Unternehmensdaten; 1) jährliche Berichterstattung; 2) Hyundai ohne KIA; 3) inkl. aller Konzernmarken

BMW erhöht die F&E Ausgaben gegenüber dem Vorjahresquartal am stärksten (+13,8%). Da auch der Konzernumsatz ansteigt, führt dies zu einer leicht gestiegenen F&E Quote in Q3 2020 (+0,5 PP). Der Hersteller führt als Grund für diesen Anstieg im dritten Quartal die F&E-Kosten im Zusammenhang mit dem Produktionsstart des BMW iX2 an. Auch der **Volkswagen Konzern** (+4,9%) erhöht die F&E Ausgaben zum Vorjahresquartal. Bei den Wolfsburgern ging der Konzernumsatz im selben Zeitraum jedoch ähnlich stark zurück (-4,1%), was zu einer F&E Quote von 6,4% führt (+0,5 PP). Auch **Daimler** (+4,0%) erhöht die F&E Ausgaben, was kombiniert mit einem leichten Rückgang des Konzernumsatzes (-0,5%) zu einer leicht gestiegenen F&E Quote führt (+0,2 PP). Weiterhin fließt bei den Stuttgartern laut Unternehmensangaben der Großteil der F&E Ausgaben in die nächste Generation von

Elektrofahrzeugen, die Batterieherstellung, sowie Themen wie Digitalisierung und autonomes Fahren. Unter allen betrachteten Herstellern steigt bei **Audi** auf Jahressicht die F&E Quote am stärksten auf ein Rekordhoch von 8,9% (+2,4 PP) an, was auch in absoluten Zahlen die höchste Quote darstellt. Dies lässt sich auf gestiegene F&E Ausgaben (+3,5%) bei gleichzeitig deutlich gesunkenem Konzernumsatz (-12,7%) zurückführen. Audi begründet dies darüber hinaus mit zusätzlichen Kosten für Zukunftsthemen wie Elektrifizierung und Digitalisierung. Im Gegensatz zu den betrachteten deutschen Herstellern sinken bei **Toyota** (-7,7%) die F&E Ausgaben deutlich. Bei einem gleichzeitig gestiegenen Konzernumsatz (+6,9%) führt dies zu einer F&E Quote von 3,7%, welche leicht unter dem Vorjahresniveau liegt (-0,6 PP).



5. EFFIZIENZ: VORRÄTE

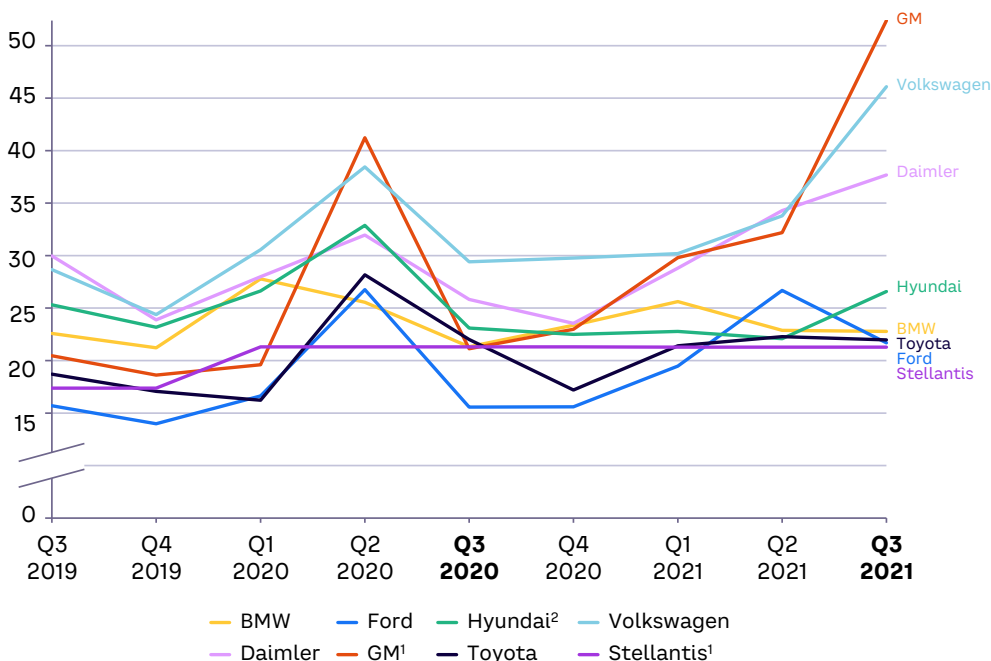
STEIGENDE LÄGER UND SINKENDE BESTÄNDE IM JAHRESVERGLEICH

In dieser Betrachtung sind in Q3 2021 gemischte Tendenzen zu beobachten. Während sich die Läger unfertiger Produkte auf Jahressicht deutlich füllen (+39,7%), schrumpfen die Bestände fertiger Fahrzeuge (-17,4%). Der Abbau der Bestände an fertigen Fahrzeugen setzt damit den Trend der letzten Quartale fort. Die Vorräte füllen sich hingegen deutlich, was wiederum im Zusammenhang mit der Chip-Krise steht: Aufgrund des Chip-Mangels können die unfertigen Produkte nicht fertig produziert werden, weshalb sich die Bestände erhöhen.

In der Einzelbetrachtung zeigt sich, dass nahezu bei allen betrachteten Herstellern die Lagervorräte zum Vorjahresquartal ansteigen. Insbesondere bei **GM** (+149,4%) haben sich die Läger auf Jahressicht mehr als verdoppelt. Als Hauptgrund für den Anstieg nennen die Amerikaner bestimmte Fahrzeuge, die aufgrund der Halbleiterknappheit ohne finale Komponenten nicht fertiggestellt werden können.

Auch beim **Volkswagen Konzern** (+57,0%), **Daimler** (+46,4%) und **Ford** (+39,5%) erhöhen sich die Vorräte auf Jahressicht deutlich. Wie bei GM führen auch die Wolfsburger diesen Umstand auf den Versorgungsengpass der Halbleiterkomponenten zurück:

Abbildung 7a. Lagervorräte, d.h. Material und unfertige Produkte der Konzerne (in Produktionstagen)



Quelle: Arthur D. Little, eigene Berechnungen, Unternehmensdaten; 1) jährliche Berichterstattung; 2) Hyundai ohne KIA

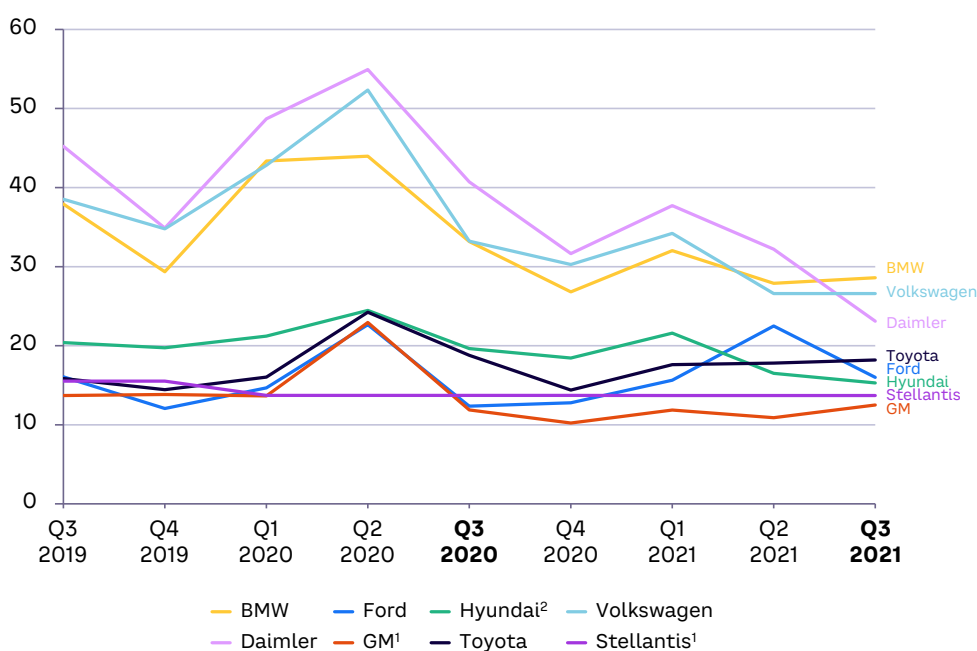
Die gesamte Struktur der Vorräte ändert sich mit stark steigenden Beständen an unfertigen Erzeugnissen und Rohstoffen. Etwas weniger stark steigen die Vorräte bei **Hyundai** (+15,0%) und **BMW** (+7,0%), während **Toyota** (-0,2%) die Läger auf nahezu konstantem Niveau hält.

Demgegenüber sinken die Bestände an fertigen Fahrzeugen sowohl gegenüber des Vorjahresquartals Q3 2020 (-17,4%), als auch gegenüber dem Vorquartal Q2 2021 (-9,1%) und liegen nun bei durchschnittlich 20 Produktionstagen — dem zweitniedrigsten Wert seit Beginn dieser Analyse. An der Spitze der Betrachtung steht in diesem Quartal trotz eines Rückgangs auf Jahressicht **BMW** (-13,7%) mit 28,6 Produktionstagen. Verglichen zum Q2 2021 (+2,6%) stiegen die Bestände damit sogar leicht an. Den auf Jahressicht stärksten Abbau der Bestände verzeichnet **Daimler** (-43,3%). Auch **Hyundai** (-22,1%) und der **Volkswagen Konzern** (-20,0%) bauen die Bestände auf Jahressicht stärker als der Durchschnitt ab. Bei **Toyota** (-3,1%) ist der Abbau weniger stark. **GM** (+5,5%) hingegen erhöht die Bestände auf Jahressicht genau wie Ford (+29,0%). **Ford** erhöht gegenüber dem Vorjahr die Bestände deutlich, während im Vergleich zum Q2 2021 ein gegensätzlicher Trend zu erkennen ist (-29,0%).

Der grundsätzliche Rückgang der Bestände zeigt den entgegengesetzten Trend zum Anstieg der Läger. Beide Entwicklungen sind auf die Verschärfung der Chip-Krise zurückzuführen. Die Agilisierung der Materialwirtschaft bleibt eine der großen Herausforderungen für die nächsten Monate.

WÄHREND SICH DIE LÄGER UNFERTIGER PRODUKTE AUF JAHRESSICHT FÜLLEN (+39,7%), SCHRUMPFEN DIE BESTÄNDE FERTIGER FAHRZEUGE (-17,4%)

Abbildung 7b. Bestand produzierter Fahrzeuge



Quelle: Arthur D. Little, eigene Berechnungen, Unternehmensdaten; 1) jährliche Berichterstattung; 2) Hyundai ohne KIA

6. ABSATZ: ELEKTROAUTOS

CHINA ÜBERHOLT EUROPA DEUTLICH

Die globalen EV-Verkäufe sind im Laufe des letzten Jahres mit einem deutlichen Plus von 83% gegenüber Q3 2020 weiterhin auf Wachstumskurs. Auch gegenüber dem Q2 2021 konnten die Verkäufe nochmal zulegen (+8%).

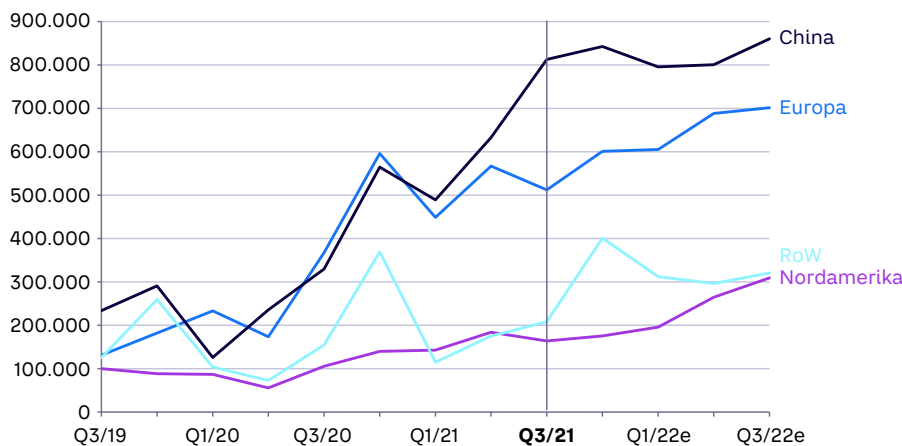
Insbesondere **China** konnte auf Jahressicht die EV-Verkäufe deutlich steigern (+147%) und die Absatzzahlen mehr als verdoppeln. Ebenso konnten die Verkäufe verglichen zum Vorquartal Q2 2021 gesteigert werden (+28%), was zu einem neuen Rekord an EV-Verkäufen führt. Aufgrund dieses starken Wachstums konnte sich China im dritten Quartal die Spitzenposition an EV-Verkäufen von **Europa** zurückerobern und deutlich ausbauen. Die Prognosen zeichnen etwa gleichbleibende EV-Verkäufe für den chinesischen Markt mit teilweise leicht fallenden, aber auch leicht steigenden Absätzen. In Europa wird auf Jahressicht

ebenfalls ein Wachstum (+39%) prognostiziert, allerdings weit weniger stark als in China. Erneut ist Deutschland der europäische Markt mit den stärksten EV-Absätzen. Verglichen zum Vorquartal muss Europa einen Rückgang der EV-Verkäufe hinnehmen (-10%). Für die Zukunft zeichnet die Prognose eine Steigerung der Verkäufe, insbesondere ab dem zweiten Quartal 2022.

In **Nordamerika** konnten die EV-Absätze gegenüber dem Vorjahr ebenfalls gesteigert werden (+55%). Verglichen mit Q2 2021 sanken die EV-Verkäufe (-11%) jedoch auf ähnlichem Niveau wie in Europa. Die Prognose zeichnet in Nordamerika zunächst ein verhaltenes Wachstum, welches dann im zweiten Quartal 2022 stärker ausgeprägt ist.

Im **Rest der Welt** zeigt sich auf Jahressicht das geringste Wachstum der betrachteten Regionen (+35%). Im Gegensatz zu Europa und Nordamerika konnten die EV-Verkäufe jedoch verglichen zum

Abbildung 8a. xEV Sales nach Märkten (in Stück ; ab Q4/2021 durchgehend Prognosen)



Quelle: Arthur D. Little, LMC Automotive; BEV, PHEV, EREV, PFCEV

Q2 2021 gesteigert werden (+19%). Auch für die kommenden Quartale zeichnet die Prognose im Rest der Welt zunächst ein starkes Wachstum, welches in Folge im kommenden Jahr gebremst wird.

TESLA ZIEHT DAVON

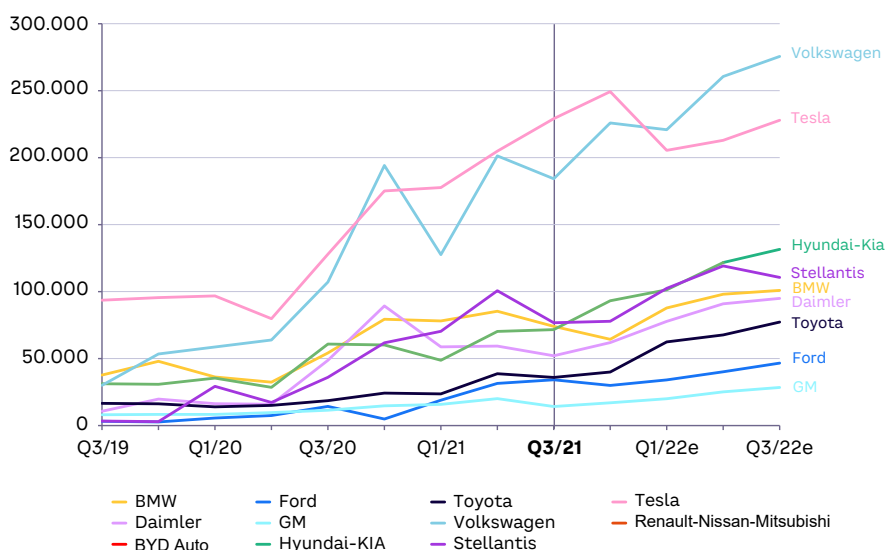
Bei der Herstellerperspektive geht der Blick zunächst auf die beiden dominierenden Hersteller Volkswagen und Tesla, die zuletzt im Gleichschritt an der Spitze standen.

Auch in Q3 können sowohl **Tesla** (+79%) als auch der **Volkswagen Konzern** (+72%) die EV-Verkäufe auf Jahressicht steigern. Der Vergleich zum Vorquartal Q2 2021 offenbart jedoch Unterschiede: Während Tesla (+12%) die EV-Absätze steigern konnte, musste der Volkswagen Konzern einen Rückgang (-9%) in Kauf nehmen. Dies lässt sich auf eine vergleichsweise bessere Chip-Beschaffung zurückführen: Als Gründe nennt Morgan Stanley eine ausgereifere vertikale Integration und hohe Halbleiterkompetenz, mit welcher Chips teilweise selbst hergestellt werden können. Dazu kommt die Verwendung der technologisch besten und modernsten Chips, verglichen mit „anderen“ Chips, welche am stärksten

von der Knappheit betroffen sind, sowie eine stärkere Verhandlungsposition gegenüber den Lieferanten.¹ Aus diesem Grund kann Tesla die Spitzenposition bei den EV-Verkäufen zurückerobern. Auf den weiteren Plätzen folgt mit einigem Abstand **Stellantis** (+113%), welche die EV-Verkäufe im Vorjahresvergleich mehr als verdoppeln konnten. Dahinter rangieren **BMW** (+37%) und **Hyundai** (+18%) mit ähnlichen EV-Absatzzahlen. **Daimler** (+7%) konnte die EV-Zahlen leicht steigern, während **Toyota** (+93%) den Absatz im Jahresvergleich sogar deutlich steigern konnte. Dahinter folgt der amerikanische Hersteller **Ford** (+139%), der zum wiederholten Male sowohl im Jahresvergleich als auch im Quartalsvergleich (+9%) mit den stärksten Wachstumszahlen aufwartet. Weiterhin scheint der Elektrifizierungskurs auch bei Ford Fahrt aufzunehmen. Der Konzern gab zuletzt weitere Investitionen in den Bau eines Elektrifizierungscenter in Köln sowie weiteren Batterie-kapazitäten in den USA bekannt. Am unteren Ende der EV-Verkaufszahlen findet sich erneut **GM** wieder. Die Amerikaner konnten die EV-Verkaufszahlen auf Jahressicht zwar steigern (+24%), mussten aber gegenüber Q2 2021 die stärksten Verluste aller betrachteten Hersteller hinnehmen (-29%). Die Prognosen zeichnen weiterhin eine Dominanz der beiden Spitzenreiter VW und Tesla.

1 Quelle: Focus Online, Handelsblatt

Abbildung 8b. xEV Sales nach Herstellern (in Stück; inkl. aller Konzernmarken; ab Q4/2021 durchgehend Prognosen)



Quelle: Arthur D. Little, LMC Automotive; BEV, PHEV, EREV, PFCEV

7. M&A: TRANSAKTIONEN

TRANSAKTIONSVOLUMEN ZIEHT DEUTLICH AN

In der untenstehenden Darstellung analysieren wir die M&A-Aktivität im europäischen Automobilsektor im zeitlichen Verlauf über die letzten 24 Monate. Die Analyse zeigt für das dritte Quartal 2021 eine **stark erhöhte Deal-Aktivität gegenüber dem Vorjahresquartal im Automobilmarkt** mit insgesamt 57 Transaktionen (26 im Q2 2020). Die Anzahl der Deals hat sich auf Jahressicht also mehr als verdoppelt. Die Deal-Aktivität im Vorjahresquartal war jedoch auch deutlich von der Pandemie gekennzeichnet. Auch gegenüber dem bereits starken Q2 2021 konnten noch einmal mehr Deals verzeichnet werden (51 im Q2 2021).

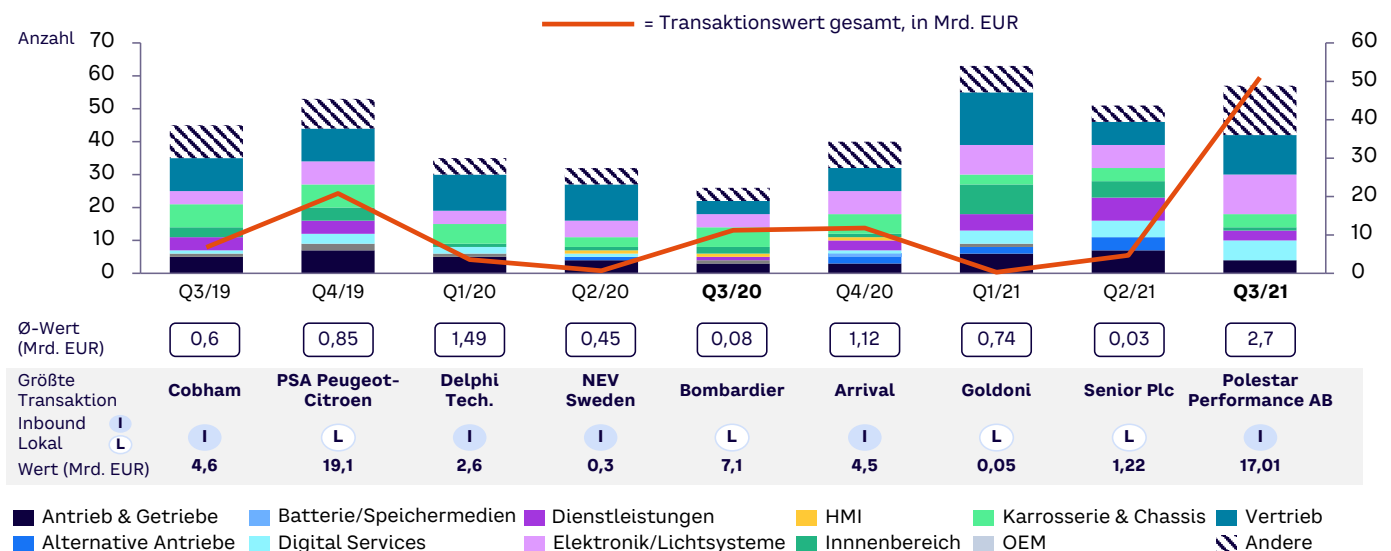
Der Gesamtwert der Transaktionen mit bekanntem Wert konnte mit einem **Transaktionsvolumen von 51 Mrd. EUR** (+355% zum Vorjahresquartal), bei einer

mittleren Dealgröße von 2,7 Mrd. EUR (+139%) auf Jahressicht enorm zulegen. Getrieben werden diese hohen Zahlen insbesondere vom Polestar Performance AB Deal, der mit einem Transaktionsvolumen von 17 Mrd. EUR den größten Wert seit dem Q4 2019 verzeichnet. Damit lässt sich festhalten, dass die zögerliche Haltung der letzten 1,5 Jahre gebrochen zu sein scheint.

In diesem Quartal ereigneten sich die **größte M&A-Aktivität in den Segmenten „OEM“** und **„Vertrieb“** mit jeweils 12 Transaktionen. Dazu wurden insgesamt 15 Transaktionen in anderen, verteilten Segmenten vollzogen.

Der mengenmäßige **Anteil lokaler (europäischer) Investoren** an der Gesamtzahl der Transaktionen lag dabei im aktuellen Quartal bei 68,4%, was sich in den üblichen Durchschnitt einordnet. Es erfolgten 14 der 57 Transaktionen (24,5%) durch Finanzdienstleister. Der Zweijahresschnitt liegt hier bei 28,3%.

Abbildung 9. Anzahl der M&A-Transaktionen im europäischen Automobilmarkt nach Subsektoren, sowie Gesamtsumme der veröffentlichten Transaktionswerte in Mrd. Euro je Quartal



Quelle: Arthur D. Little, Mergermarket

WEITERE E-MOBILITY IPOS: LUCID, POLESTAR, RIVIAN

Weitere neue Hersteller von Elektrofahrzeugen sind nun börsennotiert und folgen damit sowohl den etablierten Fahrzeugherstellern als auch den großen „EV Disruptoren“ wie Tesla und BYD. Bereits im Juli war durch den SPAC-Merger von **Lucid** mit Churchill Capital ein Hersteller platziert worden, der bisher noch keine Serienfahrzeuge verkauft hatte. Dennoch war die Bewertung von Lucid mit anfänglich schon über 30 Mrd. Euro etwa auf selbem Niveau mit etablierten Herstellern. Die inzwischen auf über 60 Mrd. Euro gestiegene Bewertung bringt Lucid sogar in die **Top 10 der globalen Auto-OEMs** nach Marktkapitalisierung – vor BMW, Stellantis und GWM sowie knapp hinter Ford, GM und Daimler. Noch wertvoller als diese wird inzwischen **Rivian** an der Börse bewertet. Der IPO via SPAC-Merger im November führte zu einer Marktkapitalisierung von aktuell über 90 Mrd. Euro (Position 5 hinter Volkswagen).

Es verwundert somit nicht, dass die bisherigen Eigentümer des EV Herstellers **Polestar** (Geely und Volvo Car Corporation), den erfolgreichen Beispielen nacheifern und das Unternehmen an der NASDAQ notieren wollen. Anders als Rivian und Lucid kann Polestar bereits auf fünfstelligen Absatzzahlen verweisen. Angestrebt wird eine Bewertung der Anteile von 20 Mrd. US Dollar (18 Mrd. Euro). Die bisherigen Eigentümer können die Mehrheit behalten und erhalten trotzdem erforderliches Kapital, um das weitere Wachstum zu finanzieren. Diese Notierung hat auch für **Volvo Cars** einen positiven Effekt: Der „traditionelle“ Hersteller hat im Oktober seinen IPO und steigert durch den hohen Anteil an Polestar seinen Unternehmenswert. Wenig überraschend werden die eingenommenen Milliarden in den Umbau von Volvo zu einem reinen Elektrofahrzeughersteller verwendet werden.



8. SONDERTHEMA: TRENDS ZUR DIVERSIFIZIERUNG IM AUTOMOBILZULIEFERER SEKTOR

Ist es für Automobilzulieferer an der Zeit, ihre Kompetenzen in angrenzende Industrien zu übertragen?

Automobilzulieferer bewegten sich lange in einem stabilen Geschäftsumfeld. In den letzten Jahren haben jedoch wesentliche Technologietrends wie neue Antriebstechnologien — Elektroautos — und vernetzte Technologien die traditionellen Lieferkettenbeziehungen verändert. Viele auch kleine und mittlere Automobilzulieferer sehen sich mit schwindenden Einnahmequellen in ihrem Kerngeschäft konfrontiert und müssen Wege finden, diese zu kompensieren. Eine Analyse der Übernahmen durch Automobilzulieferer in den letzten 10 Jahren zeigt eine beträchtliche Dynamik, wobei zahlreiche Zulieferer in neue Geschäfts- und Technologiebereiche vorstoßen.

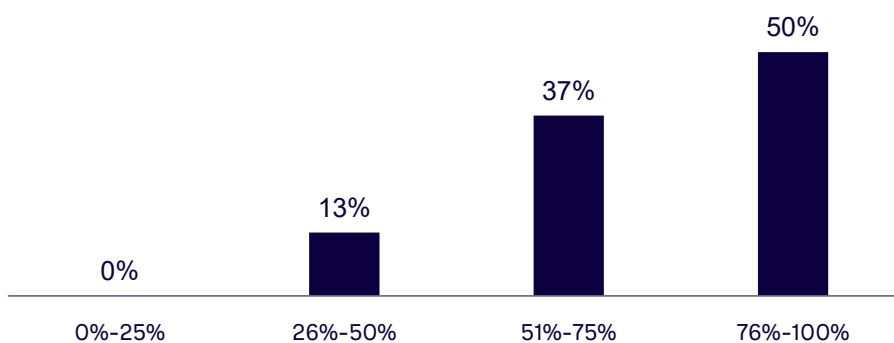
HINTERGRUND UND UMFRAGEMETHODIK

Auf Grundlage einer Reihe von Analysen zu M&A-Aktivitäten und Gesprächen mit Führungskräften der Zulieferer hat sich die Hypothese bestätigt, dass der Diversifizierungstrend bei Automobilzulieferern sich beschleunigt.

“Diversifizierung” wird hierbei als die **Erschließung neuer Wachstumschancen in angrenzenden Geschäftsfeldern außerhalb des originären Automobilsektors** verstanden.

Um die “Marktstimmung” zu erfassen, haben wir eine nicht repräsentative Expertenbefragung mit über 50 Führungskräften in der DACH-Region durchgeführt. Das Panel bestand aus Führungskräften von Automobilzulieferern (>100 Mio. EUR Jahresumsatz im Automobilgeschäft) sowie Finanzinvestoren mit Fokus auf Investitionen im Automobilzulieferer-Sektor.

Abbildung 10. Anteil Jahresumsatz im Automobilgeschäft (in %)



Quelle: Arthur D. Little

STATUS QUO UND TRENDANALYSE

Teilnehmende Führungskräfte wurden nach dem aktuellen Umsatzanteil am Automobil-Kerngeschäft befragt. Die Antworten zeigen, dass die meisten Automobilzulieferer zum jetzigen Zeitpunkt nur mäßig diversifiziert sind (siehe Abbildung unten).

50% der befragten Unternehmen erwirtschaften derzeit den überwiegenden Teil (75%-100%) ihres Gesamtumsatzes mit ihrem Kerngeschäft Automobil.

In der jüngsten Vergangenheit hat sich allerdings eine erhebliche Dynamik in Automobil-fremden Bereichen entwickelt:

49% der befragten Zulieferer haben in den letzten fünf Jahren in nicht-automobile Branchen diversifiziert. Zulieferer, die Teil des Portfolios eines Finanzinvestors sind, zeigen einen noch höheren Anteil.

Mit Blick auf die Zukunft scheint es einen starken Konsens zu geben, dass sich dieser Trend in den nächsten Jahren weiter verstärken wird.

95% der Befragten, die eine Zunahme der Diversifizierungsaktivitäten in der jüngsten Vergangenheit feststellen, erwarten eine weitere Beschleunigung dieses Trends in den kommenden Jahren.

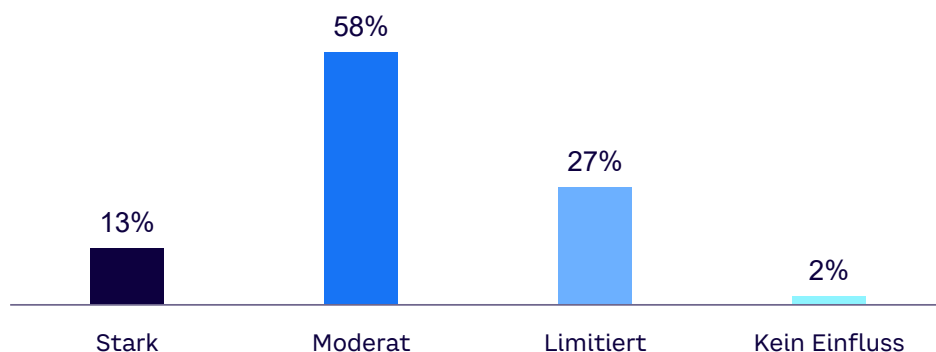
DIVERSIFIZIERUNGSPÄNE FÜR DIE ZUKUNFT

45% der befragten Unternehmen planen eine Diversifizierung in neue, nicht-automobile Bereiche in den nächsten fünf Jahren — nur **16%** haben keine Diversifizierungspläne. **38%** der Befragten gaben an, dass ihr Unternehmen sich noch nicht hinsichtlich einer Diversifizierung entschieden hat.

COVID-19 ALS TREND KATALYSATOR

Im Zuge der weltweiten Pandemie haben viele Zulieferer mit den Nachwirkungen ihrer Strategie zu kämpfen, auf die Automobilindustrie als einziges Zugpferd zu setzen. Es ist daher keine Überraschung, dass die Mehrheit (**72%**) der befragten Führungskräfte glaubt, dass COVID-19 den Trend zur Diversifizierung erheblich beschleunigen wird.

Abbildung 11. Einfluss des Diversifizierungstrends



Quelle: Arthur D. Little

WEITREICHENDE AUSWIRKUNGEN UND SINKENDER ANTEIL DER AUTOMOBILINDUSTRIE

Der Diversifizierungstrend ist nicht auf einige ausgewählte Technologiebereiche der Anbieter beschränkt. Unser Umfragepanel — welches eine ausgewogene Balance aller wichtigen Technologiebereiche abbildet — bestätigt, dass die Diversifizierung fast alle Player betreffen wird.

98% der Befragten gehen davon aus, dass ihr Unternehmen generell vom Diversifizierungstrend betroffen sein wird; **71%** erwarten eine starke oder mäßige Auswirkung.

Misst man den Grad der Diversifizierung als Anteil des Umsatzes im Automobilgeschäft im Vergleich zum Gesamtumsatz des Unternehmens, so deuten die Umfrageergebnisse darauf hin, dass sich die Umsatzstrukturen vieler Automobilzulieferer in Zukunft erheblich verändern werden.

51% der befragten Automobilzulieferer erwarten, dass der Umsatzanteil ihres Automobilgeschäfts in den nächsten fünf Jahren abnehmen wird.

BEVORZUGT WIRD WACHSTUM DURCH ÜBERNAHMEN

76% der befragten Unternehmen planen, ausschließlich oder überwiegend durch anorganische Strategien oder M&A zu diversifizieren.

VORBEREITUNG DES SCHRITTS ZUR DIVERSIFIZIERUNG

Angetrieben durch grundlegende technologische Veränderungen und die Verflechtung von Industrien, hat sich der Automobilzuliefersektor von einem relativ stabilen Umfeld in ein dynamisches Umfeld bewegt, in dem viele Einnahmequellen auf dem Spiel stehen. Um eine Abwärtsspirale zu vermeiden, sollten die Zulieferer die Diversifizierung in andere Märkte verstärkt angehen. Folgende Leitplanken sind dabei wichtig:

1. Kompetenzen und Stärken bewerten

Viele Zulieferer verfügen über ausgezeichnete technologische und operative Fähigkeiten, die sie über Jahrzehnte in der anspruchsvollen Automobilindustrie entwickelt haben. In einem ersten Schritt ist es wichtig, eine realistische (Selbst-)Bewertung der bestehenden Kompetenzen durchzuführen, um etwaige Spitzenkompetenzen zu ermitteln, die auf andere Bereiche übertragen werden können.

2. Identifizierung und Priorisierung von Chancen

Auf dieser Basis müssen vielversprechende Zielsektoren identifiziert und priorisiert werden, in denen die Stärken des Unternehmens optimal zum Tragen kommen können. Diese Auswahl sollte ein strukturierter Prozess sein, der von klaren strategischen Grundsätzen, einer realistischen Machbarkeitsbewertung und klaren Priorisierungskriterien geleitet wird.

3. Den richtigen Punkt auf der S-Kurve finden

Bei der Diversifizierung in angrenzende und neue Geschäftsbereiche ist das Timing entscheidend. Zulieferer müssen ein gutes Verständnis entwickeln, in welche Phase des Lebenszyklus potenzielle Zielbereiche fallen. Der Einstieg in neue Geschäftsfelder, die sich noch in einer frühen Phase der S-Kurve befinden, kann übermäßig risikoreich sein, während der Einstieg in Bereiche in einem späten Stadium der S-Kurve möglicherweise keine ausreichenden Wachstumsmöglichkeiten mehr bieten, die einen strategischen Schritt rechtfertigen (siehe Abbildung unten).

4. Ressourcenbedarf verstehen und Diversifizierungsmodus festlegen

Dann ist eine klare Vorstellung davon zu entwickeln, welche finanziellen und nicht-finanziellen Ressourcen erforderlich sind, um die Diversifizierungs-Strategie erfolgreich

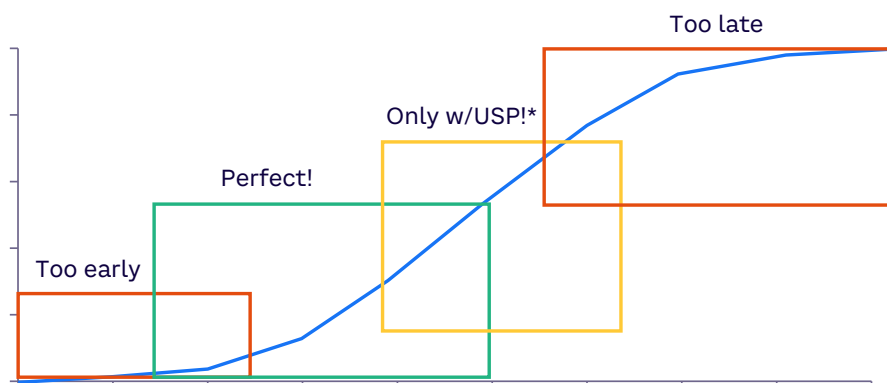
umzusetzen. Dies geht in der Regel mit der Entscheidung für ein organisches oder anorganisches (z. B. M&A) Vorgehen einher. Außerdem müssen die Auswirkungen des Ressourcenbedarfs auf das Kerngeschäft berücksichtigt werden.

5. Externes Fachwissen berücksichtigen

Erfolgreiche Diversifizierung in neue Bereiche erfordert umfassendes Markt- und Technologie-Know-how, tiefe Einblicke in konvergierende Branchen sowie ein gutes Verständnis der Do's und Dont's in den Zielindustrien.

Mehr zur Studie, samt Einzelheiten zu den Diversifizierungstrends in der Automobilzuliefererbranche, lesen Sie im gesamten Artikel [„Diversification trends in the automotive supplier sector.“](#)

Abbildung 12. S-Kurve-Modell



Quelle: Arthur D. Little

*Unique selling proposition

DIE NOTIZEN





Arthur D. Little has been at the forefront of innovation since 1886. We are an acknowledged thought leader in linking strategy, innovation and transformation in technology-intensive and converging industries. We navigate our clients through changing business ecosystems to uncover new growth opportunities. We enable our clients to build innovation capabilities and transform their organizations.

Our consultants have strong practical industry experience combined with excellent knowledge of key trends and dynamics. ADL is present in the most important business centers around the world. We are proud to serve most of the Fortune 1000 companies, in addition to other leading firms and public sector organizations.

For further information, please visit www.adlittle.com.

Copyright © Arthur D. Little – 2022. All rights reserved.