

## **PRESSEMITTEILUNG**

---

### **WACHSTUMSMARKT CHINA BEKOMMT RISSE**

#### **Geschäftsumfeld der Zulieferer trübt sich in diesem Jahr ein, nach spürbarem Aufwind bei Umsatz und Marge im Jahr 2023.**

Berylls-Rück- und Ausblick auf die Zuliefererbranche: 2024 wird erneut ein herausforderndes Jahr.

Die ersten drei Quartale 2023 waren eine Phase der Zuwächse bei den weltweit größten Zulieferern, Umsatz und Marge stiegen teilweise signifikant. Bereits in Q4 2023 trübten sich die Bedingungen ein, dieser Trend wird 2024 fortbestehen.

China bleibt größter Fahrzeugmarkt, aber bedingt durch die Währungsschwäche, die zunehmende Komplexität der Beziehungen zu China und Entscheidungsfindungen vor Ort, bekommt das positive Bild Risse.

Osteuropas Bedeutung für die Automobilindustrie ist hoch und wird weiterwachsen. Steigende Lohnkosten in der Region und geopolitische Risiken, machen Standortentscheidungen zu Osteuropas Gunsten, jedoch zunehmend schwieriger.

Berylls-Experten sehen wachsende Relevanz von Zulieferer-Produktionsstandorten in Nordafrika.

**München, 30. Januar 2024** Es sind definitiv keine positiven Zahlen, die das Ifo-Institut, nach seiner Umfrage unter 9000 Führungskräften der deutschen Wirtschaft, meldet. Das Ifo-Geschäftsklima sank im Januar auf lediglich 85,2 Zähler und lag damit noch einmal unter dem Wert des ebenfalls mäßigen Vormonats (86,3 Punkte). Damit unterschreitet das Geschäftsklima sogar das langjährige Tief aus dem Jahr 2020 (89,2 Punkte). Besserung ist in den nächsten Monaten, zumindest für die Zuliefererbranche, nicht in Sicht, wie eine Analyse der Berylls-Experten zeigt.

Im Jahr 2023 sah die Lage völlig anders aus. Die Zahlen der weltweit TOP 25 Zulieferer waren mehr als solide. Im Mittel wuchs der Umsatz um 10,7 Prozent und die Marge immerhin um einen Prozentpunkt. Aber bereits im vierten Quartal änderte sich die Situation, die Möglichkeiten im Umfeld der Automobilindustrie verschlechterten sich. Alexander Timmer, Partner bei Berylls Strategy Advisors: „Es zeigt sich, dass neben allgemeinen Herausforderungen in einem sich eintrübenden Geschäftsumfeld, insbesondere drei Themen die übergeordneten Entscheidungen von Suppliern in der ersten Jahreshälfte 2024 beeinflussen werden.“ Kurz gesagt sind es China, Osteuropa und die multiplen Krisen, mit denen die Industrie konfrontiert ist.



„Die Rolle Chinas als größter Absatzmarkt und Produktionsstandort bleibt unangefochten und damit auch die Relevanz für die gesamte Zulieferindustrie,“ erläutert Stefan Schneeberger, Project Manager bei Berylls. Das Geldverdienen in China wird jedoch schwieriger. So bestehen beispielsweise nicht unerhebliche Währungsrisiken, weil der Yuan gegen über dem Euro im Jahr 2023 um sieben Prozent verloren hat. Daraus resultiert für die deutschen Zulieferer, die 30 Prozent ihres Umsatzes in China erwirtschaften, ein erhebliches Risiko. Ein schwächeres Wachstum der Produktion der lokalen Hersteller, bringt weiteren Druck auf die Geschäftspläne der Branche. Berylls prognostiziert bis zum Jahr 2030 ein Stückzahlenwachstum in China, von nur noch 17 Prozent. Damit liegt die chinesische Industrie hinter dem Wachstum für die Produktionsmengen, die in Deutschland (plus 24 Prozent bis 2030) im Vergleichszeitraum erwartet werden. Mehr zu diesen Zahlen finden Sie [hier](#).

Die geopolitische Situation sorgt für weitere Hürden. Strafzölle zwischen der EU und China, die immer wieder diskutiert werden, erschweren die Planungssicherheit für die Industrie. Dennoch bleibt China der Fokusmarkt der Branche, auch wenn das Geschäftsfeld China zunehmend schwieriger wird.

Osteuropa behält ebenfalls seine wichtige Rolle für die Branche, schließlich sind in dieser Region rund 3500 Automobil Industrie-Unternehmen angesiedelt. Die Tage, an denen der Osten Europas die verlängerte und billige Werkbank der automobilen Welt war, sind allerdings vorbei. In Folge des industriellen Wachstums, sind die Arbeitslosenzahlen stark gesunken. Vor zehn Jahren lagen sie in einigen Staaten bei 15 Prozent, mittlerweile werden fünf Prozent unterschritten. Parallel zum Steigen der Beschäftigtenzahlen gingen die Lohnkosten nach oben. Seit 2012 sind sie im Mittel um 80 Prozent angehoben worden, während der europäische Durchschnitt im Vergleichszeitraum bei lediglich 25 Prozent Steigerung lag. Dr. Jürgen Simon, Associate Partner bei Berylls: „Mittlerweile sind in einigen Staaten Osteuropas kaum noch zusätzliche geeignete Mitarbeiter für die Zulieferer zu finden, keine gute Voraussetzung für eine Expansion oder Neugründung eines Standorts.“ Dazu kommt die politische Situation in einigen Staaten, die sich zunehmend als Standortnachteil entpuppt.

Als Konsequenz fallen mittlerweile einige Investitionsentscheidungen zugunsten von Nordafrika. Mit niedrigen Steuern, umfangreichen Subventionen oder geringen Lohnkosten, sind nordafrikanische Staaten wie Marokko oder Tunesien ähnlich attraktiv, wie der Osten Europas. Verlagerungen sind allerdings ohnehin ein probates Mittel der Industrie. In der aktuellen Situation jedoch vornehmlich, um Stabilität zu gewinnen und nicht unter ökonomischen Gesichtspunkten, wie dies noch vor wenigen Jahren der Fall war. Immer bringen solche Produktionsverlagerungen aber einen enormen Planungs- und Validierungsaufwand mit sich. Der ist mit einem hohen Kostenaufwand verbunden, aktuell ohne positiv auf die Marge einzuzahlen.

Dass sich die beschriebenen Effekte im Jahr 2024 abschwächen werden, erwarten die Experten von Berylls nicht. Steigende Zinsen und hohe Energiekosten machen es vor allem den in Deutschland angesiedelten Unternehmen schwer. Währungsrisiken betreffen nahezu alle Zulieferer. Auch der beginnende Preiskampf bei den Elektrofahrzeugen bedroht Umsatz und Marge der Branche. Ein Stellenabbau und Insolvenzen werden in der Zuliefererindustrie in diesem Jahr weiter auf der Tagesordnung stehen.



Zusätzlich zu den vielen schlechten, gibt es aber auch gute Nachrichten. Alexander Timmer: „Ein positiver Ausreißer in den wesentlichen Indikatoren, stellt die Entspannung im Bereich der Lieferketten dar. Der FED-Supply Chain Pressure Index, ein sehr wichtiger Indikator für unsere Industrie, befindet sich wieder nahe seinem langjährigen Durchschnitt von vor 2020.“

Vergleichsweise unproblematisch ist auch die Blockade der Handelsroute durch das Rote Meer. Sie wird die Lieferketten deutscher Zulieferer und Hersteller aller Voraussicht nach nicht dramatisch beeinträchtigen. Die Mehrzahl der Komponenten für den heimischen Fahrzeugmarkt wird heute bereits lokal in der EU produziert. Die Verlängerung der Handelsroute um das Kap der guten Hoffnung, trifft deshalb vor allem asiatische Hersteller, zu denen selbstverständlich auch die neuen chinesischen OEMs zählen.

Die umfassende Analyse finden Sie im Anhang und zu weiteren Berylls-Insights kommen Sie hier:

<https://www.berylls.com/featured-insights/>



**Pressekontakt** | Christian Bangemann | PR & Media Relations (extern)

---

**Berylls Strategy Advisors GmbH** | Maximilianstraße 34 | 80539 München

---

**Mobile** +49 151 1111 0261 | **E-Mail** [christian.bangemann@berylls.com](mailto:christian.bangemann@berylls.com)

---

Die **Berylls Group** ist eine auf die Automobilitätsindustrie spezialisierte Unternehmensgruppe.

Mit Experten in Deutschland, China, Großbritannien, Südkorea, Nordamerika und in der Schweiz deckt Berylls alle Zukunftsthemen ab, um im Ökosystem der Automobilität erfolgreich, zukunftsfähig und digital zu sein. Unsere Experten vernetzen sich dabei über fünf spezialisierte Einheiten, um unseren Kunden End-to-End-Unterstützung von der Strategie bis zur finalen Umsetzung anzubieten. Wir nennen das unser Berylls Quintett.

**Berylls Strategy Advisors** – Die Expertise unserer Top-Management-Berater erstreckt sich über die gesamte Wertschöpfungskette der Automobilität – von der strategischen Konzeption bis hin zur Verbesserung der operativen Performance. Basierend auf unserer Vordenkerrolle im Bereich der Automobilität zeichnen sich Berylls' Beratungsteams durch langjährige Erfahrung, fundiertes Wissen sowie innovative Lösungskompetenz und unternehmerisches Denken aus.

**Berylls Digital Ventures** – Strategische Konzepte unserer Kunden sehen immer häufiger die Entwicklung und den Betrieb digitaler Produkte oder den Aufbau neuer Geschäftsmodelle vor. Die Mannschaft von Digital Ventures nimmt sich dieser Herausforderung gemeinsam mit unseren Kunden an – End-to-End. Gleichzeitig beteiligen wir uns an vielversprechenden Startups und bauen in eigenem Auftrag digitale Lösungen, die wir unseren Kunden marktreif zur Verfügung stellen.

**Berylls Mad Media** – Die radikale Digitalisierung der Kundenschnittstelle lässt Grenzen im automobilen Vertriebsmodell verschwimmen. Die Experten von Mad Media entwickeln und implementieren Lösungen von daten-getriebenem Marketing über integriertem Portfolio- und Service-Design bis hin zur agilen Umsetzung ganzheitlicher Prozess- und IT-Architektur. Alles zur Steigerung der Kundenloyalisierung, Marktaus-schöpfung sowie Profitabilitätssteigerung unserer Kunden - für den digitalen Vertrieb von Fahrzeugen und Services von morgen.

**Berylls Green Mobility** – Wir glauben, dass Nachhaltigkeit in der realen Welt des globalen Automobilgeschäfts Wettbewerbsvorteile bringen wird. Ob in beratender Funktion für externe Kunden und andere Berylls-Einheiten, oder durch unseren einzigartigen Ladeservice Wall-E – der ersten kostenlosen Infrastrukturinitiative für Elektromobilität, die dazu beiträgt, das Interesse der Autofahrer an Elektromobilität auf die Straße zu bringen – Berylls Green Mobility treibt den Wandel hin zu einer nachhaltigen Automobilität voran.

**Berylls Equity Partners** – ist eine durch starke Ankerinvestoren unterstützte, unternehmerisch agierende Beteiligungsgesellschaft, die Unternehmen der Mobilitätsindustrie mit Perspektive in Sondersituationen erwirbt, operativ verbessert und strategisch langfristig ausrichtet.

Gemeinsam mit seinen spezialisierten Kooperationspartnern verfügt Berylls über tiefes technologisches Know-how, breites Marktverständnis und leistungsfähige Netzwerke, um die Automobilindustrie auf ihrem Weg in die Zukunft zu begleiten und ihr Potenzial zu heben, von der Strategie bis zur finalen Umsetzung – End-to-End.

Denn die Zukunft kommt. Aber anders.