

Ferrari und Porsche fahren allen davon

PROFITANALYSE Wer teure Autos anbietet und auch verkauft, streicht fette Gewinne ein. Das leuchtet eigentlich jedermann ein. Ist dem aber wirklich zwingend so?

Text: Ferdinand Dudenhöffer
Fotos: CAR-Institut

Premium- und Luxusautos gelten gemeinhin als profitabel, während das Massengeschäft als hartes Brot mit wenig Gewinn eingestuft wird. «Big cars, big profits», lautete vor 40 Jahren ein Slogan der Branche. Klar, mit Luxusautos kann man viel Geld verdienen, aber – das zeigen die Auswertungen der Geschäftsergebnisse des ersten Halbjah-

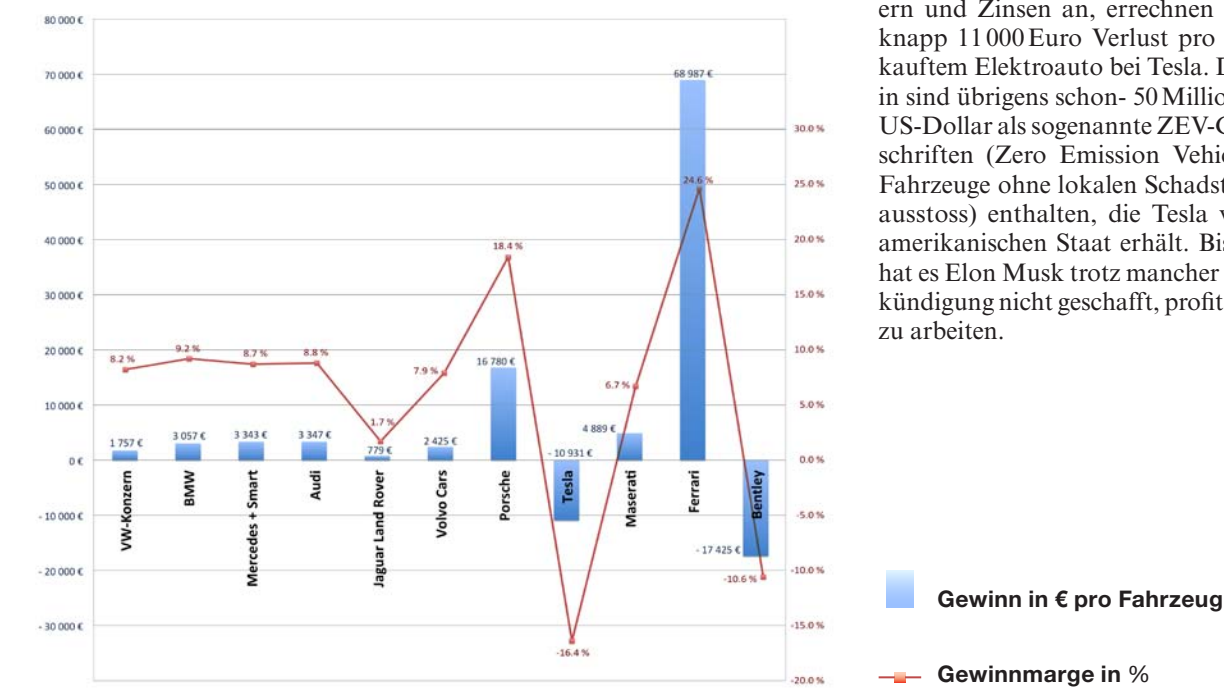
res 2018 – es geht auch in umgekehrter Richtung. Die Grafik oben fasst die zentralen Geschäftsergebnisse der wichtigsten Premiumhersteller für das erste Halbjahr (H1) 2018 zusammen. Obwohl Bentley und Ferrari im ersten

Halbjahr je 5000 Neuwagen verkauft, erzielte Ferrari vor Zinsen und Steuern 69.000 Euro Gewinn pro Fahrzeug, während Bentley dem VW-Konzern einen Verlust von knapp 17.500 Euro pro verkauftem Neuwagen einspielte.

Bei Bentley erzielt Ferrari nicht nur aus dem klassischen Fahrzeuggeschäft Umsatz und Gewinn, sondern auch aus seinen Sponsoring-Aktivitäten rund um die Formel 1. Da Ferrari lediglich eine Umsatzaufteilung zwischen Fahrzeuggeschäft und dem

Beispiel, das zeigt, dass Glanz und Glamour nicht unbedingt mit hohen Gewinnen verbunden sind. 71.000 Elektroautos hat Tesla im ersten Halbjahr 2018 verkauft. Dieser Geschäftszweig steht für 77 Prozent des Umsatzes von Tesla. Elon Musk, der inzwischen umstrittene CEO von Tesla Motors und anderer Firmen verkauft auch noch Stromspeicher, manchmal ein paar Surfbretter oder sogar Flammenwerfer und hat zudem eine Leasing-Sparte für seine Elektroautos.

Gewinne pro Fahrzeuge in Euro (1. Halbjahr 2018)



res 2018 – es geht auch in umgekehrter Richtung. Die Grafik oben fasst die zentralen Geschäftsergebnisse der wichtigsten Premiumhersteller für das erste Halbjahr (H1) 2018 zusammen. Obwohl Bentley und Ferrari im ersten

Halbjahr je 5000 Neuwagen verkauft, erzielte Ferrari vor Zinsen und Steuern 69.000 Euro Gewinn pro Fahrzeug, während Bentley dem VW-Konzern einen Verlust von knapp 17.500 Euro pro verkauftem Neuwagen einspielte.

Tesla macht 11 000 Euro Verlust pro Auto
Dasselbe tut auch Tesla. Der US-Autobauer ist das zweite prominente

Bentley Continental GT Wenn eines der Luxusautos aus Crewe (GB) aus dem Laden rollt, herrscht bei über 17.000 Euro Verlust nicht bloss eitel Freude.

HALBJAHRES-ERGEBNISSE 2018 (REINES FAHRZEUGGESCHÄFT)

(geordnet nach Absatz)	2018/H1	VW-Konzern	BMW	Mercedes + Smart	Audi	Jaguar Land Rover	Volvo Cars	Porsche	Tesla	Maserati	Ferrari	Bentley
Absatz 1000 Fz.		5575	1243	1185	812	318	318	123	71	18	5	5
Umsatz Mio. €		119.377	41.518	45.573	30.735	14.527	9775	11.231	4707	1322	1285	757
Ebit Mio. €		9794	3800	3961	2718	248	771	2064	-774	88	317	-80
Ebit € pro Fz.		1757	3057	3343	3347	779	2425	16.780	-10.931	4889	68.987	-17.425
Umsatz pro Fz.		21.413	33.401	38.458	37.851	45.652	30.739	91.309	66.510	73.444	279.978	164.888
Ebit-Marge %		8,2	9,2	8,7	8,8	1,7	7,9	18,4	-16,4	6,7	24,6	-10,6

Hinweise
 • VW-Konzern als Referenzpunkt und Ebit vor Sondereinflüssen.
 • US-Dollar, schwedische Kronen, englisches Pfund mit Durchschnittskurs 1.1.–30.6.2018 umgerechnet.
 • BMW: Fahrzeuggeschäft von BMW+Mini+Rolls-Royce.
 • Audi Automobile: Ohne Verkäufe des Joint Venture Partners FAW in China (252.000 Fz.). In Satzungen und Ebit sind Lamborghini (2327 Fz.) sowie Motoren (Győr, Ungarn) und Teillieferungen China enthalten.
 • Bei Tesla wurde der Ebit anteilmässig auf Autoumsatz (77 %) umgelegt.
 • Bei Ferrari macht Fahrzeuggeschäft 74 % des Umsatzes, 26 % sind Sponsoring, Formel 1, Motoren. Beim Ebit wurde wie bei Tesla unterstellt, dass er sich auf Fahrzeug und Sponsoring usw. so verteilt wie Umsatz.



Porsche 911 Carrera 4S Cabriolet
Die Stuttgarter machen mit gegen 17.000 Euro pro Auto einen überdurchschnittlichen Gewinn.



Ferrari 488 GTB
Rekordhalter ist mit knapp 69.000 Euro Gewinn pro verkauftem Fahrzeug der Autobauer aus Maranello (I).



Maserati GranTurismo Sport
In Modena (I) muss man sich mit knapp 5000 Euro Gewinn pro Verkauf begnügen – aber immerhin ...



Bentley Continental GT Wenn eines der Luxusautos aus Crewe (GB) aus dem Laden rollt, herrscht bei über 17.000 Euro Verlust nicht bloss eitel Freude.



Tesla Model S
Jeder verkaufte Hochleistungs-Elektroflitzer reißt ein Loch von fast 11.000 Euro in die Kassen des Herstellers aus Palo Alto (USA).

Der absatzstärkste Premiumhersteller war im ersten Halbjahr BMW. Inklusive Mini und Rolls-Royce verkaufte BMW 1.24 Millionen Fahrzeuge. Im reinen Fahrzeuggeschäft hat BMW 41.5 Milliarden Euro Umsatz erzielt und dabei einen Gewinn vor Zinsen und Steuern von 3.8 Milliarden Euro erwirtschaftet. Pro Fahrzeug hat BMW damit im ersten Halbjahr bei einem Durchschnittspreis von 33.401 Euro pro Fahrzeug 3057 Euro Gewinn gemacht.

Die Mercedes-Benz Cars, also Mercedes PW und Smart, haben zwar mit 1.18 Millionen Fahrzeugen leicht weniger als BMW verkauft, aber Mercedes verkauft teurer als BMW. Der Durchschnittspreis ging für 38.458 Euro weg und brachte Mercedes einen durchschnittlichen Fahrzeuggewinn von 3343 Euro.

Überraschend hoch ist mit 37.851 Euro auch der Durchschnittspreis bei Audi. Aber bei Audi müssen die Lamborghini-Verkäufe, Teillieferungen nach China sowie Motorenverkäufe an Konzernmarken aus Győr (H) beim Umsatz mit berücksichtigt werden. Daher ergibt sich für Audi beim Durchschnittspreis als auch Durchschnittsgewinn pro Neu-

kundenpreise, sondern die Preise, zu denen die Autos an den Handel oder die Importeure gehen.

Jaguar Land Rover fehlt das Wachstum

Noch vor kurzem galt Jaguar Land Rover (JLR) als Vorzeigunternehmen des indischen Tata-Konzerns. Hohe Profitabilität und hohes Wachstum brachten Erfolge, bis im Jahre 2015 für JLR der China-Markt einbrach (siehe Grafik unten). Von 2016 bis 2017 betrug das durchschnittliche jährliche Wachstum in China lediglich sechs Prozent. Zu wenig für die grossen Investitionen in ein eigenes China-Werk. Und auch im ersten Halbjahr 2018 sind mit 71.664 Verkäufen in China lediglich 6,8 Prozent Wachstum erreicht worden. JLR verkauft in China leicht mehr Fahrzeuge als in Kontinentaleuropa, also Europa ohne Grossbritannien. Fasst man Grossbritannien und Europa zusammen, wurden im ersten Halbjahr 2018 bei JLR hier 129.341 Fahrzeuge verkauft, das sind 1,8-mal so viele wie in China.

Mit dem langsameren Wachstum, hohen Investitionen und dem Brexit-Stammland Grossbritannien ist JLR

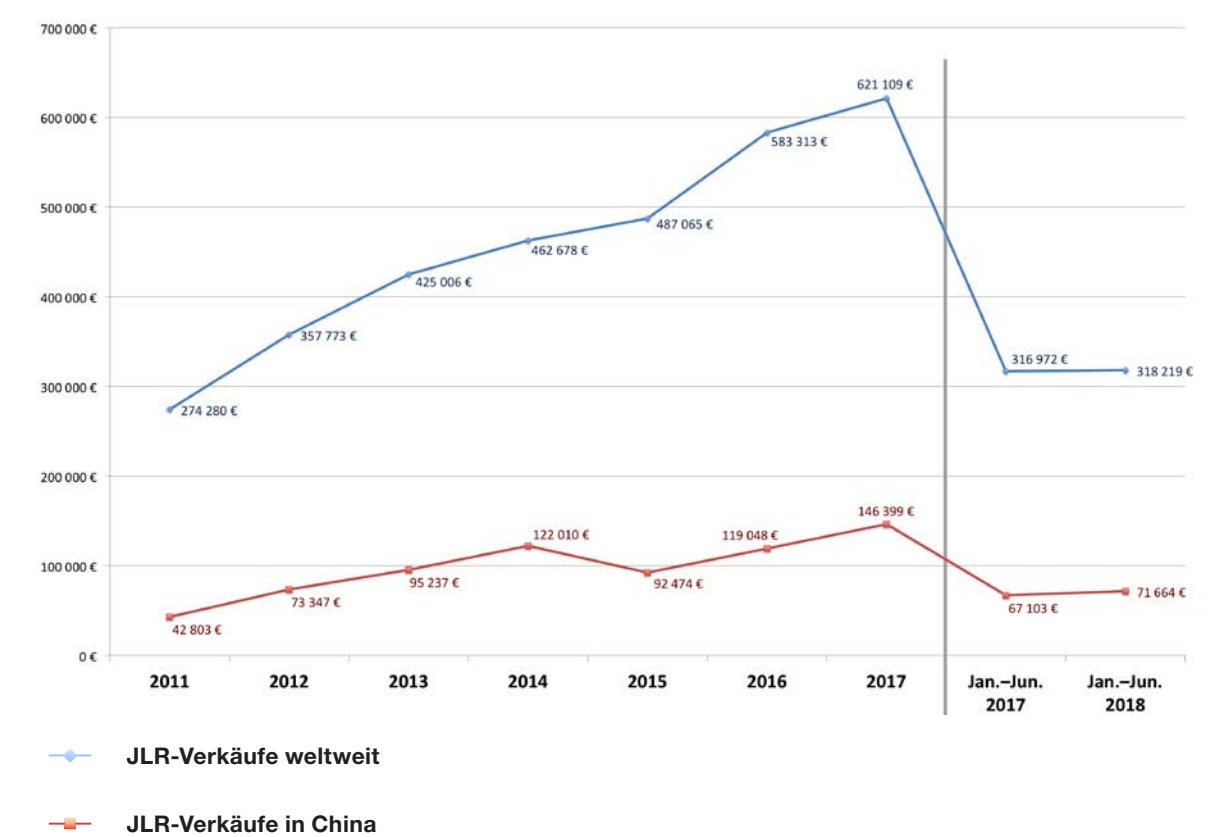
linie. Das ist wenig im Vergleich mit BMW oder Mercedes.

Jaguar hat ein strukturelles Problem, das in der Vergangenheit durch das schnelle Wachstum der Gruppe verdeckt wurde: zu viele Modelle für zu wenige Gesamtverkäufe. Jaguar fehlen die Skaleneffekte. Damit sind die Investitionen in Jaguar eher zu gross. Hohe Abschreibungen zehren den Gewinn auf.

In der Dieselfalle

Zusätzlich hat JLR noch vor kurzem in ein neues Motorenwerk und völlig neue Architekturen der Verbrennungsmotoren investiert. Auch hier drücken die Abschreibungen. Mit Dieselfalle hat JLR ein Problem erhalten. Es wurde zu viel in die reinen Verbrennungsmotoren und insbesondere den Diesel investiert. JLR scheint zu sehr den deutschen Autobauern beim Diesel gefolgt zu sein, ganz im Gegensatz zu Volvo, die Schweden haben rechtzeitig die Dieselfalle gezogen. Die hohen Abschreibungen in den Diesel zehren bei JLR bei kleinerem Wachstum die Gewinne auf, während der I-Pace mit geringen Scales und Produktionskapazitäten zu kämpfen hat. ●

Jaguar-Land-Rover-Verkäufe 2011–2018



wagen ein höherer Wert. Dennoch ist die Leistung der Ingolstädter respektabel.

Ferrari und Porsche in einer eigenen Liga

Von den Verkaufsvolumen sind Porsche und Ferrari weit weg von den drei grossen Premiumherstellern. Aber beide zeichnen sich durch eine sehr hohe Profitabilität aus. Ferrari ist mit 25 Prozent Gewinn pro verkauftem Fahrzeug nicht zu schlagen. Porsche hat sich in die Mitte zwischen Ferrari und den drei grossen Premiumherstellern gesetzt. Dabei zeigt nicht nur Bentley, sondern auch Maserati, dass Exklusivität allein nicht profitabel macht. Maserati hat im ersten Halbjahr 18.000 Autos verkauft, aber der Durchschnitts-Maserati ist mit 73.444 Euro eben billiger als der Durchschnitts-Porsche mit 91.309 Euro. Die Preise in der Grafik und der Tabelle links sind übrigens nicht End-

aus der Erfolgsspur geraten. Gerade noch 779 Euro kamen bei den Briten im ersten Halbjahr als Gewinn pro Fahrzeug in die Kasse (siehe Grafik linke Seite). Ein sehr dünner Gewinn, trotz hohem Fahrzeugdurchschnittspreis von 45.652 Euro. 1,7 Prozent Marge sind keine Premium-Leistung.

Auch Premiumhersteller brauchen Scales, wenn sie in ihrem Segment erfolgreich sein wollen. Das illustrieren sehr gut das Modellangebot und die Durchschnittsverkäufe pro Fahrzeug. So hat Jaguar sechs Modelle im Angebot: den XE, XF, XJ, E-Pace, F-Pace, F-Type – mit zum Teil verschiedenen Varianten wie etwa den XF als Kombi oder den F-Type als Coupé und Cabrio. Hinzu kommt ein Elektroauto, der neue I-Pace, der derzeit nur in kleinen Volumen verkauft wird. Im letzten Jahr hat Jaguar 180.000 Neuwagen verkauft, mit anderen Worten gerade mal 30.000 Neuwagen pro Modell-

FAZIT Ferdinand Dudenhöffer

Die Analyse der Geschäftsergebnisse der Premium- und Luxushersteller zeigt deutlich, dass auch hier das Geld nicht auf den Bäumen wächst. Scales sind wichtig, wie etwa Porsche oder BMW zeigen. Scales sind aber nicht alles, wie Bentley zeigt. Die Kombination von Ferrari, Super-Premium mit Super-Show bei Formel 1, ist zum Erfolgsmodell im High-end geworden. Vielleicht ist das für Mercedes auch Anreiz, AMG als Marke eigenständig zu machen. Sergio Marchionne (1952–2018) hätte möglicherweise probiert, damit einen Börsengang zu wagen.

Ferdinand Dudenhöffer ist Direktor des CAR-Instituts an der Universität Duisburg-Essen (D) sowie Inhaber des Lehrstuhls für allgemeine Betriebswirtschaftslehre und Automobilwirtschaft an der Universität Duisburg-Essen.