

Wie krisenanfällig ist die Automobilindustrie? Eine Analyse am Beispiel des französischen Automobilmarkts

Jullien, Bernard

Veröffentlichungsversion / Published Version

Arbeitspapier / working paper

Zur Verfügung gestellt in Kooperation mit / provided in cooperation with:

SSG Sozialwissenschaften, USB Köln

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Jullien, B. (2010). *Wie krisenanfällig ist die Automobilindustrie? Eine Analyse am Beispiel des französischen Automobilmarkts*. (DGAP-Analyse Frankreich, 2). Berlin: Forschungsinstitut der Deutschen Gesellschaft für Auswärtige Politik e.V.. <https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0168-ssoar-131400>

Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer Deposit-Lizenz (Keine Weiterverbreitung - keine Bearbeitung) zur Verfügung gestellt. Gewährt wird ein nicht exklusives, nicht übertragbares, persönliches und beschränktes Recht auf Nutzung dieses Dokuments. Dieses Dokument ist ausschließlich für den persönlichen, nicht-kommerziellen Gebrauch bestimmt. Auf sämtlichen Kopien dieses Dokuments müssen alle Urheberrechtshinweise und sonstigen Hinweise auf gesetzlichen Schutz beibehalten werden. Sie dürfen dieses Dokument nicht in irgendeiner Weise abändern, noch dürfen Sie dieses Dokument für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, aufführen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Mit der Verwendung dieses Dokuments erkennen Sie die Nutzungsbedingungen an.

Terms of use:

This document is made available under Deposit Licence (No Redistribution - no modifications). We grant a non-exclusive, non-transferable, individual and limited right to using this document. This document is solely intended for your personal, non-commercial use. All of the copies of this documents must retain all copyright information and other information regarding legal protection. You are not allowed to alter this document in any way, to copy it for public or commercial purposes, to exhibit the document in public, to perform, distribute or otherwise use the document in public.

By using this particular document, you accept the above-stated conditions of use.

DGAPanalyse

Frankreich

Forschungsinstitut der
Deutschen Gesellschaft für Auswärtige Politik

April 2010 N° 2
ISSN 1865-701X

Wie krisenanfällig ist die Automobilindustrie?

Eine Analyse am Beispiel des
französischen Automobilmarkts

von Bernard Jullien



Deutsche Gesellschaft
für Auswärtige Politik e.V.

Die DGAPanalysen Frankreich erscheinen
im Rahmen des Deutsch-französischen Zukunftsdialogs
mit freundlicher Unterstützung der

Robert Bosch **Stiftung**

Herausgeber und Redaktion:
Claire Demesmay und Katrin Sold

Kontakt: Claire Demesmay <demesmay@dgap.org>

Herausgeber:

Forschungsinstitut der Deutschen Gesellschaft für Auswärtige Politik e.V. | Rauchstraße 17/18 | 10787 Berlin
Tel.: +49 (0)30 25 42 31-0 | Fax: +49 (0)30 25 42 31-16 | info@dgap.org | www.dgap.org | www.aussenpolitik.net
© 2010 DGAP

Die DGAP trägt mit wissenschaftlichen Untersuchungen und Veröffentlichungen zur Bewertung internationaler Entwicklungen und zur Diskussion hierüber bei. Die in den Veröffentlichungen geäußerten Meinungen sind die der Autoren.

Zusammenfassung / Summary

Bernard Jullien

Wie krisenanfällig ist die Automobilindustrie?

Eine Analyse am Beispiel des französischen Automobilmarktes

- Die aktuelle Situation der Automobilindustrie lässt sich auf die gesamte französische Volkswirtschaft übertragen. So spielen der Automobilssektor sowie seine wirtschaftliche und soziale Entwicklung seit 2008 eine entscheidende Rolle in der Debatte über die Wirtschaftskrise und ihre Bewältigung.
- Die Krise im Automobilssektor beruht auf einer schwachen Nachfrage nach Neuwagen, einem steigenden Interesse an den Segmenten günstiger Fahrzeuge und einer zunehmenden Lohnkonkurrenz auf internationaler Ebene aus, die durch die europäische Integration noch verstärkt wird.
- Als Reaktion auf die Krise wurden staatliche Beihilfen beschlossen: in Form von Darlehen an die Autohersteller, der Gründung eines Fonds zugunsten der Zulieferer, eines »Strategischen Fonds« für bedrohte Unternehmen, einer Abwrackprämie und der Optimierung der Kurzarbeit.
- Trotz der vielseitigen Intervention bleiben einige Probleme bestehen: viele Zulieferer sind in einer prekären Situation, Standorte leiden unter einer zu niedrigen Wettbewerbsfähigkeit und die politische Koordination auf europäischer Ebene ist derzeit unzureichend.

How Susceptible to Risk is the Automotive Industry?

An Analysis of the French Automobile Market

- The current situation of the automotive industry is representative for the entire French economy. The automotive sector and its economic and social development since 2008 play a crucial role in the debate about the economic crisis and its management.
- The crisis in the automotive sector is based on a weak demand for new cars, a growing interest in cheap vehicle segments, and the increasing wage competition at the international level, which is reinforced by European integration.
- In response to the crisis, the French government has decided to provide state aid: in the form of loans to the auto maker, the establishment of a fund for the benefit of suppliers, a “Strategic Fund” for endangered companies, a car-scrap bonus and the optimization of partial unemployment.
- Despite this intervention on different levels, several issues remain problematic: Many suppliers are in a precarious situation, the industrial locations suffer problems in terms of a low competitiveness. The policy coordination at the European level is currently insufficient.

Inhalt

Der makroökonomische Kontext	5
Der französische Markt vor und während der Krise	6
Produktion, Beschäftigung und Außenhandel	8
Industriepolitik im Automobilsektor	10
Kurzfristige Auswirkungen staatlicher Hilfen	10
Staatliche Politik und die Nachhaltigkeit des Automobilsektors	11
Anmerkungen.....	12

Wie krisenanfällig ist die Automobilindustrie?

Eine Analyse am Beispiel des französischen Automobilmarkts

Bernard Jullien

Die aktuelle Krise der Automobilindustrie nimmt ein bisher unbekanntes Ausmaß an. Unternehmen, die bereits vor der Krise in Schwierigkeiten steckten, kämpfen ums Überleben, und auch bisher erfolgreiche Autobauer sehen sich mit ungeahnten Absatzproblemen konfrontiert. Der gesamte Automobilssektor ist unter enormen Druck geraten. Die Staaten reagieren mit umfangreichen Beihilfen, um die Unternehmen in der aktuellen Krise zu retten, sie aber zugleich langfristig zu stabilisieren und damit in die Lage zu versetzen, auf künftige wirtschaftliche Herausforderungen zu reagieren. Auch eine Analyse des Automobilssektors muss sich daher mit der aktuellen Krisensituation ebenso auseinandersetzen wie mit Fragen der langfristigen Entwicklung. Angesichts der aktuellen Krise, ihrem Verlauf und dem Versuch ihrer Bekämpfung auf mikro-, meso- und makroökonomischer Ebene wird erneut die Frage aufgeworfen, wie nachhaltig die Entwicklung des Automobilssektors in den letzten fünfzehn Jahren gewesen ist.

Die folgende Auseinandersetzung mit dieser Frage soll, in Anlehnung an die klassische Literatur zum Nachhaltigkeitskonzept, drei Analyseebenen mit einbeziehen und somit soziale, wirtschaftliche und Umweltfaktoren gleichermaßen berücksichtigen. Bisher fallen die Schlüsse, die zur Beantwortung der Frage der Nachhaltigkeit aus der Geschichte des Automobilssektors gezogen werden können, eher vage aus – unterscheidet sich die Entwicklung doch je nach Land, Region und Unternehmen deutlich. Die Tatsache, dass viele Automobilhersteller heute global agieren, bedeutet noch lange nicht, dass sie ihre Unternehmensstrategien vereinheitlichen oder in Industrie- und Handelsfragen zu gleichen Antworten finden. Zudem unterscheiden sich die Automobilhersteller dadurch, dass sie verschiedene Produktionsstandorte haben oder selbst bei einer Produktion am selben Standort verschiedene Produktionsverfahren bevorzugen. Angesichts der aktuellen Krise erklären nicht zuletzt diese Unterschiede, warum einzelne Unternehmen ihre Stra-

tegie der letzten Jahre fortführen, während andere sich für einen Strategiewechsel und eine Abkehr von ihrem durch jahrelange Erfahrung geprägten Vorgehen entscheiden.

Die französische Automobilindustrie ist hierfür ein gutes Beispiel. Seit dem Jahr 2008 spielen der Sektor und seine wirtschaftliche und soziale Entwicklung eine Schlüsselrolle in der Debatte über die Wirtschaftskrise und ihre Bewältigung. Der Automobilssektor steht dabei stellvertretend für die gesamte französische Volkswirtschaft mit all ihren Stärken und Schwächen und führt so vor Augen, welche politischen Entscheidungen gefällt werden sollten. Die Krise verstärkt bereits vorhandene Entwicklungstendenzen der Branche und bietet zugleich die Gelegenheit, diese in Frage zu stellen. Nach einer kurzen Einleitung zum makroökonomischen Kontext sollen im Folgenden drei Elemente für eine Analyse des Sektors herangezogen werden: Zunächst stehen Marktfragen, dann Fragen zur Produktion und Beschäftigung mit dem Aspekt Außenhandel sowie abschließend die Staatspolitik im Zentrum der folgenden Analyse.

Der makroökonomische Kontext

Obwohl der französische Kapitalismus seit den achtziger Jahren gestärkt wurde, macht die Krise deutlich, dass eine Deregulierung dennoch nur teilweise erfolgte: Der starke öffentliche Dienst und soziale Schutzmechanismen zur Absicherung gegen Risiken blieben erhalten. Dies führte zu einer hohen Abgabenlast und zu steigenden öffentlichen Ausgaben, garantierte aber auch eine hohe Arbeitsplatzsicherheit.

Die Löhne dagegen stiegen nur langsam, und der französische Arbeitsmarkt bot wie in anderen Ländern in erster Linie hochqualifizierten Arbeitskräften soziale Privilegien. Zudem zogen in den Jahren 1990 bis 2000 die Immobilienpreise in Frankreich

deutlich an, was sich vor allem auf die finanzielle Situation junger und einkommensschwächerer Haushalte auswirkte, die einen großen Teil ihres Einkommens für Wohnkosten aufwenden und ihren Kreditspielraum vermindern. Laut der Studie »Budget de famille«, die in den Jahren 1979 und 2006 durchgeführt wurde, betrug der Unterschied zwischen dem Anteil der Wohnausgaben am Budget bei der untersten und der obersten Bevölkerungsschicht im Jahr 1979 nur 1,5 Prozent, im Jahr 2006 dagegen 13,5 Prozentpunkte.¹ Im Gegensatz zu Ländern, in denen sich der Hypothekenkredit etabliert hat, stehen in Frankreich Transport- und Immobilienkosten weiterhin in Konkurrenz. Regulierungsmaßnahmen im französischen Bankensystem verhindern die Entwicklung derartiger Kreditformen.

Die dargestellte Situation hemmt nicht zuletzt die Dynamik auf dem französischen Neuwagenmarkt. Dennoch wurde diese Branche in Frankreich weniger stark von der Krise getroffen als der Automobilsektor anderer Länder. Vermutlich auch dank der automatischen Stabilisatoren in Folge des staatlichen Einflusses und der Sozialausgaben wurden hier weder das Wachstum noch der Absatz so stark beeinträchtigt wie anderswo.

Der französische Markt vor und während der Krise

Schon vor der Krise stagnierte die Zahl der Neuzulassungen in Frankreich bei rund zwei Millionen. Um den Absatzproblemen bei Neuwagen entgegen zu wirken, erweiterten viele Hersteller die Produktpalette und reagierten auf das erhöhte wirtschaftliche Risiko mit einer immer schnelleren Folge neuer Modelle. Indem dabei die Technologie unverändert bleibt, sinkt der relative Produktionspreis, während der durchschnittliche Verkaufspreis der Neuwagen damit steigt. Dieses Vorgehen erklärt – neben den zunehmenden Auflagen durch EU-Richtlinien –, warum der technologische Fortschritt, der eine Senkung des Verbrauchs durch eine Effizienzsteigerung der Motorleistung ermöglicht, im Produktionsprozess nicht immer Anwendung findet. Wird nun der durchschnittliche Verkaufspreis eines Neuwagens in Relation zu einem mitt-

leren Einkommen gesetzt, so zeigt sich, dass die Kaufkraft der französischen Haushalte für Neuwagen abgenommen hat. Die drei jüngsten Umfragen im Rahmen der Studie Budgets de famille² bestätigen diese Entwicklung: Französische Haushalte besitzen zwar durchschnittlich immer mehr Autos, doch sind dies in der Regel Gebrauchtwagen und das Durchschnittsalter der zugelassenen Fahrzeuge steigt. Den Absatzmarkt für Neuwagen stellen in erster Linie ältere und wohlhabendere Haushalte dar.

Die Entwicklung der Ausgaben für Fahrzeuge, wobei die erste Kategorie die einkommensschwächsten, die letzte der fünf Kategorien dagegen die einkommensstärksten Haushalte umfasst, zeigt, dass sich die Zahl der Neuwagenkäufe in der ersten Kategorie innerhalb von zehn Jahren halbiert hat. Diese Tendenz wurde jedoch nicht durch einen steigenden Absatz in den oberen Kategorien kompensiert; vielmehr gingen auch hier die Verkaufszahlen zurück. Fahrzeuge stehen nicht im Zentrum des Kaufinteresses der wohlhabenderen Haushalte, was die Absatzschwierigkeiten der Automobilkonzerne zusätzlich verschärft. Die deutlich geringeren Preise der Gebrauchtwagen, die höhere Lebensdauer der Fahrzeuge sowie der generelle Rückgang der gefahrenen Kilometer haben die Struktur des französischen Automobilsektors zu Gunsten des Gebrauchtwagenmarktes verändert – eine Entwicklung, die sich verstärkt.

Der Preisanstieg der Fahrzeuge und die stetige technologische Verbesserung der Modelle haben auf dem Neuwagenmarkt zu deutlichen strukturellen Veränderungen geführt, die sich vor allem auf die Fahrzeugsegmente der oberen Mittelklasse und der Ober- und Luxusklasse negativ auswirken (ein Rückgang von 20 Prozent zwischen 1990 und 2008), in den Segmenten der Mittelklasse und der Kleinwagen jedoch positive Auswirkungen zeigen (siehe Tabelle 1). Die Struktur des französischen Automobilmarktes gleicht immer mehr der des italienischen Marktes. Wie der italienische Konzern Fiat werden die französischen Automobilkonzerne in der Ober- und Luxusklasse zunehmend vom Markt verdrängt. Ein Vergleich der Absatzzahlen deutscher und französischer Unternehmen vor der Krise legt diese Asymmetrie offen: Im Januar 2008

belegten Fahrzeugmodelle der Ober- und Luxusklasse von VW, Mercedes und BMW die Plätze zwei, drei und vier der Autoverkäufe in Deutschland, was neun Prozent des Marktes ausmacht. Die entsprechenden Modelle von Renault und PSA belegten auf dem französischen Markt die Plätze 15, 17 und 52, was einen Anteil von nur fünf Prozent an einem zudem eineinhalb Mal kleineren Markt darstellt.³

im Jahr 2009 gegenüber einem Drittel im Jahr 2008) standen dabei Fahrzeuge mit weniger als 120 Gramm Kohlenstoffdioxidausstoß.

Angesichts solcher Entwicklungen stellt sich die Frage, ob die Tendenzen des Jahres 2009 von struktureller Natur sind. In jedem Fall scheinen die Versuche der Automobilkonzerne, die Kunden durch Angebote zum Fahrzeugwechsel zu

Tabelle 1: Entwicklung der Struktur des französischen Automobilmarkts (1990–2009)

Fahrzeug-segmente	1990		2000		2006		2007		2008		2009	
	Einheiten	%	Einheiten	%	Einheiten	%	Einheiten	%	Einheiten	%	Einheiten	%
Kleinwagen	986 532	42,7%	855 134	40,1%	919 665	46,0%	923 559	44,7%	1 034 708	50,5%	1 291 480	56,9%
Untere Mittel-klasse	477 631	20,7%	695 146	32,6%	650 047	32,5%	694 326	33,6%	646 380	31,5%	637 524	28,1%
Obere Mittel-klasse	555 053	24,0%	303 028	14,2%	260 728	13,0%	269 711	13,1%	249 287	12,2%	231 264	10,2%
Ober-/Luxus-klasse	256 381	11,1%	163 296	7,7%	170 013	8,5%	176 882	8,6%	119 868	5,8%	108 355	4,8%
Andere	33 533	1,5%	117 280	5,5%	96	0,0%	65	0,0%	40	0,0%	48	0,0%
Gesamt	2 309 130	100%	2 133 884	100%	2 000 549	100%	2 064 543	100%	2 050 283	100%	2 268 671	100%

Quelle: Comité des constructeurs français (Komitee der französischen Automobilhersteller, CCF).⁴

Der Neuwagenmarkt scheint auf Preissenkungen äußerst sensibel zu reagieren. Die Abwrackprämie, die Vergabe von Bonussen beim Kauf umweltfreundlicher Autos und das Bemühen der Automobilkonzerne um die Produktion preisgünstiger Wagen haben seit dem Jahr 2008 zu einer deutlichen Ausweitung der Produktpalette bei Wagen mit einem Verkaufspreis unter 10 000 Euro geführt. Trotz der Krise stieg die Nachfrage in diesem Produktsegment deutlich an und glich im Jahr 2009 den generellen Rückgang an Neuzulassungen aus. Die beiden französischen Automobilunternehmen Renault und PSA Citroen verbuchten 2009 eine deutliche Absatzzunahme bei ihren Kleinwagenmodellen (Twingo, 107 und C1) ebenso wie bei der nächst höheren Fahrzeugklasse, was die Absatzzahlen der Fahrzeuge von Dacia (Sandero und Logan) sowie des Peugeot 206 bestätigen. Dank der Senkung der Preise und der Ausweitung der Produktpalette stieg die Nachfrage der Haushalte in diesem Segment um mehr als 20 Prozent an. An erster Stelle (fast die Hälfte der Neuwagenverkäufe

bewegen, obwohl dessen Notwendigkeit nicht nachgewiesen ist, eher kontraproduktiv. In einem stark von Konkurrenz geprägten Sektor, wo auch qualitativ hochwertige Produkte häufig nicht die gesetzten Absatz- und Gewinnmarken erreichen, treibt diese Praxis einen ständigen Wettlauf an, der nur mit hohem Kostenaufwand bestritten werden kann. Dabei wird es immer schwieriger, die gewünschte und wünschenswerte Verbesserung in den Bereichen Schadstoffausstoß und Verkehrssicherheit zu gewährleisten. Indem die Wirtschaftskrise diesem Prozess Einhalt gebietet, würde sie offenlegen, dass die Gesamtheit der Unternehmen diesem Druck nicht Stand halten kann, oder zumindest dass einige daran ein Interesse haben, sich davon zu befreien. Indem das Kriterium der »affordability« (Erschwinglichkeit) in den Vordergrund gestellt würde, könnte die Frage zur Beschleunigung des Prozesses, die Produktionsstätten zu erneuern, staatspolitisch ähnlich angegangen werden, wie dies in der Vergangenheit schon getan wurde.

Die aufgezeigten Strategien der Nachfragesteuerung verursachen Probleme sowohl im Bereich der Produktion wie auch im Außenhandel. Die europäische Autoindustrie, wie sie sich in den vergangenen Jahren in Folge der Standortstrategien und der Einkaufspolitik der Hersteller entwickelt hat, räumt den neuen EU-Mitgliedstaaten, der Türkei und anderen Ländern aus Mittel- und Osteuropa eine Schlüsselrolle bei der Herstellung der Fahrzeugmodelle ein, die bereits vor, insbesondere jedoch seit der Wirtschaftskrise die größte Nachfrage erfahren.

Produktion, Beschäftigung und Außenhandel

Seit Mitte der neunziger Jahre beschleunigen PSA und Renault den Prozess der Internationalisierung

auf Ebene der Produktion ebenso wie der Absatzmärkte, wodurch das Gewicht des französischen Marktes in den Unternehmensstrategien abnahm. Bis zum Beginn des neuen Jahrtausends profitierten die französischen Standorte noch von der Internationalisierung, die zudem mit steigenden Absatzzahlen in Frankreich und in der EU einherging. Ab dem Jahr 2000 und vor allem ab 2005 jedoch büßte der französische Automarkt seine Zugewinne der neunziger Jahre wieder ein und fiel im Jahr 2007 auf den Stand von 1997. In den Jahren 2008 und 2009 wurde er zudem stärker als andere europäische Märkte von der internationalen Wirtschaftskrise getroffen (Tabelle 2).

Für eine Analyse der Beschäftigungsentwicklung im Automobilssektor kommt es darauf an, ob lediglich die einzelnen Automobilunternehmen oder

Tabelle 2: Weltweite Produktion französischer Neuwagen nach Marke

	1980	1990	2000	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Citroën	536 415	783 224	1 168 470	1 386 563	1 349 064	1 379 082	1 406 485	1 464 559	1 377 392
Peugeot	734 461	1 369 359	1 708 968	1 923 805	2 056 181	1 996 284	1 950 374	1 992 499	1 947 822
PSA Peugeot Citroën ¹	1 647 221	2 152 583	2 877 438	3 310 368	3 405 245	3 375 366	3 356 859	3 457 058	3 325 214
Renault	1 659 099	1 571 616	2 356 616	2 194 796	2 391 749	2 326 359	2 142 710	2 265 099	1 986 052
Renault (Trafic II einbe-griffen)	-	-	-	76 793	95 699	106 414	107 236	115 866	96 102
Dacia	-	-	55 183	72 655	94 698	172 021	188 461	222 913	241 991
Renault Samsung Motors	-	-	14 517	117 629	80 906	118 438	161 299	181 028	189 308
Renault-Dacia-Samsung ²	1 659 099	1 571 264	2 426 316	2 461 873	2 567 353	2 616 818	2 492 470	2 669 040	2 417 351
CBM	105	-	-	-	-	-	-	-	-
Renault Trucks ³	54 086	60 263	96 040	52 355	60 676	63 961	67 593	62 227	65 328
dont Mack Trucks	-	15 423	34 562	-	-	-	-	-	-
Etalmobil (Sovam)	113	75	44	39	40	27	28	21	7
Unic	17 809	-	-	-	-	-	-	-	-
Heuliez	-	231	391	-	-	-	-	-	-
Irisbus-Renault ⁴	-	-	2 547	-	-	-	-	-	-
Gesamt	3 378 433	3 784 416	5 402 776	5 824 635	6 033 314	6 056 172	5 916 950	6 188 346	5 807 900

- 1 Bis 1985 war die Gesellschaft Talbot dem Konzern PSA Peugeot Citroën angegliedert.
- 2 1999 wurde Dacia von Renault übernommen, im September 2000 erfolgt die Übernahme von Samsung Motors. Renault Trafic 2 wird von der IBC produziert (Tochterunternehmen von General Motors in Großbritannien) sowie von Nissan in Spanien.
- 3 Zwischen 1990 und 2000 war Mack in die Firma Renault V.I eingegliedert. 2001 wurden die Großaktivitäten von Renault mit denen von AB Volvo verbunden. Das Unternehmen Renault V.I. wurde später in Renault Trucks umbenannt.
- 4 Seit dem 1.1.2009 hat Renault V.I. (Renault Trucks) seine Busproduktion Irisbus, Tochtergesellschaft von Iveco, abgegeben.

Quelle: CCFA.⁵

aber der gesamten Automobilssektor (Zulieferer inbegriffen) betrachtet werden. Der Stellenabbau bei den Autokonzernen ist kein neues Phänomen der aktuellen Wirtschaftskrise. Zwar wurden Ende der neunziger Jahre etwa 10 000 Arbeitsplätze geschaffen, es folgte jedoch ab dem Jahr 2001 ein deutlicher Beschäftigungsrückgang. Zwischen 1998 und 2008 halbierte sich die Zahl der Beschäftigten bei Automobilkonzernen und sank von 320 922 auf 163 000. Die Entwicklung im gesamten Automobilssektor weicht hiervon ab, was nicht zuletzt daran liegt, dass die Reduzierung der Belegschaft um das Jahr 2000 bei den Herstellern häufig auf eine Verlagerung der Arbeitsplätze in Zuliefererfirmen zurückgeht, so dass hier die Beschäftigungszahlen stiegen bzw. zumindest stagnierten. Ab dem Jahr 2005 jedoch veränderte sich die Situation, und es kam noch vor Beginn der internationalen Wirtschaftskrise zu einem Abbau von etwa 40 000 Stellen im Automobilssektor.

Die aktuelle Wirtschaftskrise verstärkt diese Entwicklung. In den Jahren 2008 und 2009 tat sich bei der Produktion von PSA und vor allem von Renault eine deutliche Kluft zwischen nationaler und internationaler Ebene auf: Die französischen Werke litten deutlich stärker unter der Krise als die Standorte in anderen Ländern, was die bereits existierende relative Marginalisierung der französischen Produktion verstärkte und den Prozess einer Desindustrialisierung des französischen Automobilssektors beschleunigte. Dies wirkt sich direkt auf den Außenhandel der französischen Autobauer aus. Der Trend, günstig in osteuropäischen Ländern zu produzieren, nimmt zu und verstärkt sich stetig durch das Kaufverhalten und das zunehmende Interesse an preisgünstigen Fahrzeugen.

Erstmals verzeichnete der französische Automobilmarkt im Jahr 2008 ein Defizit, was das französische Haushaltsministerium veranlasste, eine Studie in Auftrag zu geben, aus der hier aufschlussreiche Daten wiedergegeben werden.⁶ Indem sie die Entwicklungen im Automobil- und im Zuliefererhandel getrennt voneinander aufzeigt, relativieren sie die Rolle anderer Länder bei der Produktion französischer Fahrzeuge. Auch wenn die Verschlechterung des Saldos in zweitgenanntem Bereich weniger stark ausgeprägt ist und

später erfolgt, laufen die Entwicklungen auf beiden Gebieten parallel ab. Die Zulieferer mussten wie die Hersteller ihre Standorte verlagern und verbuchten ab 2009 einen Rückgang des Überschusses, was die Wettbewerbsfähigkeit der französischen Produktionsstätten weiter einschränkte.

Die Analyse des Saldorückgangs der verschiedenen Länder oder Ländergruppen zwischen 2004 und 2008 zeigt, wie wichtig der Handel innerhalb der EU ist. Zunächst werden hier die Rückgänge auf dem spanischen, englischen und italienischen Markt deutlich, die traditionell wichtige Absatzmärkte für den französischen Autoexport darstellten. Zudem zeigt die Tabelle das starke Wachstum sowie die grundsätzliche Exportorientierung der Automobilindustrie in den mittel- und osteuropäischen Ländern – seien sie EU-Mitglieder oder nicht – und in der Türkei auf. Was den Autohandel zwischen Frankreich und den neuen EU-Mitgliedstaaten betrifft, stellt man fest, dass diese Staaten immer weniger Autoteile importieren bzw. sogar Autoteile nach Frankreich exportiert und dort zusammengebaut werden. Die Zahlen des Jahres 2009 bestätigen diese Entwicklung.

Die aktuelle Situation des französischen Automobilssektors kann in sechs Punkten zusammengefasst werden:

- Die Krise verstärkt die Probleme, welche die französische Automobilindustrie schon seit mehreren Jahren kennt.
- Zum einen ist diese Entwicklung auf den Absatzrückgang auf dem italienischen, spanischen und englischen Markt zurückzuführen, der eine Folge der angespannten Situation dieser Märkte selbst ist.
- Zum anderen – und dies ist eine strukturelle Entwicklung – resultieren die Probleme aus einer sinkenden Nachfrage nach in Frankreich produzierten Autos auf dem französischen Markt.
- Es stellt sich die Frage, ob nicht die schwache Nachfrage nach Neuwagen und das steigende Interesse an den günstigen Fahrzeugsegmenten den Anreiz für die französischen Autohersteller verstärkt, insbesondere Fahrzeuge des Segments Kleinwagen in Billiglohnländern herstellen zu lassen, um so die Gewinnspanne zu garantieren.

- Im Sektor der Autoindustrie wie auch in anderen Branchen zeigt sich das Problem einer zunehmenden Lohnkonkurrenz, das durch die europäische Integration eher verstärkt als gelöst wird. Die Absatzmöglichkeiten französischer Autobauer werden durch den steigenden Lohndruck sowohl in Frankreich als auch in den neuen EU-Mitgliedstaaten eingeschränkt.

Diese durch die Krise verstärkte Dynamik könnte Anlass sein, die bisherige Entwicklungsstrategie des französischen Automobilssektors generell in Frage zu stellen, die von der Wachstumsart der französischen Wirtschaft ebenso geprägt war wie von der europäischen Integration und der Beziehung zu den mittel- und osteuropäischen Staaten.

Industriepolitik im Automobilssektor

In Frankreich wie in anderen Herstellerländern ist der gesamte Automobilssektor angesichts der internationalen Wirtschaftskrise auf staatliche Hilfe angewiesen. Mit dem Versuch der politisch Verantwortlichen, die nachhaltige Entwicklung der Automobilindustrie zu unterstützen, wird die bestehende Debatte um zwei weitere Aspekte erweitert: Zunächst wurden Fragen zur industriellen Ausrichtung und zur Wettbewerbsfähigkeit der französischen Unternehmen unter Einbeziehung der gesamten Produktionskette aufgeworfen. Im Zentrum stehen dabei die Beziehungen zwischen den Autobauern und ihren Zulieferern. Zweitens wurden ökologische Aspekte betrachtet, die insbesondere durch den Grenelle de l'Environnement⁷ sowie durch den Anstieg des Ölpreises im ersten Halbjahr 2008 in den Mittelpunkt des Interesses gerückt wurden.

Die Diskussion bindet inzwischen neben Industrievertretern auch andere öffentliche (Vertreter von Ministerien und Regionalregierungen) und private Akteure (Transportunternehmen, Autovermietungen, Parkplatzbetreiber) ein.

Kurzfristige Auswirkungen staatlicher Hilfen

Sechs Formen staatlicher Beihilfen in Reaktion auf die Krise lassen sich unterscheiden:

- Im Jahr 2009 wurde entschieden, an die Autohersteller ein Darlehen in Höhe von sechs Milliarden Euro zu vergeben (gleichmäßig aufgeteilt zwischen PSA und Renault), das zum Ausgleich der Ausfälle durch die Finanzkrise eingesetzt werden und die Entwicklung von zukunftsorientierten Lösungen fördern sollte.
- Damit auch die Zulieferindustrie aus den Beihilfen Nutzen ziehen konnte, wurde als Gegenleistung der Autohersteller erwartet, zusammen mit dem Staat einen Fonds für die Zulieferer zu gründen (Fonds de modernisation des équipementiers automobiles – FMEA), der den von der Krise betroffenen, aber stützenswerten Zulieferunternehmen zu Gute kommen sollte.
- Die Finanzinstitute der Automobilkonzerne haben von der staatlichen Hilfe profitiert, dank derer sie trotz der Liquiditätskrise ihre Verkaufnetze und Kunden weiterhin finanzieren konnten.
- Inspiriert durch schon bestehende Fonds gründete der Staat einen »Strategischen Investitionsfonds« (Fonds stratégique d'investissement – FSI), der dazu dienen soll, bei anfälligen oder von der Schließung oder Übernahme bedrohten Unternehmen Beteiligungen zu übernehmen. Angesprochen ist die Zulieferindustrie, die – obwohl nicht nur für die Autoindustrie produzierend – am ehesten davon Gebrauch machen wird.
- Eine Abwrackprämie von 1000 Euro wurde eingeführt, die vergeben wurde, wenn Fahrzeuge, die älter als zehn Jahre sind, durch ein Auto mit weniger als 160 Gramm CO₂-Ausstoß ersetzt wurden. Sie ergänzt den bereits seit 2007 existierenden Umweltbonus für Neuwagen, die zwischen 101 und 120 Gramm CO₂ pro Kilometer (700 Euro Bonus) und zwischen 121 und 130 CO₂ (200 Euro Bonus) ausstoßen. Die Abwrackprämie wurde auch für das Jahr 2010 verlängert, der Betrag jedoch auf 700 Euro gesenkt. Die vorgesehenen Kosten der Abwrackprämie wurden auf 200 Millionen Euro geschätzt, 2009 beliefen sie sich jedoch auf ungefähr 600 Millionen.

In Frankreich war der makroökonomische Kontext besser als in anderen Ländern. Zudem konnten die französischen Unternehmensgruppen im Automobilssektor, denen auch die Auswirkungen der deutschen Abwrackprämie zu Gute kamen, relativ

gut bestehen. Die deutsche Nachfrage wurden im Jahr 2009 zum Teil die Auftragsseinbrüche aus Spanien und dem Vereinigten Königreich ausgeglichen. So konnten die Autobauer die Forderung der Regierung erfüllen, keine Werke zu schließen. Ein Rückgang der Produktion konnte dadurch jedoch nicht verhindert werden, was sich vor allem auf die Automobilzulieferindustrie auswirkte, die sich bereits in einer schwierigen Situation befand und nun zusätzliche Konkurse zu verzeichnen hatte. Es bleibt abzuwarten, ob diese Entwicklungstendenzen auf allen Stufen der Produktionskette langfristige Auswirkungen auf die Wettbewerbsfähigkeit der französischen Produktionsstätten haben werden. Neben dem reinen Fortbestand der Unternehmen geht es hierbei auch um die künftige Innovationsfähigkeit der großen Zulieferer, die ihre Ausgaben im Bereich Forschung und Entwicklung (F&E) drastisch kürzen müssen.

Staatliche Politik und die Nachhaltigkeit des Automobilsektors

Ergänzend zu den staatlichen Beihilfen wurden so genannte Generalstände der Autoindustrie gegründet und im Folgenden durch eine institutionalisierte »Automobilplattform« erweitert. Dabei ging es darum, eine Struktur zu schaffen, in der alle Akteure der Autoindustrie gemeinsam über unterschiedliche Themen wie die Sicherung der Arbeitsplätze und Unternehmen, die Arbeits-, Macht- und Werteverteilung in der Autoindustrie, die Wettbewerbsfähigkeit der französischen Autoindustrie, die Nachfrage und Nachhaltigkeitsaspekte diskutieren und gemeinsame Entscheidungen fällen konnten. Zwei zentrale Themen prägen diese Debatte neben dem Dossier über das Elektroauto aus dem Jahr 2009.

Das erste betrifft die Beziehungen zwischen den verschiedenen Ebenen der Produktionskette. Die Hersteller, die zu sehr auf Kostenreduktion drängen, kümmern sich zu wenig um das Überleben ihrer Zulieferer und deren Kapazitäten in der Forschung und Entwicklung. Die Zulieferanten hingegen beschuldigen die Hersteller, Produktion und Einkauf verstärkt auf Billiglohnländer zu konzentrieren. Da der Bestellrückgang der Hersteller variiere, die Kreditaufnahme zunehmend erschwert werde, und Unternehmen auf dem Höhepunkt des

Konjunkturkreislaufs Absatzschwierigkeiten hätten, wurde bei der Entwicklung von Hilfsmaßnahmen zunächst die Frage der Finanzierung in den Mittelpunkt gestellt. Dies führte zur Gründung des Modernisierungsfonds für Kfz-Zulieferer (Fonds de modernisation des équipementiers automobiles). Der Staat sicherte zudem den Zulieferern die Vergabe von Darlehen zu. Diese Abmachung sieht eine Reihe von freiwilligen Maßnahmen vor, die in einem Verhaltenskodex zusammengefasst werden, der sich an den gesamten Automobilsektor richtet. Den Herstellern wird hierbei die Managerrolle zuteil. Die Festlegung der Verhaltensregeln erfolgt nach ihrem Ermessen, während der Fonds selbst, der zu einer Anpassung des Sektors an die aktuellen Entwicklungen durch strukturelle Verbesserungen beitragen soll, von Staat und Autokonzernen gemeinsam verwaltet wird. Letztere haben umgehend ihre Befugnisse ihren Einkäufern übertragen, die wiederum behaupten, dass nicht alle Zulieferbetriebe zukunftsfähig sind. Das Prinzip des »Survival of the fittest«, das durch das Kaufverhalten auf dem Markt hervorgerufen wurde, prägt sich stärker aus und wird zunehmend zu einer Frage des Ermessens, woran auch die Tatsache einer Politisierung der Entwicklungen in diesem Sektor nicht ändert.

Der zweite zentrale Gegenstand der Debatte ist die Wettbewerbsfähigkeit der unterschiedlichen Standorte der Autoindustrie, insbesondere der Montagewerke. Laut den Herstellern zeigen sich letztere weniger wettbewerbsfähig als andere Standorte. Um eine beantragte Senkung der Gewerbesteuer zu rechtfertigen, legten die Hersteller eine Studie vor. Darin werden die Mehrkosten eines in Frankreich gegenüber einem in Osteuropa produzierten Autos auf 1400 Euro geschätzt, was 10 bis 12 Prozent des Fahrzeugpreises darstellt. Von diesen 1400 Euro entfallen 400 Euro auf Lohnkosten, 250 Euro auf die Gewerbesteuer und 750 Euro auf die verschiedenen Sozialausgaben.⁸ Die Gewerbesteuer wird an die Gemeinden abgeführt, in denen ein Unternehmen seinen Standort hat. Sie wird aus der Investitionsfähigkeit und Wertschöpfung des Unternehmens sowie der Größe des Werksgeländes berechnet. Im Jahr 2006 umfasste sie 3,7 Prozent der Wertschöpfung der verarbeitenden Industrie, was 7,8 Milliarden Euro und damit einem Drittel der Einnahmen

der Gebietskörperschaften entspricht. Industrievertreter kritisieren diese Steuer schon seit Jahren, da sie mit dem Wachstum des Unternehmens ansteigt. Ende 2009 setzte die Autoindustrie schließlich die Abschaffung der Steuer durch. Informell wurde zu diesem Zeitpunkt, als die Arbeitsmarktsituation schwierig war, als Gegenleistung ein Verzicht auf Standortverlagerungen vereinbart. Diese Abmachung zeigt auf, wie stark die Automobilpolitik mit der allgemeinen politischen Debatte über den Stellenwert des Autos als Produkt und Industriezweig in der französischen Wirtschaft und Gesellschaft verflochten ist. Auch wenn Tausende von Arbeitsplätzen auf dem Spiel stehen, ist die Unterstützung für die Autoindustrie nicht selbstverständlich.

Die Beihilfen für die Autoindustrie haben auch Kritik hervorgerufen. Einige Wirtschaftswissenschaftler haben die Frage aufgeworfen, ob eine stärkere Unterstützung des Baugewerbes unter ökologischen und sozialen Gesichtspunkten nicht sinnvoller gewesen wäre. Das Centre de recherche en économie de Sciences Po (OFCE) – ein Forschungszentrum für Wirtschaft und Politik – betont, dass das Baugewerbe im Jahr 2008 einen Rückgang von 13 Prozent bei Neubauten verzeichnet habe und dass mit 1,5 Millionen Personen – zwei bis drei Mal so viele wie die Beschäftigten im Automobilsektor – und mit einem Anteil von einem Drittel an den CO₂-Emissionen, dieser Sektor im Zentrum der staatlichen Unterstützung stehen müsse.⁹ Dennoch rechtfertigt das OFCE die Unterstützung

für den Automobilsektor im Hinblick auf ihre strategische und technologische Bedeutung für die gesamte Industrie. Die Autoren der OFCE-Analyse bedauern dennoch, dass die Bedingungen für die Staatshilfen auf einen Verzicht auf Standortverlagerungen beschränkt bleiben, während die Frage Umweltfreundlichkeit in den Hintergrund traten. Außerdem beklagen sie, dass die Integration des europäischen Marktes auf EU-Ebene nicht zu einer besseren Koordination der Maßnahmen geführt hat.

All diese Fragestellungen gehen weit über die Autoindustrie hinaus, doch erlaubt ihre Erörterung in einem derart spezifischen Kontext, auch ihre allgemeine Relevanz deutlich zu machen. Die Fragen betreffen vor allem die EU und ihre Fähigkeit, über ihre Rolle als Schöpferin und Wächterin des Binnenmarktes hinauszuwachsen, um – beispielsweise indem sie ihre Kapazitäten in der Umweltpolitik einsetzt – eine eigenständige Rolle in der Industrie- oder Sozialpolitik zu spielen. Über diese Debatte hinaus aber gilt es in Europa wie in Frankreich, die Formen des »globalen Wachstums« erneut in Frage zu stellen.

Bernard Jullien leitet die Forschungs- und Studiengruppe über die Automobilindustrie und ihre Belegschaft (Groupe d'études et de recherches permanent sur l'industrie et les salariés de l'automobile, GERPISA) an der Universität von Évry in Frankreich.

Übersetzung: Myriam Matter/Katrin Sold.

Anmerkungen

- 1 Institut national de la statistique et des études économiques, Studie »Budget de famille« 2006, <http://www.insee.fr/fr/themes/document.asp?ref_id=BDF06>.
- 2 Ebd.
- 3 Comité des constructeurs français, <<http://www.ccf.fr/statistiques/faits-et-chiffres>>.
- 4 <<http://www.ccf.fr/IMG/pdf/FM4.pdf>>.
- 5 <<http://www.ccf.fr/statistiques/faits-et-chiffres/en-france/la-production/production-mondiale-tous-vehicules-des-constructeurs-francais.html>>.
- 6 Ministère du Budget, des Comptes publics et de la Fonction publique, Le Chiffre du Commerce Extérieur,

- Études et Eclairages 4/2009, <lekiosque.finances.gouv.fr/Appchiffre/Etudes/tableaux/EE_04.pdf>.
- 7 Es handelt sich um mehrere Treffen zwischen Regierungsmitgliedern und Vertretern der Bevölkerung, die 2007 und 2008 von der französischen Regierung organisiert wurden, die dann zu einem Rahmengesetz über Umwelt und nachhaltige Entwicklung führten.
- 8 Florence Lagarde, Les coûts de fabrication en France plus élevés qu'en Allemagne, selon PSA, <http://www.autoactu.com/index.php?page=2&id_actu=12450&comment=1>.
- 9 Mérites et limites du Pacte automobile, in: La lettre de l'OFCE, Nr. 308, 24.3.2009, <<http://www.ofce.sciences-po.fr/pdf/lettres/308.pdf>>.