Economie:

Casus: crisis in de auto-industrie

Financiële en economische crisis

De wereldwijde economische crisis resulteerde in zware klappen voor de conjunctuurgevoelige Duitse auto-industrie. Succesvolle interventies van de Duitse overheid brachten echter een snel herstel. De afzet van Duitse automerken is na 2010 weer explosief gegroeid; BMW en Mercedes gaven toen aan de vraag niet meer te kunnen bijbenen.

Hoewel de auto-industrie voor Duitse economie van groot belang is, is de sector wel gevoelig voor conjuncturele schommelingen. Iedere recessie heeft vrijwel direct haar weerslag op deze bedrijfstak, zoals in 2009 is gebleken. Als de groeimarkten van China, Rusland en India het door een recessie laten afweten, hebben de Duitse autobouwers een acuut probleem: driekwart van de Duitse autoproductie is bestemd voor de export. Daarnaast heeft iedere autoproducent baat bij lage staal- en olieprijzen.

De crisis kwam vooral bij de luxemerken BMW en Mercedes hard aan. Zo zag Mercedes-fabrikant Daimler in 2009 de winst met 92 procent afnemen en moest noodgedwongen personeel ontslaan of gedwongen op vakantie sturen. Ook andere merken moesten diep in eigen vlees snijden. Volkswagen kon als groot concern de klappen nog wel opvangen terwijl Opel op de rand van een faillissement balanceerde.

Abwrackprämie

Omdat General Motors, het Amerikaanse moederbedrijf van Opel, nauwelijks het hoofd boven water hield, behoedde de Bondsregering het noodlijdende Opel met miljardengaranties van de ondergang. De politieke partijen konden zich in de aanloop naar de verkiezingen van 2009 geen faillissement van de Duitse autobouwer veroorloven. De ingreep leverde de Duitse regering veel kritiek op van de Europese Unie die het als verkapte staatssteun zag, maar uiteindelijk besloot de EU Duitsland hiervoor niet te beboeten.

Ook de slooppremie holde de Duitse schatkist aanzienlijk uit. Om de Duitse auto-industrie te helpen, stimuleerde de Duitse regering de autoverkoop in 2009 door de sloop van auto’s ouder dan negen jaar te subsidiëren. Voor deze *Abwackprämie* werd 5 miljard euro uitgetrokken, ofwel 2500 euro per gesloopte auto.

De regeling werd een groot succes. Vooral Volkswagen en Opel zagen hun afzet weer stijgen. In 2014 kwam Volkswagen zelfs op gelijke hoogte met Toyota, de grootste autofabrikant ter wereld. Duurdere merken als BMW, Mercedes en Audi merkten door de toch al hoge aanschafprijs van hun auto's weinig effect van de sloopremie. In 2011 was de export van personenauto's terug op het niveau vóór de crisis.

Dit is een artikel gedownload via duitslandinstituut.nl.

Artikel: https://www.duitslandinstituut.nl/naslagwerk/291/casus-crisis-in-de-auto-industrie