



Prof. Dr. Tomaso Duso, Leiter der Abteilung Unternehmen und Märkte

Prof. Dr. Martin Gornig, Stellvertretender Leiter der Abteilung Unternehmen und Märkte

Der Beitrag gibt die Meinung der Autoren wieder.

Die Hochzeit von Opel und PSA: Eine Chance für den Industriestandort Europa

Der größte französische Autobauer PSA und Opel heiraten. Welche Chancen und Gefahren birgt die Fusion für Europa und Deutschland? Wie muss die Politik reagieren? Aus wettbewerbspolitischer Sicht ist die Lage relativ entspannt: Treten die versprochenen Effizienzgewinne tatsächlich auf, wird trotz erhöhter Konzentration der Wettbewerb europaweit sogar intensiver. Und wenn die Politik die Weichen richtig stellt, könnte auch industriepolitisch daraus eine Erfolgsgeschichte werden, mit der Schaffung eines neuen mächtigen Akteurs, der Europa hilft, den notwendigen Erneuerungsprozess in der Automobilindustrie zu bewältigen. Davon würde gerade das Autoland Deutschland profitieren.

Die Fusion wird den zweitgrößten Automobilkonzern Europas mit einem EU-Marktanteil – nach abgesetzten Personenkraftwagen – von knapp über 16 Prozent schaffen. Damit würde die Lücke zum Marktführer, die Volkswagen Gruppe (ca. 24 Prozent Marktanteil), reduziert und möglicherweise für schärferen Wettbewerb gesorgt.

Vielleicht verlangen die europäischen Wettbewerbshüter spezifische Auflagen in bestimmten Märkten wie Spanien und Frankreich. Insgesamt aber ist der Zusammenschluss weitgehend unproblematisch, weil die drei Marken Peugeot, Citroën und Opel in unterschiedlichen EU-Ländern stark vertreten sind. Diese geographische Aufteilung deutet auf signifikante Effizienzgewinnpotentiale. Neben möglichen Größenvorteilen könnte Synergien in Vermarktung und Vertrieb insbesondere dort generiert werden, wo die zwei Verlobten bislang keine starke Präsenz haben.

In Deutschland zum Beispiel hatten Peugeot und Citroën 2016 mit knapp über 100.000 Neuzulassungen einen Marktanteil von drei Prozent. Mit etwa sieben Prozent war Opel der fünftgrößte Anbieter. Kombiniert würde die neue Gruppe immer noch deutlich unter VW (über 650.000 Neuzulassungen) bleiben. PSA könnte aber hierzulande stark vom Vertriebs- und Händlernetzwerk Opels profitieren und damit für mehr Wettbewerb sorgen. Das Umgekehrte gilt für

Frankreich. Die Verbraucher dürften sich also auf günstigere Autos und einen solideren Service freuen.

Was aber wird aus den Jobs bei Opel und seinen Zulieferern? Zu Recht vermutet man hinter dem Hinweis auf „signifikante Effizienzgewinne“ den Wegfall von Arbeitsplätzen. Betroffen sind vermutlich zunächst die Zulieferer und der Vertrieb, später, wenn die Beschäftigungsgarantien auslaufen, möglicherweise auch Opel und PSA. Der Mutterkonzern General Motors schien aber schon lange kein wirkliches Interesse an die deutsche Tochter mehr zu haben und die Arbeitsplätze bei Opel wären in der mittleren Frist nicht sicherer gewesen.

Zugegeben, die Erfahrungen der Deutschen mit europäischen Fusionen sind gemischt. Während Airbus als industriepolitischer Erfolg gefeiert wird, gibt es auch gerade in der Rhein-Main-Region, wo Opel seinen Stammsitz hat, andere Beispiele: Von der Höchst AG, eingegliedert in den französischen Sanofi-Aventis-Konzern und schließlich aufgelöst, ist heute in Frankfurt nur ein Bruchteil der Arbeitsplätze übrig geblieben.

Die Politik wäre falsch beraten, unter dem Deckmantel der Arbeitsplatzsicherung die Realisierung der fusionsbedingten Effizienzgewinne zu verhindern. Sie muss dem fusionierten Konzern auf dem Weg in das neue Zeitalter des Automobils helfen. Neue Antriebssysteme, autonomes Fahren und digitale Dienstleistungen werden Einzug halten. Dies bedeutet enorme Forschungs- und Entwicklungsanstrengungen, bei denen die Automobilbauer auf staatliche Forschungsinfrastrukturen angewiesen sind. Die deutsche Politik sollte die Franzosen einladen, die Stärke der hiesigen Forschungsinfrastruktur zu nutzen und sie gezielt in die eigenen Förderprogramme zu integrieren. Von den Synergieeffekten können dann nicht nur Mercedes, BMW und VW profitieren, sondern der gesamte Industriestandort Europa.

Eine längere Fassung dieses Kommentars ist am 07.03.2017 beim Tagesspiegel Online erschienen.



DIW Berlin – Deutsches Institut
für Wirtschaftsforschung e.V.
Mohrenstraße 58, 10117 Berlin
T +49 30 897 89 -0
F +49 30 897 89 -200
84. Jahrgang

Herausgeberinnen und Herausgeber

Prof. Dr. Tomaso Duso
Dr. Ferdinand Fichtner
Prof. Marcel Fratzscher, Ph.D.
Prof. Dr. Peter Haan
Prof. Dr. Claudia Kemfert
Prof. Dr. Lukas Menkhoff
Prof. Johanna Möllerström, Ph.D.
Prof. Karsten Neuhoff, Ph.D.
Prof. Dr. Jürgen Schupp
Prof. Dr. C. Katharina Spieß
Prof. Dr. Gert G. Wagner

Chefredaktion

Dr. Critje Hartmann
Dr. Wolf-Peter Schill

Redaktion

Renate Bogdanovic
Dr. Franziska Bremus
Prof. Dr. Christian Dreger
Sebastian Kollmann
Ilka Müller
Mathilde Richter
Miranda Siegel
Dr. Alexander Zerrahn

Lektorat

Karl Brenke
Ronny Freier

Vertrieb

DIW Berlin Leserservice
Postfach 74
77649 Offenburg
leserservice@diw.de
Tel. (01806) 14 00 50 25
20 Cent pro Anruf
ISSN 0012-1304
ISSN 1860-8787 (Online)

Gestaltung

Edenspiekermann

Satz

eScriptum GmbH & Co KG, Berlin

Druck

USE gGmbH, Berlin

Nachdruck und sonstige Verbreitung –
auch auszugsweise – nur mit Quellen-
angabe und unter Zusendung eines
Belegexemplars an die Serviceabteilung
Kommunikation des DIW Berlin
(kundenservice@diw.de) zulässig.

Gedruckt auf 100 % Recyclingpapier.