

MARKTANALYSEN
AUGUST 2015

Creditreform
Rating Agentur

Der Automarkt in Deutschland



MANAGEMENT SUMMARY

1. Die deutsche Wirtschaft blieb im Frühjahr weiter auf Wachstumskurs. So expandierte das reale BIP im zweiten Quartal 2015 um 0,4% (gg. Vq.) und damit etwas stärker als im ersten Quartal, als ein Plus von 0,3% verzeichnet wurde. Damit befindet sich Deutschland nach der ersten Jahreshälfte in einem soliden, wenngleich moderaten konjunkturellen Aufschwung. Die Perspektiven für die kommenden Monate bleiben weiterhin gut, so dass wir an unserer Wachstumsprognose für 2015 festhalten, nach der das BIP um 1,7 bis 1,9% ausgeweitet werden dürfte.

2. Im Jahr 2014 wurden in Deutschland 3,037 Mio. Pkw erstmalig zugelassen, verglichen mit 2,952 Mio. Einheiten im Vorjahr (+2,9%). In 2013 und 2012 war die Zahl der Neuzulassungen im Vorjahresvergleich noch um 4,2 bzw. 2,9% zurückgegangen. Am Gebrauchtwagenmarkt setzte in 2009 ein Aufwärtstrend ein, der auch am aktuellen Rand Bestand haben sollte. So hat die Zahl jährlich abgesetzter Gebrauchtwagen mittlerweile die 7-Millionen-Marke übersprungen (2009: 6,01 Mio.). Gemessen am Anteil der Neuzulassungen belegt Marke VW seit Jahren den Spitzenplatz der Neuzulassungsstatistik. Bezieht man die Marken Audi und Skoda mit 8,5 bzw. 5,7% mit ein, so entfiel in 2014 jede dritte Erstzulassung (30,1%) auf den VW-Konzern. Die durchschnittlichen Pkw-Kaufpreise haben sich in den vergangenen Jahren kontinuierlich nach oben bewegt. Auf Jahressicht erhöhte sich sowohl der Neuwagen- als auch der Gebrauchtwagenpreis um 4,8% (gg. Vj.). Im Hinblick auf die Finanzierung des Kaufpreises fällt auf, dass der Anteil der Kreditfinanzierung in den vergangenen zehn Jahren gestiegen ist. Unterdessen setzt sich der Trend der zunehmenden Alterung des deutschen Pkw-Bestandes am aktuellen Rand fort.

3. Der Ausblick für den deutschen Pkw-Markt stellt sich grundsätzlich positiv dar. Weiche, umfragebasierte sowie harte konjunkturelle Daten spiegeln eine positive Grundstimmung wider – sowohl bei den Konsumenten als auch auf der Angebotsseite. Somit dürfte der moderate Aufwärtstrend, der im europäischen Vergleich durch verhaltenere, aber stabilere Wachstumsraten geprägt ist, anhalten.

Ansprechpartner

Dr. Benjamin Mohr, Chefvolkswirt

E-Mail: b.mohr@creditreform-rating.de

Disclaimer

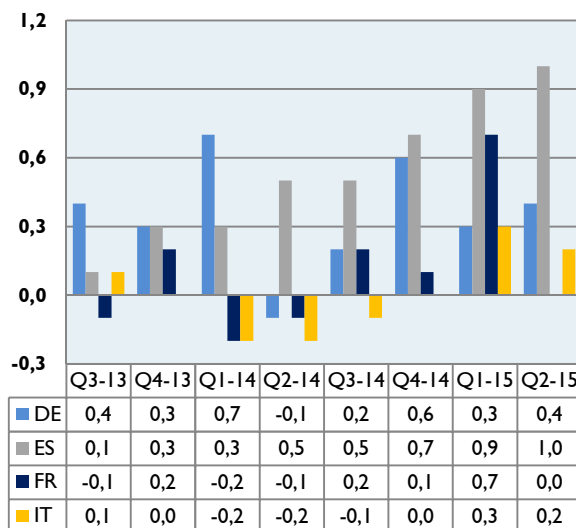
Diese Analyse ist urheberrechtlich geschützt. Die gewerbsmäßige Verwertung ist ohne eine schriftliche Zustimmung der Creditreform Rating AG unzulässig. Um die Gesamtaussage des Inhaltes nicht zu verfälschen, darf grundsätzlich nur die vollständige Studie veröffentlicht werden. Auszüge dürfen nur mit Zustimmung der Creditreform Rating AG verwendet werden. Eine Veröffentlichung der Studie ohne Kenntnis der Creditreform Rating AG ist nicht zulässig. Für Richtigkeit, Vollständigkeit und Aktualität der in dieser Publikation enthaltenen Informationen übernimmt die Creditreform Rating AG keine Gewähr. Die der Studie zugrundeliegenden Analysen und darauf beruhende Ergebnisse stellen keine Anlageempfehlungen dar.

1. Konjunkturelles Umfeld

Die deutsche Wirtschaft blieb im Frühjahr weiter auf Wachstumskurs. So expandierte das reale BIP im zweiten Quartal um 0,4% (gg. Vq.) und damit etwas stärker als im ersten Quartal des laufenden Jahres, als ein Plus von 0,3% verzeichnet wurde (siehe Abb. 1). Damit befindet sich Deutschland nach der ersten Jahreshälfte in einem soliden, wenngleich moderaten konjunkturellen Aufschwung. Die maßgeblichen Impulse kamen diesmal vom Außenhandel. Die Ausfuhren von Waren und Dienstleistungen, die vom schwachen Euro profitierten, konnten im ersten Halbjahr 2015 um 7,0% (gg. Vj.) zulegen. Stützend wirkte zudem der private Verbrauch. Gebremst wurde das Wachstum von den Bruttoinvestitionen, vor allem die Bauinvestitionen entwickelten sich schwach.

Abb. 1: Reales BIP-Wachstum in Deutschland

Veränderungen gg. Vq. in %



Quelle: Eurostat, Creditreform Rating

Die Perspektiven für die kommenden Monate bleiben weiterhin gut. Die Auftragsbücher in der Industrie sind wieder gut gefüllt. Die Bestellungen im Verarbeitenden Gewerbe lagen im zweiten Quartal 3,1% über dem Niveau des Vorquartals. Positiv entwickelten sich auch Frühindikatoren

wie der ifo- oder GfK-Index. Der ifo Geschäftsklimaindex für die Gewerbliche Wirtschaft ist im Juli 2015 wieder um 0,5 Zähler auf 108,0 Punkte gestiegen, nachdem er die beiden Monate zuvor im Zuge der griechischen Turbulenzen zweimal zurückgegangen war. Die privaten Konsumausgaben werden weiterhin die wesentliche Wachstumsstütze bleiben. Die positiven Aussichten werden zwar etwas durch die Entwicklung der Einzelhandelsumsätze gedämpft, die im zweiten Quartal aufgrund eines schwachen Junis um 0,3% (gg. Vq.) zurückgingen. Jedoch notiert der GfK-Konsumklimaindex im Juli mit 10,1 Punkten weiterhin auf einem Niveau, das zuletzt in 2001 beobachtet werden konnte.

Wir halten an unserer Wachstumsprognose für 2015 fest, nach der das BIP um 1,7 bis 1,9% ausgeweitet werden dürfte.

2. Entwicklungen auf dem deutschen Automarkt

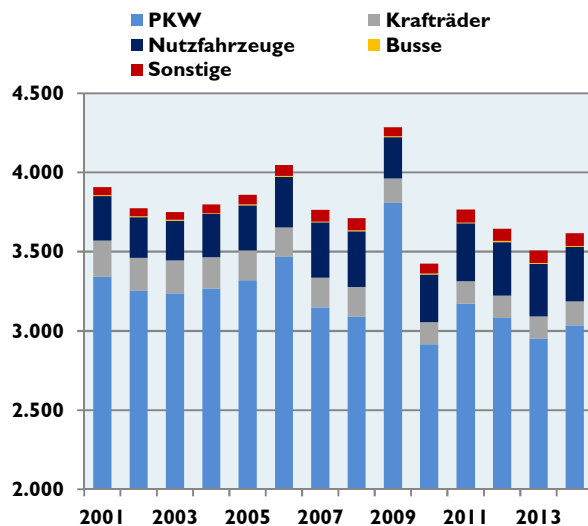
Im Jahr 2014 wurden 3,616 Mio. Fahrzeuge in Deutschland erstmalig zugelassen – ein Plus von 3,1% gegenüber 2013, als sich der entsprechende Wert auf 3,506 Mio. Einheiten belaufen hatte (siehe Abb. 2). Somit gelang nach zwei Jahren mit rückläufigen Neuzulassungszahlen die Rückkehr zum Wachstum. Gleiches gilt für das Pkw-Segment, das mit acht von zehn Fahrzeugen den Großteil der Neuzulassungen ausmacht (2014: 84,0%). Die Erstzulassungen lagen hier 2014 bei 3,037 Mio., was einem Wachstum von +2,9% gegenüber dem Vorjahr entspricht. In 2013 und 2012 war die Zahl der Neuzulassungen im Vorjahresvergleich noch um 4,2 bzw. 2,9% zurückgegangen.

Im längerfristigen Zeitfenster befand sich der Pkw-Markt zunächst zwischen 2001 und 2008 in einem Abwärtstrend, ehe in 2009 mit 4,825 Mio. Pkw ein vorläufiger Rekordwert erreicht wurde. Dieser erklärt sich in erster Linie durch den Sondereffekt der Umweltprämie, die im Rahmen des Konjunk-

turpakets II beim Neuwagenkauf gewährt wurde. Nach dem Auslaufen der Subvention im Folgejahr fiel die Zahl der Neuzulassungen im Pkw-Segment zunächst unter die 3-Millionen-Marke (2010: 2,916 Mio.) ehe ab 2011 eine fortdauernde Stabilisierungsphase auf leicht höherem Niveau einsetzte. Seither bewegen sich die jährlichen Pkw-Neuzulassungen in einem engen Korridor zwischen 3,174 Mio. (2011) und 2,952 Mio. (2013). Aktuell liegt die Zahl neuzugelassener Pkw 8,5% unter dem Niveau von 2005, als 3,319 Mio. Neuzulassungen registriert wurden.

Abb. 2: Neuzugelassene Kfz nach Typ

Angaben in Tsd.



Quelle: StBA, Creditreform Rating

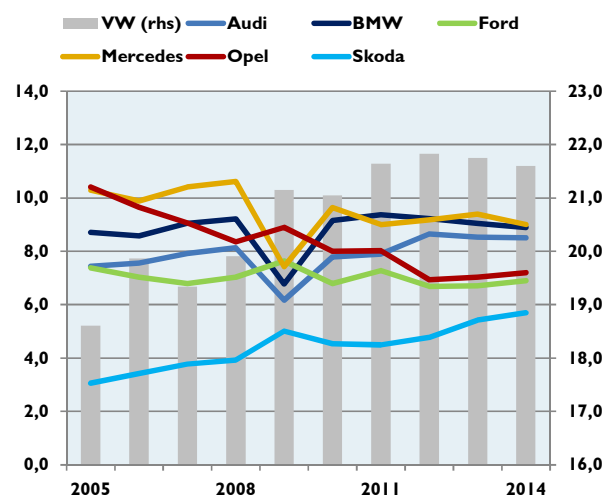
Gemessen am Anteil der Neuzulassungen belegt die Marke VW seit Jahren den Spitzenplatz der Neuzulassungsstatistik (siehe Abb. 3). Lag die Marke VW nach Marktanteilen bereits 2005 mit 18,6% vor der Konkurrenz, konnte der Anteil an neuzugelassenen Pkw bis 2014 auf 21,6% weiter gesteigert werden. Bezieht man die Marken Audi und Skoda mit 8,5 bzw. 5,7% mit ein, so entfiel in 2014 jede dritte Erstzulassung (30,1%) auf den VW-Konzern.

Indessen musste Opel in Bezug auf den Marktanteil die größten Einbußen hinnehmen. War noch 2005

jede zehnte Neuzulassung ein Opel (10,4%), sank der Wert bis 2014 auf 7,2%. Ebenfalls leicht an Boden verloren Mercedes und Ford, deren Marktanteil im Betrachtungszeitraum um 1,3 bzw. 0,5 Prozentpunkte auf 9,0 bzw. 6,9% zurückging. Bemerkenswert ist, dass sowohl Opel wie auch Ford ihre Marktanteile im Krisenjahr 2009 auf 8,9 bzw. 7,6% (2008: 8,4 bzw. 7,0%) ausbauen konnten, während die Hersteller im Premiumsegment deutliche Einbußen hinnehmen mussten. Ausschlaggebend hierfür dürfte die Abwrackprämie gewesen sein, deren Ausgestaltung insbesondere das Kleinwagensegment stimulierte, in dem Opel und Ford stark vertreten sind.

Abb. 3: Marktanteile der Produzenten in Deutschland

Anteil an Neuzulassungen pro Jahr



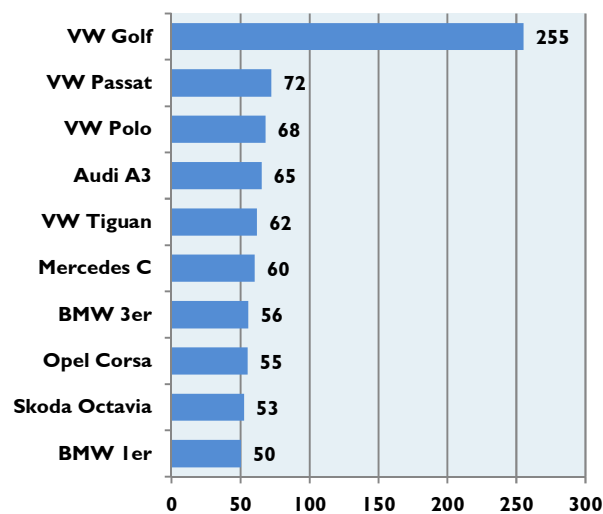
Quelle: KBA, Creditreform Rating

Der Tatsache, dass VW den größten Marktanteil im Bereich der Neuzulassungen hält, zeigt sich eindrucksvoll im Ranking der beliebtesten Fahrzeugmodelle im Jahr 2014. Zur Veranschaulichung: Die ersten drei Plätze der Neuzulassungsstatistik werden von VW-Modellen eingenommen (siehe Abb. 4). Rechnet man noch die Konzernmarken Audi und Skoda hinzu stammen sechs von zehn der meistverkauften Pkw aus dem Volkswagen-Konzern. Mit 255.044 Einheiten belegt der VW Golf mit deutlichem Abstand den Spitzenplatz, acht von

zehn Neuzulassungen (8,4%) entfielen allein auf dieses Modell. Es folgten VW Passat und VW Polo, die es auf 72.153 bzw. 68.103 Neuzulassungen bringen. Zudem wird deutlich, dass die Erstzulassungsstatistik insbesondere von Kleinwagen und der Kompaktklasse dominiert wird.

Abb. 4: Top-10 meistverkaufte Automodelle

Anzahl der Neuzulassungen in 2014, Angaben in Tsd.



Quelle: KBA, Creditreform Rating

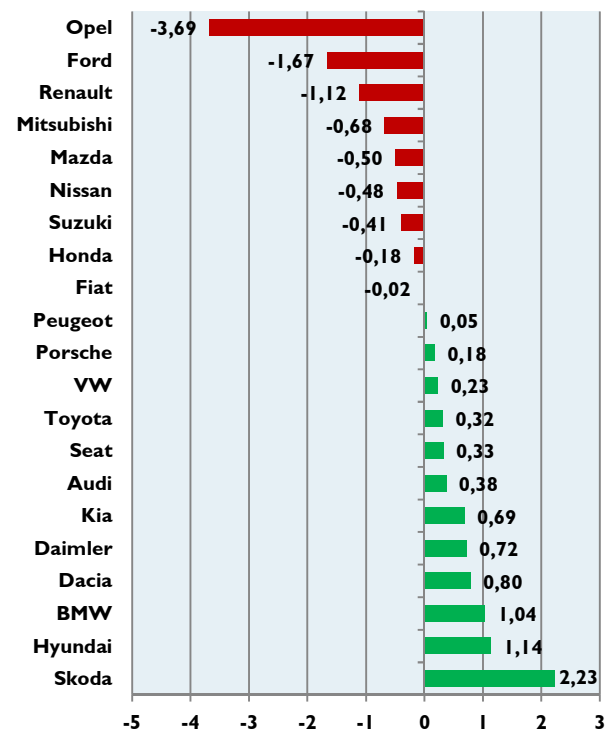
Der bereits im Bereich der Neuzulassungen angesprochene Verlust von Marktanteilen der Marke Opel, spiegelt sich auch in der längerfristigen Veränderung der Marktanteile am Pkw-Bestand. So verlor Opel im Betrachtungszeitraum von allen Herstellern am deutlichsten (siehe Abb. 5). War 2006 noch jeder siebte Pkw (14,4%) ein Opel-Fabrikat, traf dies 2014 nur noch auf 10,7% des Pkw-Bestandes zu – ein Rückgang um 3,7 Prozentpunkte. Ebenfalls seltener auf deutschen Straßen anzutreffen sind die Marken Ford und Renault, deren Anteil am Bestand um 1,7 bzw. 1,1 Prozentpunkte zurückgegangen ist.

Indessen entwickelte sich der Anteil von Skoda unter allen Herstellern am positivsten. Die Marke legte zwischen 2006 und 2014 um 2,2 Prozentpunkte auf nunmehr 3,7% zu und konnte ihren Marktanteil somit mehr als verdoppeln. Auf den

weiteren Plätzen folgen Hyundai und BMW, deren Anteil am Pkw-Bestand um 1,1 bzw. 1,0 Prozentpunkte zunahm.

Abb. 5: Veränderung der Marktanteile beim Pkw-Bestand in Deutschland

Veränderung von 2014 zu 2006, Angaben in Prozentpunkten

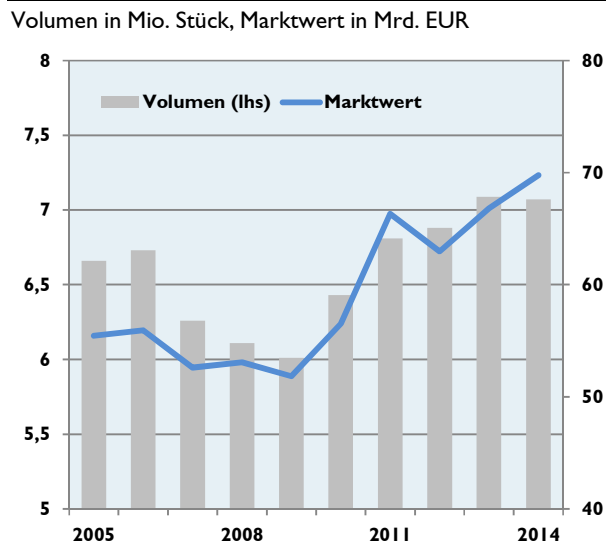


Quelle: KBA, Creditreform Rating

Die Entwicklung am deutschen Gebrauchtwagenmarkt kann im längerfristigen Zeitfenster in zwei Phasen unterteilt werden (siehe Abb. 6). In der ersten Phase zwischen 2005 und 2009 ging das Verkaufsvolumen um 6,5% auf 51,8 Mrd. Euro zurück, während der Rückgang der Stückzahl von 6,66 auf 6,01 Mio. Gebrauchtwagen prozentual noch stärker ausfiel (-9,8%). Ausgehend von den Tiefständen in 2009 setzte ein Aufwärtstrend ein, der sich auch am aktuellen Rand fortsetzen sollte. So wuchs die Zahl jährlich abgesetzter Gebrauchtwagen von 6,43 Mio. (2010) auf 6,88 Mio. (2012) und hat mittlerweile die 7-Millionen-Marke übersprungen (2014: 7,07 Mio.). Ein deutliches Wachstum war auch beim gehandelten Marktwert der Gebrauchtwagen zu verzeichnen. Zum Ver-

gleich: In 2010 belief sich das Transaktionsvolumen am Gebrauchtwagenmarkt auf 56,5 Mrd. Euro, verglichen mit 69,8 Mrd. Euro in 2014 (+4,4% gg. Vj.).

Abb. 6: Entwicklung des Gebrauchtwagenmarktes



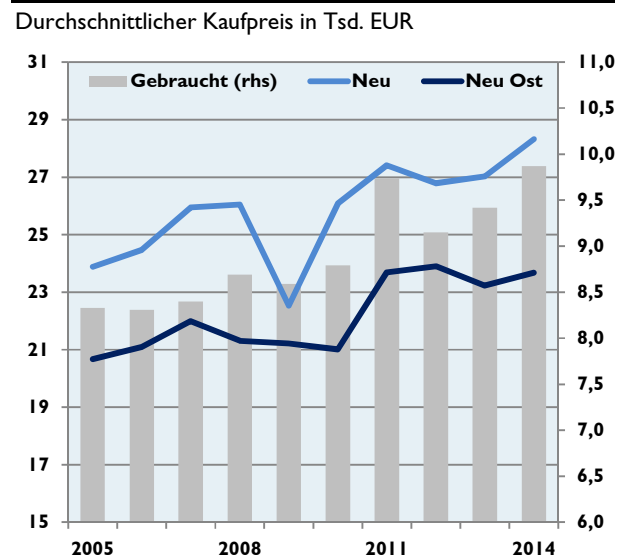
Quelle: DAT, Creditreform Rating

Der durchschnittliche Kaufpreis eines gebrauchten Pkw hat sich in den vergangenen Jahren kontinuierlich nach oben bewegt (siehe Abb. 7). So sind die Preise in der Langfristbetrachtung seit 2005 um insgesamt 18,5% gestiegen. In 2014 gaben die Käufer im Mittel 9.870 Euro für einen Gebrauchtwagen aus, was auf Jahressicht einem Plus von 4,8% entspricht (2013: 9.420 Euro). Die Preise am Neuwagenmarkt haben sich im vergangenen Jahr ebenfalls um 4,8% erhöht, auf durchschnittlich 28.317 Euro. Auf dem Markt für Neuwagen tendiert die Preisentwicklung seit 2010 aufwärts.

Indessen offenbart eine Betrachtung der ostdeutschen Neuwagenpreise zwei Besonderheiten. Zum einen liegt der durchschnittliche Neuwagenpreis in Ostdeutschland mit 23.680 Euro nicht nur in 2014 deutlich unter dem gesamtdeutschen Wert. Auch in den Vorjahren gaben ostdeutsche Käufer strukturell weniger für einen Neuwagen aus. Auf der anderen Seite fielen die ostdeutschen Durch-

schnittspreise im Krisenjahr 2009 entgegen dem gesamtdeutschen Trend (-13,5%) nur um 0,4%. Dies dürfte vor allem durch die spezifische Zusammensetzung des ostdeutschen Pkw-Marktes zu erklären sein. Verglichen mit dem gesamtdeutschen Fahrzeugpark sind Premiumhersteller hier unterrepräsentiert. Demgegenüber ist das Kleinwagensegment stärker vertreten, welches wesentlich weniger starke Einbrüche zu verzeichnen hatte.

Abb. 7: Entwicklung der Neuwagen- und Gebrauchtwagenpreise



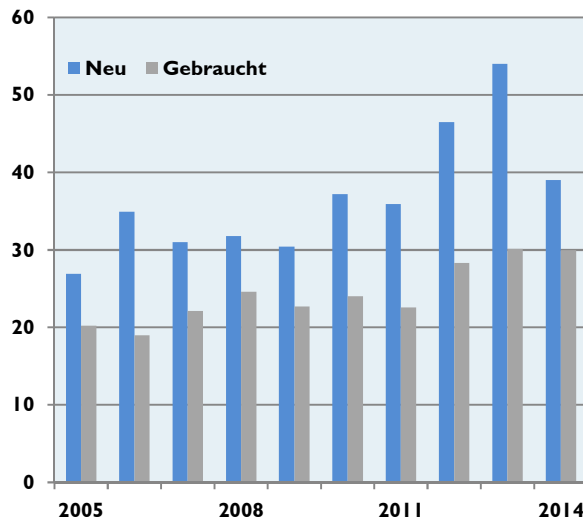
Quelle: DAT, Creditreform Rating

Im Hinblick auf die Finanzierung des Kaufpreises fällt auf, dass der Anteil der Kreditfinanzierung in den vergangenen zehn Jahren gestiegen ist (siehe Abb. 8). So befindet sich der Kreditanteil beim Kaufpreis eines gebrauchten Pkw in den Jahren 2013 und 2014 mit durchschnittlich 30,1 bzw. 30,0% auf dem höchsten Stand seit 2005, als ein Anteil von gerade einmal 20,2% verzeichnet wurde. Noch ausgeprägter fällt der Anstieg des Kreditanteils bei den Neuwagen aus, der sich zudem wenig überraschend auf einem wesentlich höheren Niveau befindet. Beim Kauf eines Neuwagens wurde 2013 im Mittel für 54% des Kaufpreises ein Kredit genutzt. Im Jahr 2005 war der Anteil der

Kreditfinanzierung nur halb so hoch (26,9%). In 2014 nahm der Erstkäufer nur noch für 39% des Kaufbetrags ein Darlehen auf.

Abb. 8: Die Finanzierung privater Pkw

Anteil der Kreditfinanzierung am Kaufpreis in %



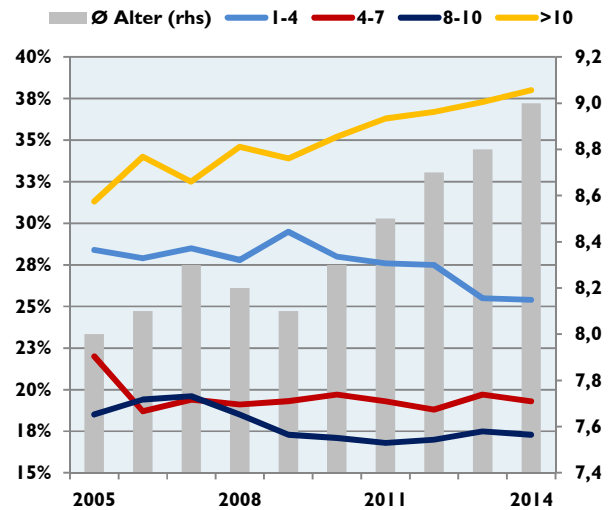
Quelle: DAT, Creditreform Rating

Unterdessen hat der Trend der zunehmenden Alterung des deutschen Pkw-Bestandes am aktuellen Rand weiter Bestand (siehe Abb. 9). Im Jahr 2014 waren zwei von fünf Pkws (38,0%) älter als zehn Jahre. Zum Vergleich: Vor zehn Jahren lag der Anteil der Autos, deren Erstzulassung mehr als zehn Jahre zurückliegt, bei lediglich 31,3%. Gleichzeitig sank die Zahl der Pkw im Alter zwischen einem und vier Jahren von 28,4 auf aktuell 25,4%.

Ausschlaggebend für diese Entwicklung könnte gewesen sein, dass grundsätzlich weniger Pkws vom Markt genommen werden, während sich die Zahl der neuzugelassenen Autos in den vergangenen Jahren nur vergleichsweise moderat entwickelte. Entsprechend nahm das Durchschnittsalter eines Autos im deutschen Pkw-Bestand merklich zu. Nachdem die Autos auf den deutschen Straßen 2009 noch durchschnittlich 8,1 Jahre alt waren, folgte deren Durchschnittsalter in den Folgejahren einem stetigen Aufwärtstrend, der sie bis auf ein Alter von 9,0 Jahren in 2014 führte.

Abb. 9: Verteilung des Pkw-Bestandes nach Alter

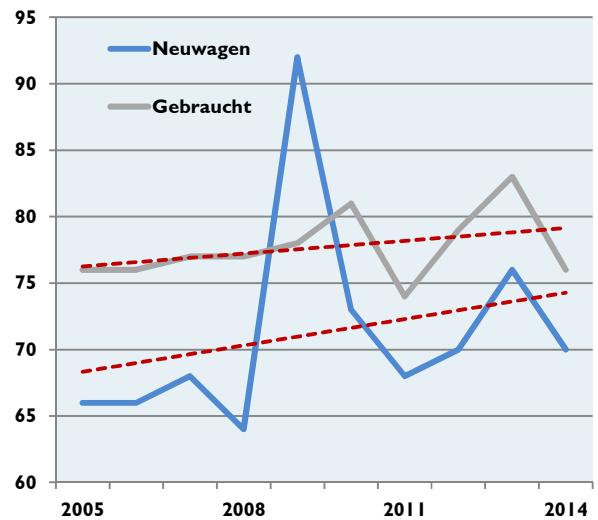
Anteil in der jeweiligen Altersgruppe, Alter in Jahren



Quelle: KBA, Creditreform Rating

Abb. 10: Entwicklung der durchschnittlichen Haltedauer von Pkw

Angaben in Monaten

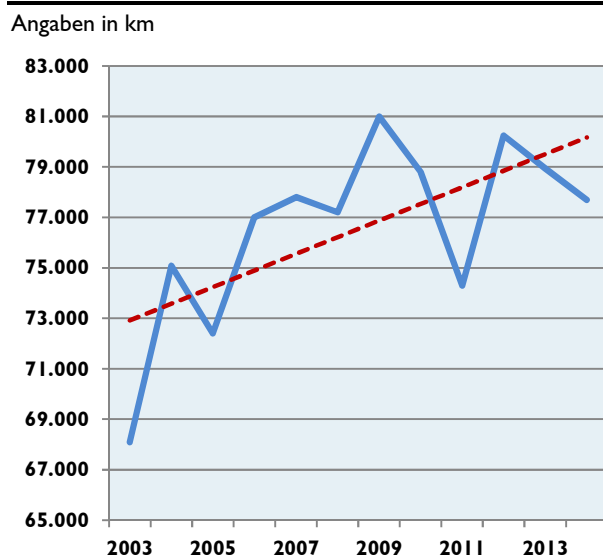


Quelle: DAT, Creditreform Rating

Analog stieg auch die Haltedauer von Pkw an, sowohl bei Neuwagen als auch Gebrauchtwagen (siehe Abb. 10). Wengleich die durchschnittliche Haltedauer eines Neuwagens im Zeitverlauf merklich schwankte, ist der längerfristige Trend aufwärts gerichtet. Während sich die Haltedauer zwi-

schen 2005 und 2008 in einer Bandbreite von 64 bis 68 Monaten bewegte, lag sie seit 2010 stets oberhalb der Marke von 68 Monaten. Im Jahr 2014 wurde ein Neuwagen im Mittel 70 Monate gehalten, nach 76 Monaten im Vorjahr. Etwas schwächer fällt der Aufwärtstrend bei den Gebrauchtwagen aus. Hier beläuft sich die Haltedauer 2014 wie vor zehn Jahren auf durchschnittlich 76 Monate, jedoch hatte sie in 2012 und 2013 noch 79 bzw. 83 Monate betragen. Auffallend ist, dass sich der Abstand zwischen der Haltedauer von Neu- und Gebrauchtwagen verringert hat (2014: 6 Monate, 2005: 10 Monate).

Abb. 11: Durchschnittliche Laufleistung deutscher Gebrauchtwagen



Quelle: DAT, Creditreform Rating

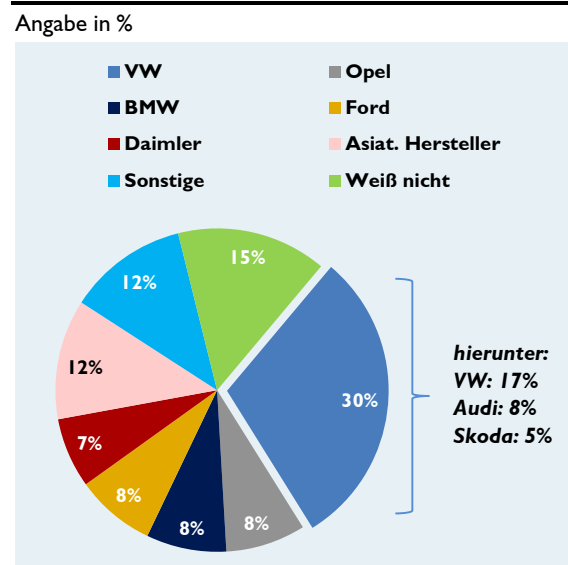
Bemerkenswert ist ferner der längerfristige Aufwärtstrend der durchschnittlichen Laufleistung von Gebrauchtwagen in Deutschland (siehe Abb. 11). Mit durchschnittlich 77.690 km lag die Laufleistung aller verkauften Gebrauchtwagen in 2014 1,6% bzw. 3,2% unter den Durchschnittswerten der beiden Vorjahre (78.940 bzw. 80.240 km). Dennoch wurde das Level von 2011, als der Tachostand beim Gebrauchtwagenkauf im Mittel 74.300 km betragen hatte, deutlich übertroffen. Auch auf lange Sicht liegt man damit auf einem deutlich höheren Niveau. So wiesen Gebrauchtwagen vor

2006 stets eine durchschnittliche Laufleistung von weniger als 77.000 km auf.

3. Ausblick

Die Ampel auf dem deutschen Pkw-Markt steht auf Grün – dies ist das zentrale Ergebnis der diesjährigen ARAL-Studie zu Trends beim Autokauf in Deutschland. So gab mehr als ein Drittel der Befragten (36%) an, sich bis Ende 2016 ein anderes Auto zulegen zu wollen. Dies sind merklich mehr Bürger, als in der Befragung vor zwei Jahren, als nur 26% eine Kaufabsicht für die kommenden 18 Monate meldeten und doppelt so viele wie in der Befragung von 2009. Dabei bezieht sich das bekundete Kaufinteresse nicht nur auf Neu- (16%) oder Jahreswagen (10%) sondern auch auf Gebrauchtwagen (10%).

Abb. 12: Markenwahl bei zukünftiger Kaufabsicht



Quelle: Aral, Creditreform Rating

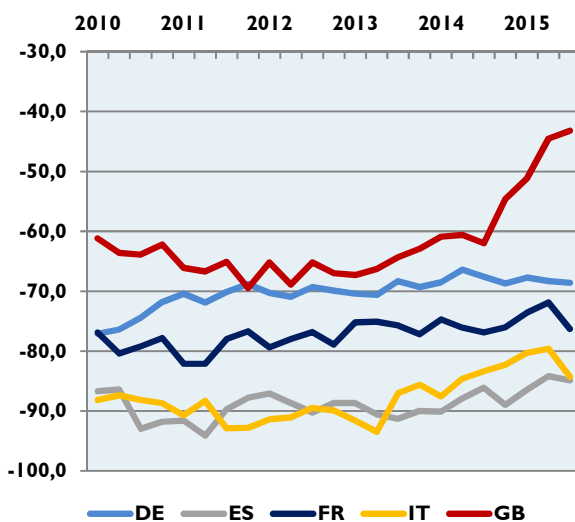
Im Hinblick auf die Marke des nächsten Autos steht VW mit einem Anteil von 17% deutlich an der Spitze der Autohersteller (siehe Abb. 12). Nimmt man noch die Marken Audi (8%) und Skoda (5%) hinzu, kommt der VW-Konzern sogar auf einen Wert von 30%. Jeweils 8% beabsichtigen, sich einen Opel, Ford oder BMW zuzulegen. Wei-

tere 7% planen, einen Mercedes zu kaufen. Gleichzeitig haben sich 15% noch nicht für eine Marke entschieden.

Auch der Economic Sentiment Indicator (ESI) der EU Kommission signalisiert, dass sich der Ausblick für den deutschen Pkw-Markt grundsätzlich positiv darstellt (siehe Abb. 13). Die Pkw-Kaufneigung der privaten Verbraucher liegt im dritten Quartal 2015 mit -68,6 Punkten leicht unter dem Niveau des Vorquartals (-68,3 Punkte), jedoch ist der längerfristige Entwicklung des Indikators aufwärts gerichtet. So belief sich der ESI für den Pkw-Kauf im Q3-2010 auf gerade einmal -74,4 Punkte. Der Indikator für die Absicht, in den kommenden zwölf Monaten einen Pkw zu erwerben, tendiert auch auf den übrigen großen europäischen Märkten aufwärts. Gleichwohl bewegt sich der ESI in diesen Ländern – mit Ausnahme von UK – auf einem deutlich niedrigeren Niveau.

Abb. 13: Kaufneigung für Pkws in ausgewählten Volkswirtschaften

ESI, Absicht in den kommenden 12 Monaten einen Pkw zu kaufen, Saldo



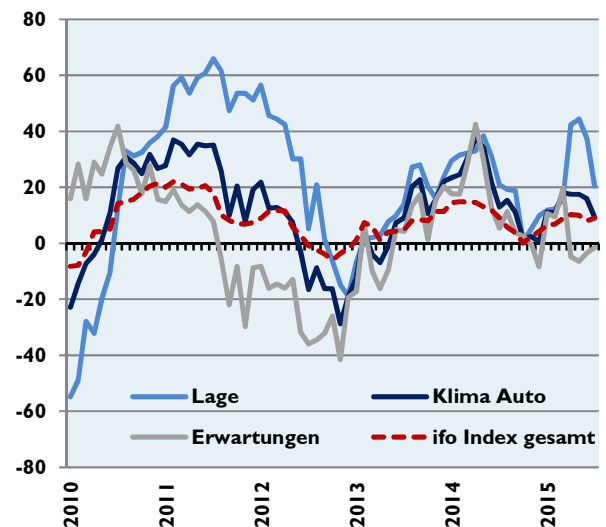
Quelle: EU KOM, Creditreform Rating

Spiegelt sich die positive Grundstimmung der Konsumenten auch auf der Angebotsseite? Wie bereits in Abschnitt I erläutert wurde, hat sich das Senti-

ment der deutschen Gesamtwirtschaft zur Jahresmitte gefestigt. Auch der ifo Geschäftsklimaindex für den Kraftfahrzeugbau sendet positive Signale (siehe Abb. 14). Mit 9,2 Punkten bewegt er sich auf einem vergleichbaren Niveau wie der Index für die Gewerbliche Wirtschaft mit 9,0 Punkten, wenngleich die Entwicklung im Automobilssektor seit März 2015 (18,0 Punkte) rückläufig ist. Dies ist vor allem durch die Erwartungskomponente des Index zu erklären, die sich seit April im negativen Bereich befindet (Jul-15: -1,5; Apr-15: -4,9). Indessen ist die Tendenz der Lageeinschätzung aufwärts gerichtet. Während der Lageindex im Oktober 2014 nur 0,5 Punkte betrug, liegt er am aktuellen Rand bei 20,5 Punkten.

Abb. 14: ifo Index für den Kraftfahrzeugbau

Salden, saisonbereinigt

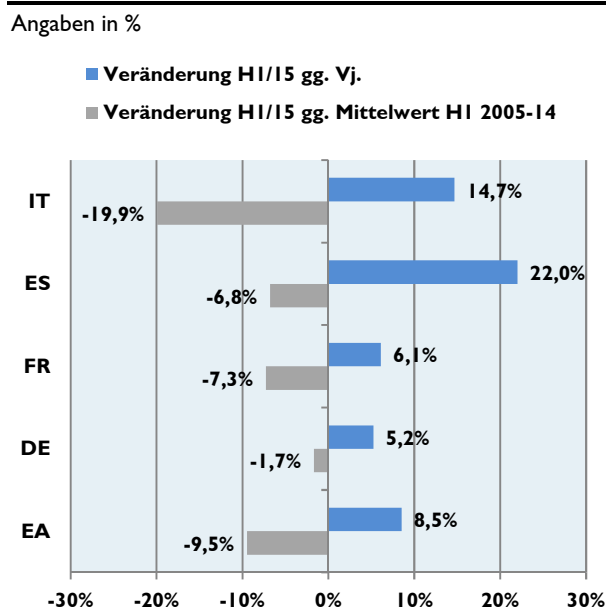


Quelle: ifo Institut, Creditreform Rating

Harte konjunkturelle Daten wie die Pkw-Neuzulassungen am aktuellen Rand sprechen ebenfalls für eine Fortsetzung des moderaten Aufwärtstrends am deutschen Pkw-Markt, der durch ein stetiges Wachstum geprägt ist. Im Vergleich zum Vorjahreszeitraum ist der deutsche Pkw-Markt im ersten Halbjahr 2015 um 5,2% expandiert (siehe Abb. 15). Verglichen mit dem Pkw-Markt im Euroraum, in dem die Neuzulassungen im gleichen Zeitraum um 8,5% ausgeweitet wurden, fiel das Wachstum da-

mit etwas verhaltener aus. Dies sollte allerdings in erster Linie auf Aufholeffekte zurückzuführen sein, die von Entwicklungen in Ländern wie Spanien und Italien getrieben werden. Dies zeigt der Vergleich des Mittelwerts des ersten Halbjahres 2015 mit dem Mittelwert des ersten Halbjahres der Jahre 2005 bis 2014. Während die Neuzulassungszahlen der ersten Jahreshälfte im Euroraum mit -9,5% deutlich unter dem langfristigen Vergleichswert liegen, ergibt sich für Deutschland ein leichter Rückgang von 1,7%. Der deutsche Automarkt ist folglich durch ein wesentlich stabileres Wachstum gekennzeichnet als europäische Vergleichsmärkte.

Abb. 15: Europäischer Vergleich der Neuzulassungen im ersten Halbjahr 2015

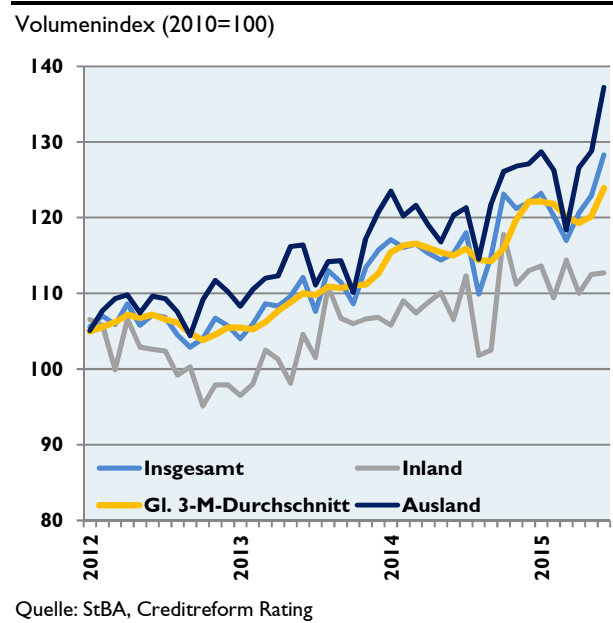


Quelle: ACEA, Creditreform Rating

Schließlich stimmt auch der konstruktive Trend des Auftragseingangs im Kraftfahrzeugbau im Hinblick auf die Entwicklung des deutschen Automarkts optimistisch, wenngleich festgestellt werden muss, dass das Volumen der Orders aus dem Ausland auf einem deutlich höheren Niveau liegt als bei den Inlandsbestellungen (siehe Abb. 16). Nichtsdestotrotz ist die Nachfrage nach Gütern der Kraftfahrzeugindustrie aufwärts gerichtet – im Inland wie im Ausland. Nachdem sich die Bestelltä-

tigkeit bis Mitte 2014 eher seitwärts bewegte, hat sie sich seitdem spürbar belebt. Infolge eines starken Anstiegs der Auslandsnachfrage stiegen die Orders in der Automobilindustrie im zweiten Quartal kräftig um 3,2% (gg. Vq.). Im Vergleich zum Vorjahr legten die Aufträge sogar um 11,3% zu. Dabei übertrafen die Auftragseingänge aus dem Ausland das Niveau des ersten Quartals um 14,0%, während die Inlandsbestellungen um 5,8% zunahmen.

Abb. 16: Auftragseingang im Kraftfahrzeugbau



Über uns

Die Creditreform Rating AG ist als europäische Ratingagentur von der ESMA registriert. Wir sind Spezialisten für die Einschätzung von Kreditrisiken und bieten Dienstleistungen für Kapital- und Kreditgeber in Form von Ratings und Kreditservices. Creditreform Rating erstellt Ratings weltweit, die von Investoren in Europa im Rahmen ihrer Investitionsentscheidungen und zu regulatorischen Zwecken genutzt werden. Zudem nutzen Banken sowie Finanzunternehmen unsere Outsourcing-Lösungen für Kreditprozesse und stützen sich auf die Analyseergebnisse unserer Risikomanagement-Tools. Creditreform Rating ist Gesellschafter der European DataWarehouse GmbH und beurteilt strukturierte Finanzierungen in allen relevanten Bereichen. Kreditfonds in den Assetklassen Corporates, Immobilien und Infrastruktur sind Gegenstand unserer Ratings für institutionelle Investoren.