



17.05.2022 • Frank Biller, LBBW Research
Senior Analyst Sektor Automotives
Alexandra Schadow, LBBW Research
Abteilungsleiterin Cross-Asset-Research

LBBW
Bereit für Neues

Blickpunkt Automotive

Luxus in der Pole-Position

Mythos Luxusauto

»The fact is I don't drive just to get from A to B. I enjoy feeling the car's reactions, becoming part of it«



Enzo Ferrari
1898-1988

»Wir bauen Autos, die keiner braucht, aber die jeder haben will«



Ferdinand Porsche
1875-1951

»Das Beste oder nichts«



Gottlieb Daimler
1834-1900

»You'll never see a Lamborghini commercial in TV again. People who are able to afford a Lamborghini have better things to do than watching TV«



Ferruccio Lamborghini
1898-1988

Was ist ein Auto der Premiumklasse?

Beispiele:

Abgrenzungskriterium	Luxury cars	Sports cars
Anzahl Sitzplätze	-	2
Größe/Grundfläche	5 m ²	4,1 m ²
Gewicht	2.200 kg	1.565 kg
Passagiervolumen	3,4 m ³	-
Preis	hoch	-



Zuordnung ist nicht eindeutig



Keine einheitlichen Definitionen. EU-Kommission, Kraftfahrt-Bundesamt und LMC* haben eigene Termini. Klare Abgrenzung der Segmente oft nicht möglich.

*Segmente von LMC:

Economy, Non-Premium, Premium und Super-Premium

Mögliche Abgrenzungskriterien:

- Anzahl Sitzplätze
- Anzahl angetriebener Achsen
- Fahrzeuggröße
- Gewicht
- Gepäckraum
- Grundpreis
- Heckform
- Leistung
- Motorisierung
- Passagiervolumen
- Sitzhöhe

Quelle: LMC, statista, EU-Kommission, KBA, LBBW Research
17.05.2022 • Luxusautos

Bezeichnung EU-Kommission	Bezeichnung KBA	Beispiele
A: mini cars/Kleinstwagen	Minis	Fiat 500, Smart, Opel Adam
B: small cars/Kleinwagen	Kleinwagen	Ford Fiesta, Toyota Yaris, Opel Corsa
C: medium cars/Mittelklasse	Kompaktklasse	VW Golf, Mercedes Benz A-Klasse, Audi A3
D: large cars/Oberer Mittelklasse	Mittelklasse	Toyota Prius, Tesla Modell 3, VW Passat
E: executive cars/Oberklasse	Oberer Mittelklasse	Audi A6, BMW 5er, Mercedes Benz E-Klasse, Tesla Model S
F: luxury cars/Luxusklasse	Oberklasse	Audi A8, Bentley Mulsanne, BMW 7er, Jaguar X351, Mercedes Benz S-Klasse, Porsche Panamera
S: sport coupés/Sportwagen	Sportwagen	Ferrari 458 Italia, Lamborghini Gallardo, Porsche 911, Aston Martin Rapide, Maserati Gran Turismo, Audi TT, Mercedes Benz CLK
M: multi purpose cars/Multivan	Mini-Vans/Großraum-Vans/Utilities/Wohnmobile	VW Touran, Mazda5, VW Sharan, Mercedes Benz Viano
J: sport utility cars/SUVs	SUV/Geländewagen	Dacia Duster, Audi Q5, Mercedes Benz GLK, Porsche Macan, Tesla Model X

Marktvolumen (2020) der drei wichtigen Premiumsegmente

69,2 Mrd. USD

Marktvolumen Executive.

1,4 Mio. Fahrzeuge p.a.
und
4,2% Anteil am Weltmarkt

Executive Cars

Durchschnittspreis pro Fahrzeug:

USA 41.415 USD (+23%*)

EU 58.128 USD (+103%)

China 51.726 USD (+119%)

53,6 Mrd. USD

Marktvolumen Sportscars.

0,8 Mio. Fahrzeuge p.a.
und
3,3% Anteil am Weltmarkt

Sportscars

Durchschnittspreis pro Fahrzeug:

USA 84.551 USD (+151%*)

EU 70.407 USD (+146%)

China 61.119 USD (+159%)

14,8 Mrd. USD

Marktvolumen Luxury.

0,1 Mio. Fahrzeuge p.a.
und
1,0% Anteil am Weltmarkt

Luxury Cars

Durchschnittspreis pro Fahrzeug:

USA 80.623 USD (+139%*)

EU 132.436 USD (+363%)

China 101.569 USD (+331%)

*Prozent über dem Durchschnitts-Fahrzeugpreis des gesamten Marktes
Quelle: statista, LBBW Research

Unsere Abgrenzung

Wir fokussieren uns bei weltweiten Analysen auf die LMC-Segmente Economy, Non-Premium, Premium und Super-Premium, wobei Economy + Non-Premium = Non Premium und **Premium + Super-Premium = Premium**. Für den deutschen Markt ziehen wir zusätzlich Daten von KBA für die Segmente Oberklasse und Sportwagen heran.

Europäische Hersteller dominieren den Premium-Markt

Automobilmarken Premium-Segment nach Marktstatus



Automobilmarken Non-Premium-Segment nach Marktstatus



- Die Preisspanne innerhalb der einzelnen Segmente ist extrem hoch
- Automarken im Premium-Segment verfolgen „Premiumstrategie“
- Erfolgreiche Premiumstrategie sorgt für hohe Gewinne im Verhältnis zur Anzahl verkaufter Autos

Anmerkungen: Primäre Einteilung der Modelle nach Hersteller, Einzellokalisierung von Modellen nach Einkaufspreis und prozentualer Abweichung vom Segmentdurchschnitt

Quelle: LMC Automotive, LBBW Research

Premium ist nicht gleich Premium: Preisspanne extrem



 **Maserati Ghibli**
ab 65.380€
Oberklasse*



Rolls Royce Dawn 
bis 416.499 EUR
Oberklasse*

 **Alfa Romeo Giulietta**
ab 21.500 EUR
Kompaktklasse*



Mercedes-Benz G65 AMG 
bis 275.000 EUR
Geländewagen*

 **Dacia Sandero**
ab 6.890 EUR
Kompaktklasse*

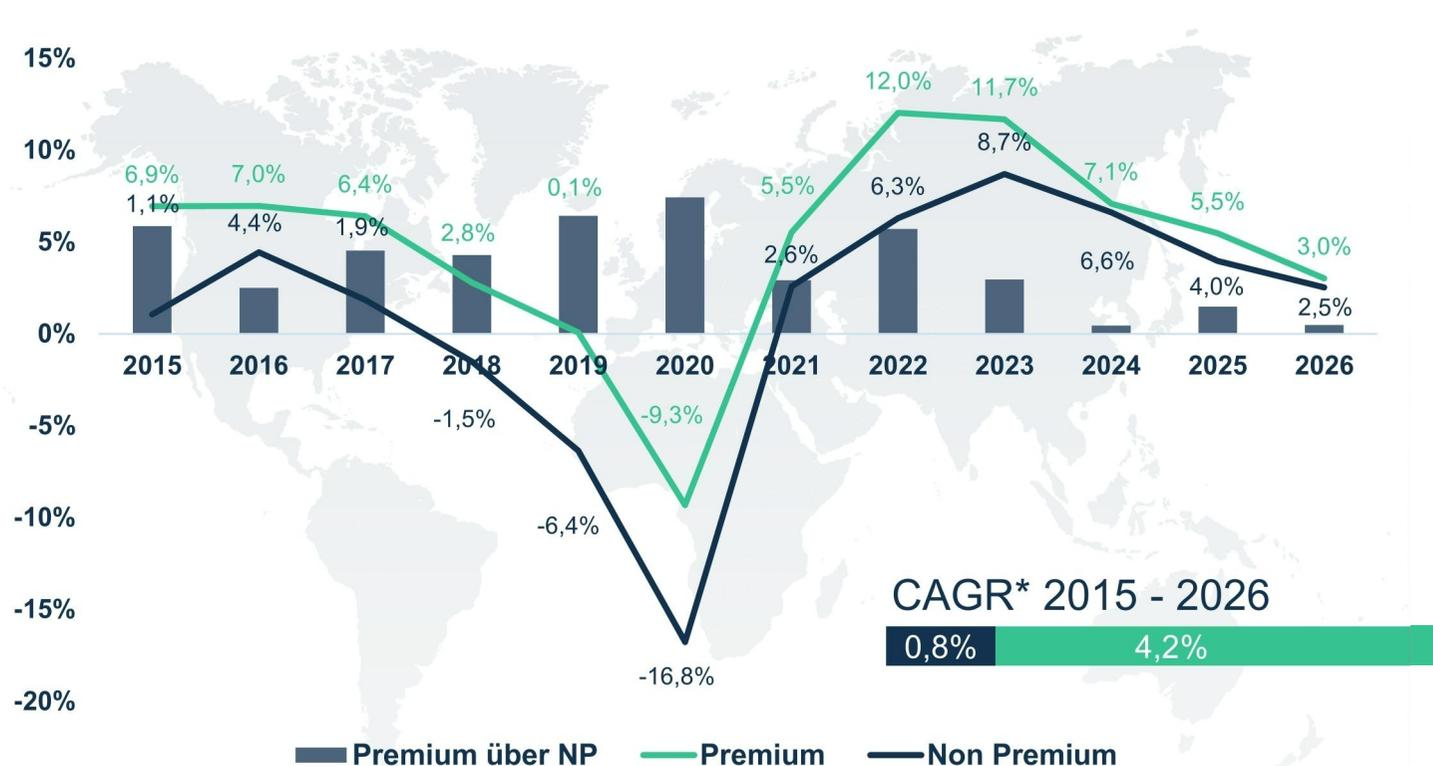


VW Touareg R 
bis 133.235 EUR
Geländewagen*

* Segment-Bezeichnungen des KBA
Quellen: ADAC, LMC Automotive, KBA, LBBW Research

Premium-Segment zeigt konstant höhere Wachstumsraten

Wachstumsraten Automobilproduktion in %

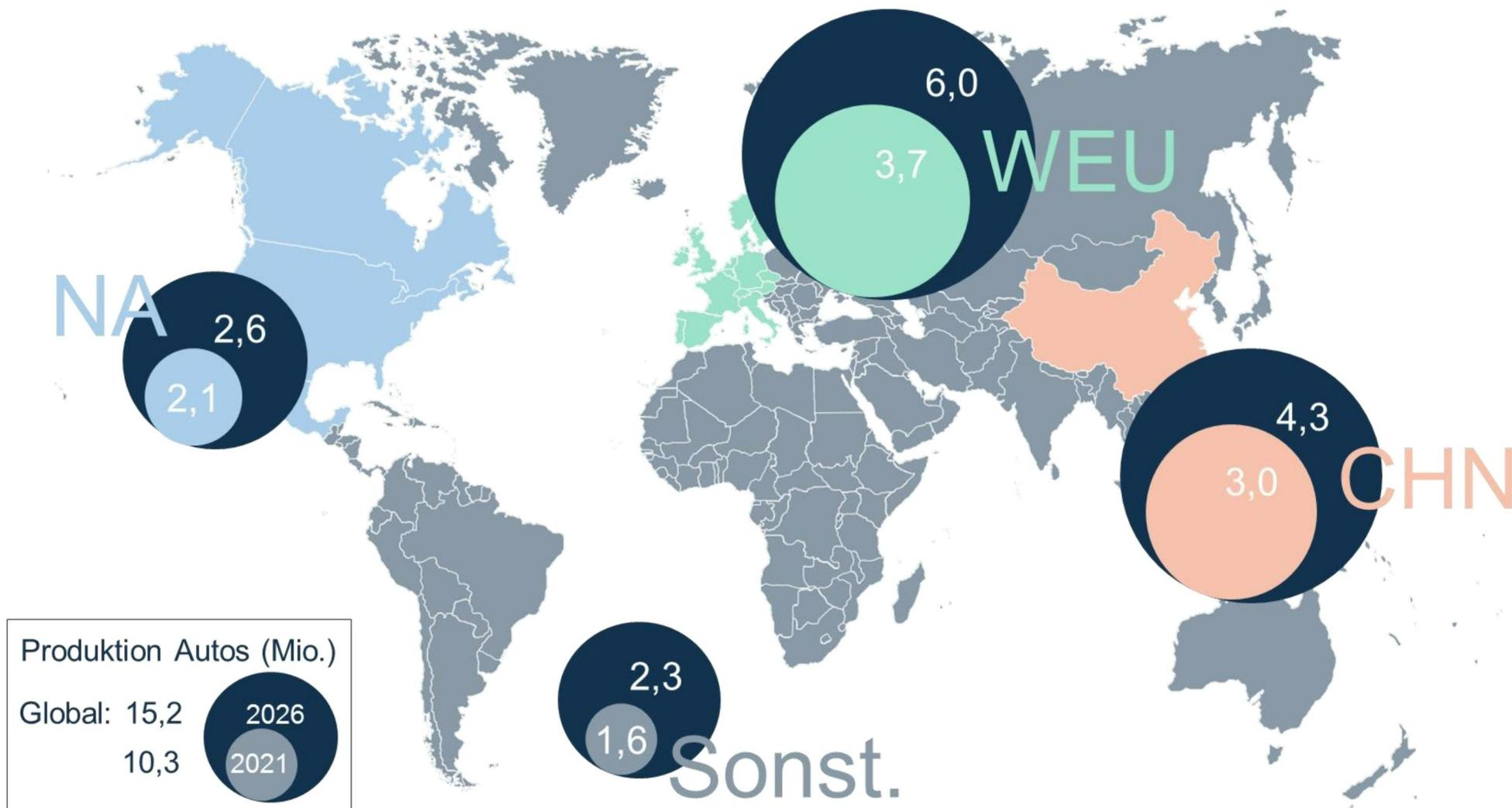


- Premium-Fahrzeuge erreichen zweistellige Wachstumsraten in 2022 und 2023
- Produktionszahlen trotz der Krise 2020: das Premium-Segment schlägt den restlichen Markt deutlich
- Gesamtproduktion 2021: Premium 10,5 Mio., Non-Premium 66,5 Mio.

* CAGR: compound annual growth rate (durchschnittlich jährliches Wachstum)
Quelle: LMC Automotive, LBBW Research

Die wichtigste Region bleibt Europa, gefolgt von China

in Mio. Fahrzeuge pro Jahr



Quelle: LMC Automotive, LBBW Research

Drei deutsche Marken führen Premiummarkt an

Größte Premiumautomobilmarken

nach Produktionsstückzahl (2021)

Marke		Stück	Anteil	seit 2017
BMW		2.204.022	21,1%	+0,7%
Mercedes-Benz		2.033.154	19,4%	-3,1%
Audi		1.574.081	15,0%	-2,6%
Tesla		930.310	8,9%	+7,9%
Lexus		713.440	6,8%	+0,6%
Volvo		706.833	6,8%	+1,4%
Cadillac		351.516	3,4%	+0,0%
Land Rover		302.403	2,9%	-1,5%
Porsche		300.080	2,9%	+0,5%
MINI		290.278	2,8%	-0,7%

Geographische Verteilung der Top 10 Hersteller



Europa: 7 (D 4, UK 2, S 1)



USA: 1



Japan: 1

- Ein reiner E-Autohersteller unter den TOP 10: Tesla mit größter Verbesserung der Marktpositionierung seit 2017 (2012: 0,03%)
- Mercedes-Benz und Audi verlieren Marktanteile gegenüber BMW und weiteren Premiumherstellern
- Porsche gewinnt stetig. Gegenüber 2012 (2,0%) legte der Marktanteil um 42% zu.

Premiumstrategie in der Autoindustrie

Hohe Preise = hohe Margen

40 %

der Gewinne mit 13% der verkauften Autos (2018).
McKinsey im Dezember 2019.

Was steckt hinter einer Premiumstrategie im Automobilsektor:

- Außergewöhnliches Design
- Exklusive Innovationen
- Edle Materialien (Interieur/Exterieur) und exzellente Verarbeitungsqualität
- Herausragende Serviceleistungen
- Moderner Komfort und Infotainment-Elemente

Wie sehen die größten Herausforderungen aus:

- Elektromobilität
- Autonomes Fahren
- Konnektivität
- Mobilitätskonzepte der Zukunft

Produktion von Luxuswagen bei den Premiumherstellern im Fokus

Anteil Premiumautos an Gesamtproduktion

Audi, BMW, Lexus und Tesla produzieren zu 100% Premiumautos. Mercedes-Benz kommt auf einen Anteil von 88%. Mehr als 70% der Premiumhersteller produzieren ausschließlich Premiumautos. Die größten Premiumproduzenten mit einem hohen Anteil an Non-Premiumproduktion sind Ford (2%), VW (0,6%) und Smart (63%).

Die Hersteller positionieren sich wegen der höheren Margen am oberen Premium-Rand. Der Übergang zu Luxusfahrzeugen ist hier fließend.



100%



88%



Audi

100%

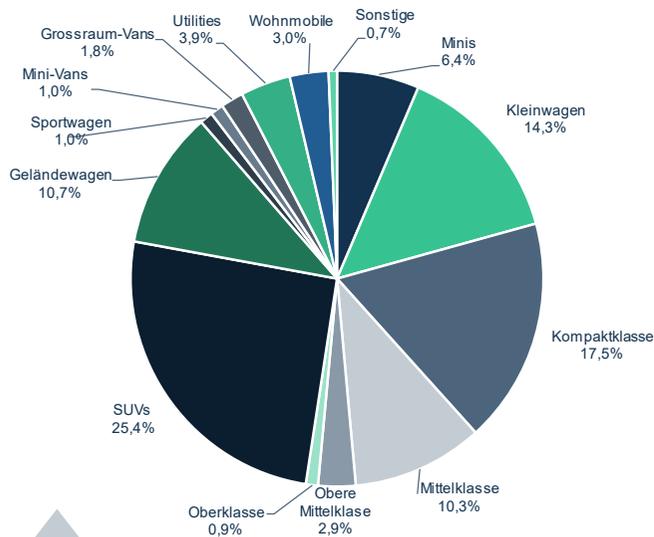


100%



100%

Ein Blick nach Deutschland zeigt Potenziale für die Luxusklassen



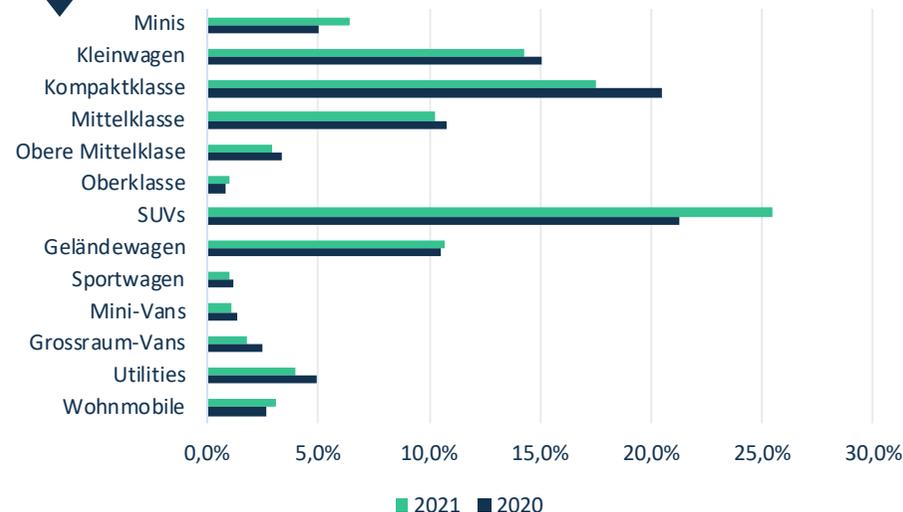
Wachstum bei Neuzulassungen im Luxusbereich

- 2021 legten SUVs mit 7,5% zu
- Oberklassewagen schafften ein Plus von 8,4%
- Dagegen verzeichneten Sportwagen ein Minus von 20,5%. Erfolgreich jedoch Ferrari (+47,4%) und Porsche (+2,0%).

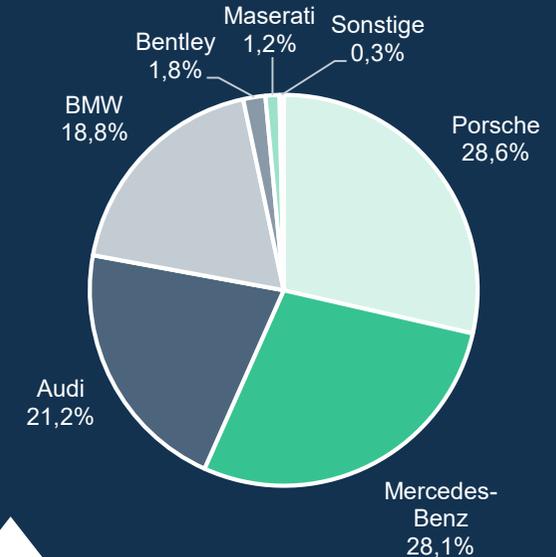
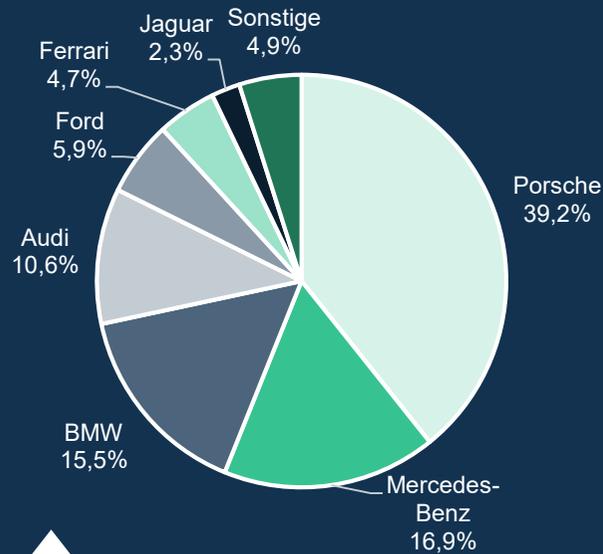
SUVs dominieren

- Das Segment SUVs macht 25,4% der Neuzulassungen aus
- Sportwagen kommen auf 1,0% und Oberklassewagen auf 0,9%

Quelle: KBA, LBBW Research



Porsche dominiert in Deutschland



Sportwagen

Porsche ist klarer Marktführer

- Der 911 ist der bekannteste Sportwagen von Porsche und ist seit 1963 der Inbegriff der Marke.

70%

der zugelassenen Porsche fahren noch.

Die drei wertstabilsten Sportwagen kommen aus dem Hause Porsche.

Oberklasse

Auch hier ist Porsche neben Mercedes-Benz ganz vorne dabei

- Der vollelektrische Taycan (MA 20,4%) trug 2021 maßgeblich hierzu bei.

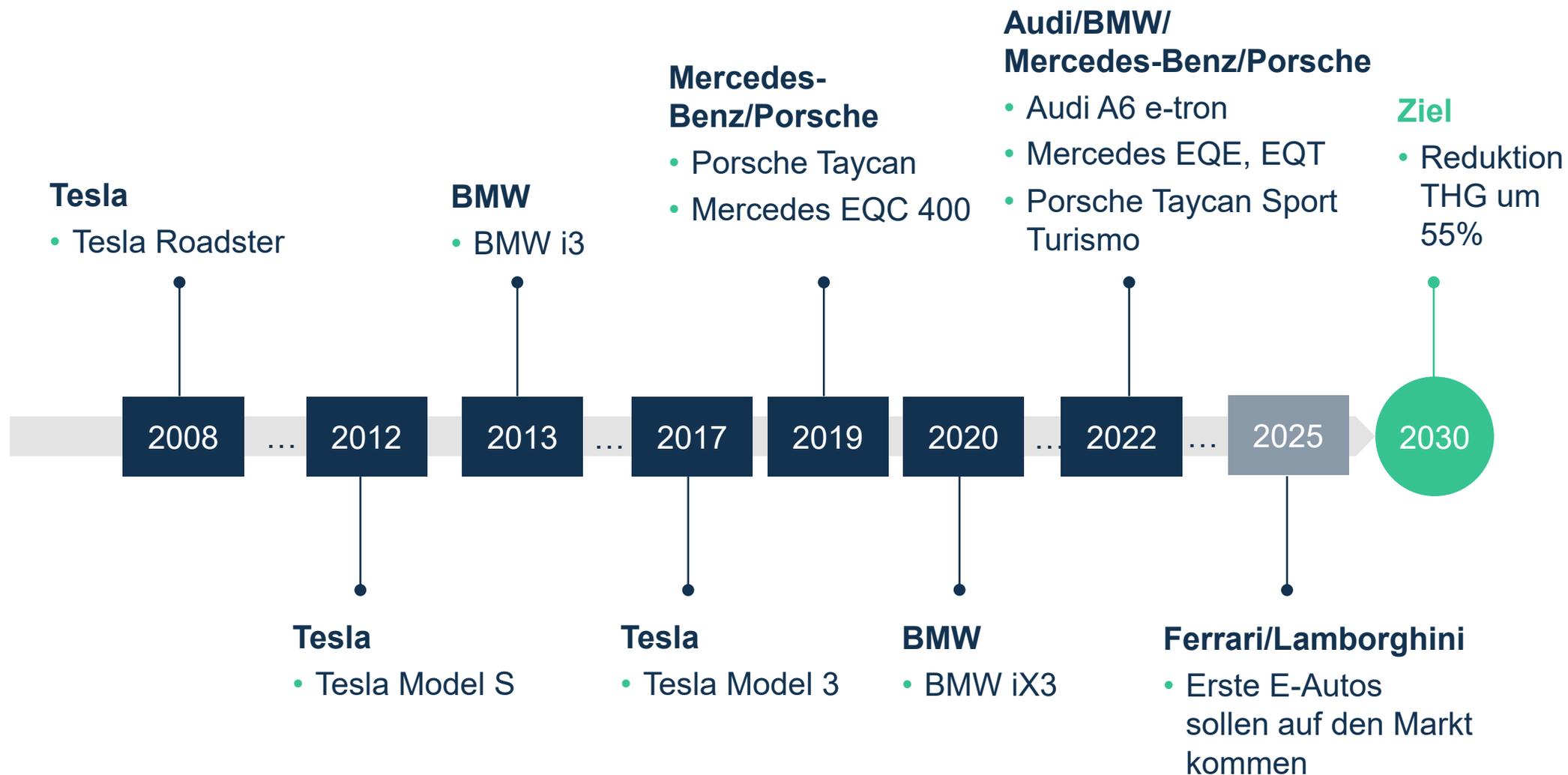
Quelle: KBA, Porsche, Schwacke, Auto Bild, LBBW Research



»That is the future. We cannot think that ... electrification, hybrids and fuel cells will not hit the super sports car segment. It will. It's a matter of time.«

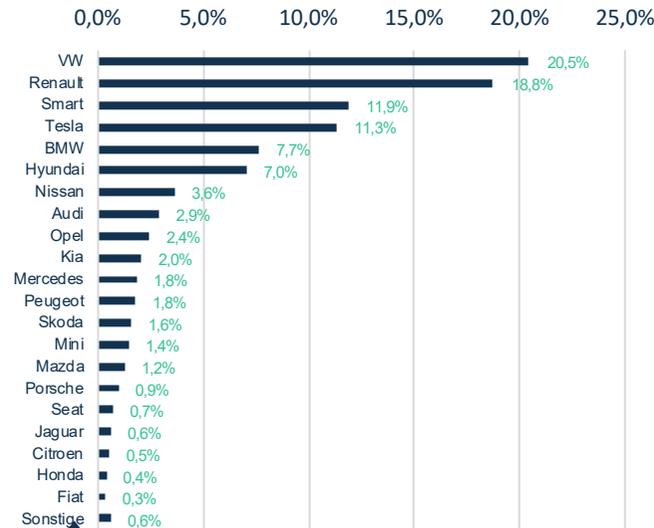
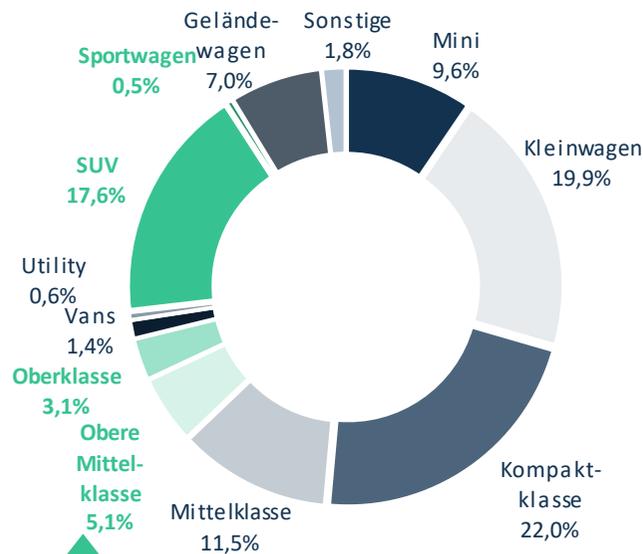
Stefano Domenicali
Ehemaliger CEO von Lamborghini, aktueller Geschäftsführer Formel 1

Tesla gibt Startschuss für Premiumautos mit reinem Elektroantrieb*



*Es handelt sich hier um eine Auswahl
 Quelle: Automobilhersteller, eigene Recherche, LBBW Research

Wachstumstreiber E-Mobilität



Deutschland 2020: E-Mobilität der Segmente

Premiumfahrzeuge stehen für 26% der Elektroantriebe

- Wachstum explodiert
- Fahrzeuge der Oberklasse haben den höchsten E-Anteil mit fast 7% in ihrem Segment

Quelle: KBA, LBBW Research

VW führt den Markt an Elektrofahrzeuge nach Marken (2021)



“Wir müssen weg von fossilen Energien. Da liegt es auf der Hand, die Antriebsart zu wechseln. Nun werden wir elektrisch....”

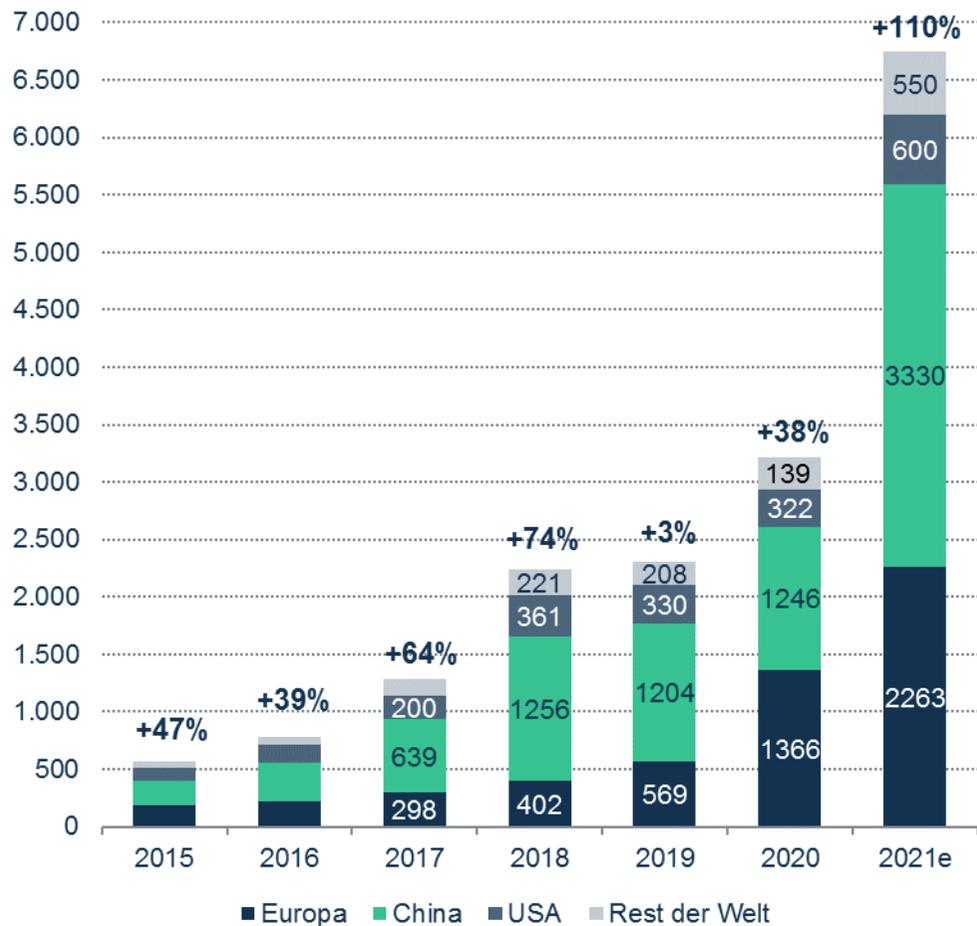
Ola Källenius, Vorstand Mercedes-Benz in der Zeit 2. Februar 2022

“Wir plädieren für Technologie-Offenheit, weil wir überzeugt sind, dass zumindest in den nächsten 10 bis 15 Jahren die Weiterentwicklung aller Technologien einen substanziellen Beitrag zum Klimaschutz leisten kann – mit großer Betonung auf Elektromobilität”

Oliver Zipse, Vorstand BMW in der NZZ 11. April 2022

China steht für rund 50% der weltweiten Elektrofahrzeuge

Neuzulassungen von Elektrofahrzeugen BEV und PHEV in Tsd. Einheiten weltweit



BEV: Battery Electric Vehicle PHEV: Plug-In-Hybrid Electric Vehicle

Quelle: zsw, ACEA, LBBW Research

Unterschiedliche Entwicklungen in den Regionen

Europa:

- Nachdem Europa als Folge der Förderung und Regulierung 2020 plötzlich der größte E-Automarkt wurde, liegt China 2021 mit einem Anstieg um 168% wieder vorn (Europa +66%).

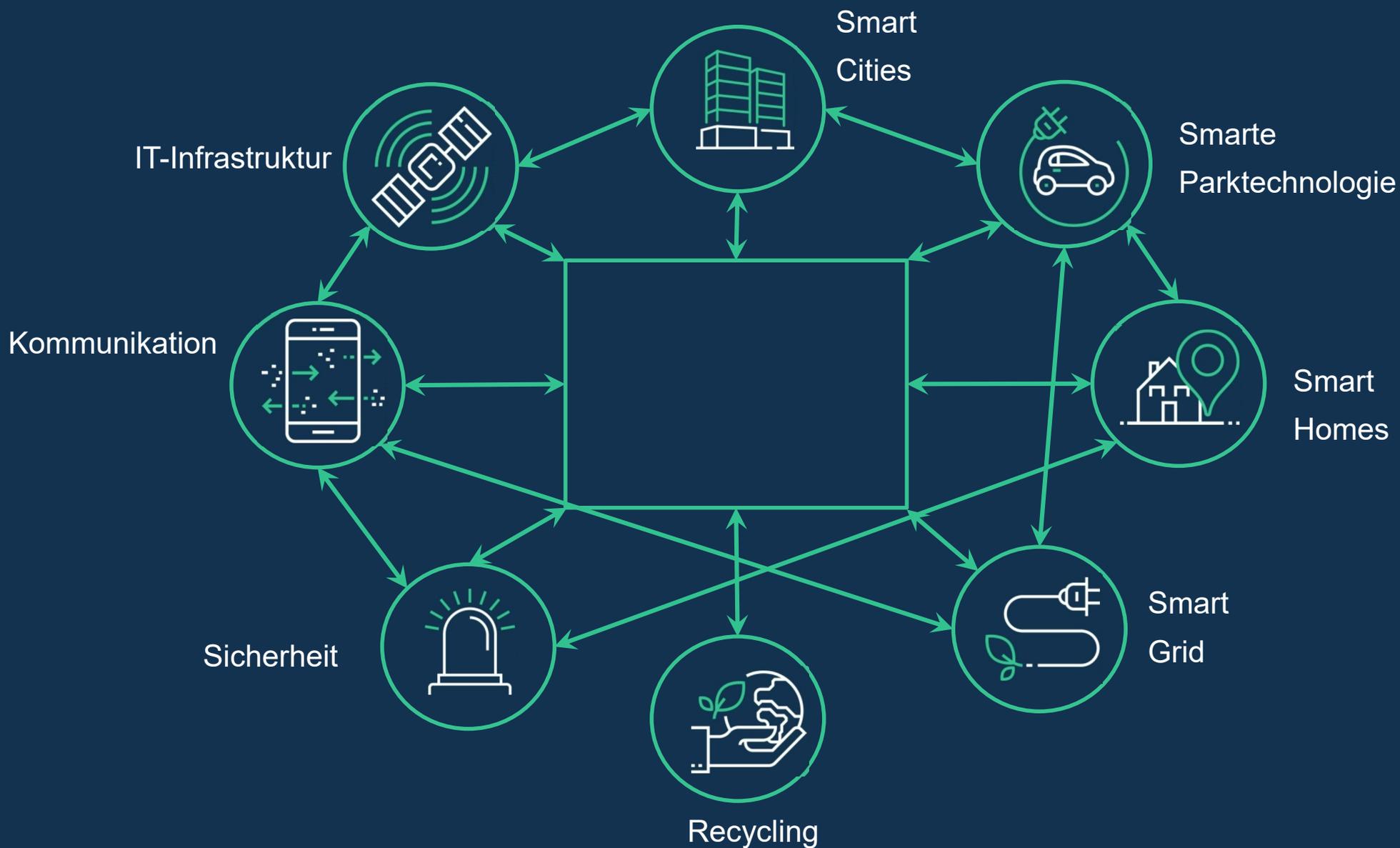
China:

- Mit rund 50% der weltweiten Zulassung ist China der größte E-Automarkt. 2020 wurde im 1. HJ gestört durch Corona, erholte sich jedoch schnell im 2. HJ.
- Staatliche Incentivierung, lokale Reglementierungen und Flottenziele (Credit-Points) für Hersteller.

USA:

- Rückläufige Entwicklung während Trump-Administration
- Geschätzte Verdoppelung in 2021 unter Präsident Biden

Connected Cars als elementarer Bestandteil des Ökosystems Mobility



Vernetzung – Enormes Wachstumspotenzial Aber auch technische Herausforderungen



1-3

Server

ersetzen bis zu 70-100
Steuergeräte in einem
Automobil



340 Mio.

vernetzte Fahrzeuge

weltweit unterwegs
bis 2025

CAGR +7%



10⁷ TB

Daten pro Monat

weltweite Übertragung
zwischen Fahrzeugen
und back-ends bis 2025

CAGR +216%



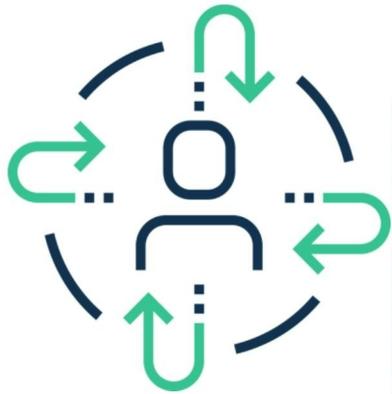
300 Mrd.

EUR

Umsatz mit Produkten
und Dienstleistungen im
Bereich vernetzter
Mobilität bis 2025

CAGR +13%

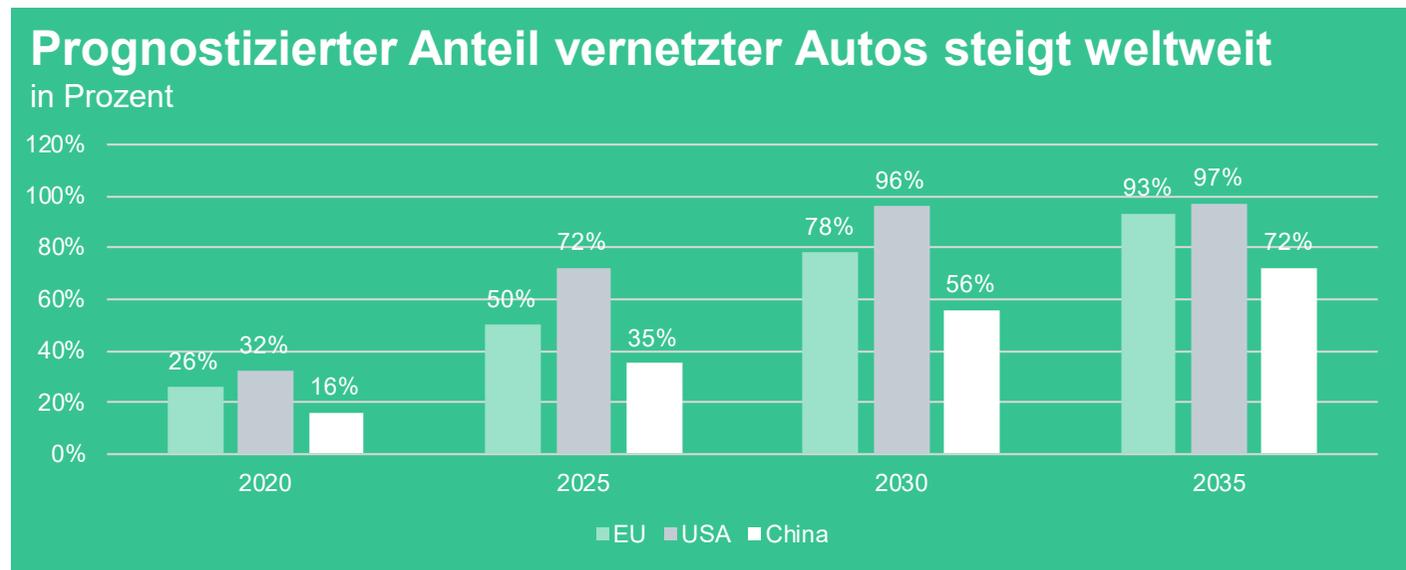
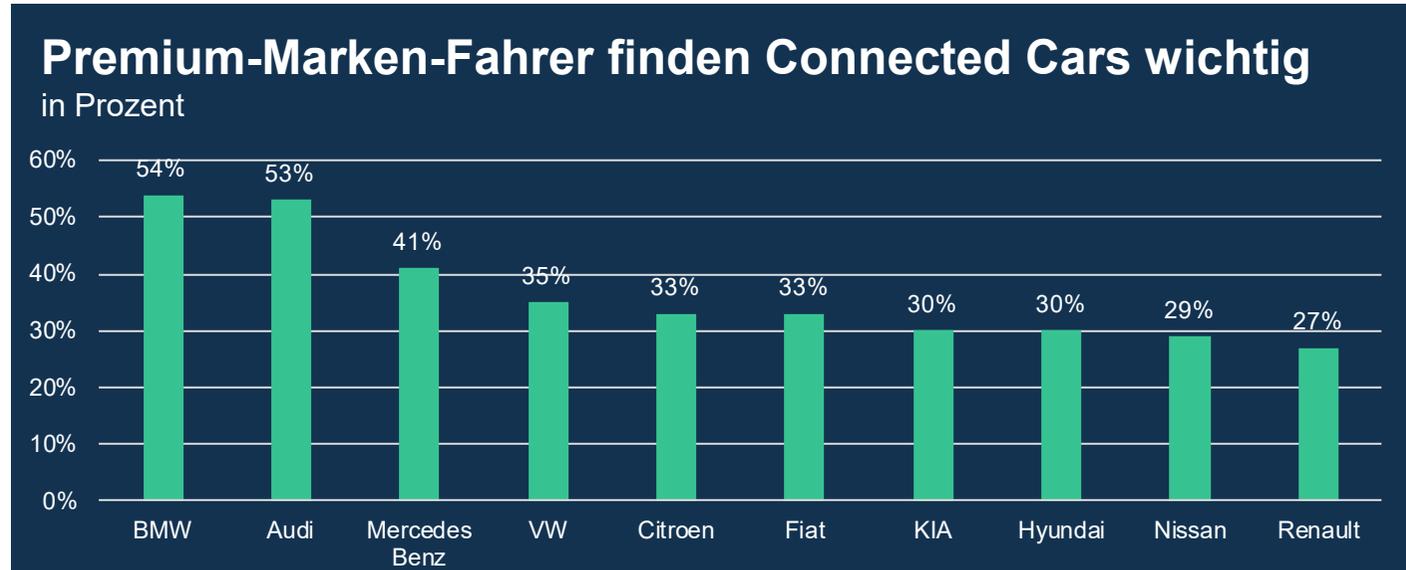
Bedeutung vernetzter Autos steigt – Premiumklasse als First Mover



Connected Cars im Dienste der Kunden

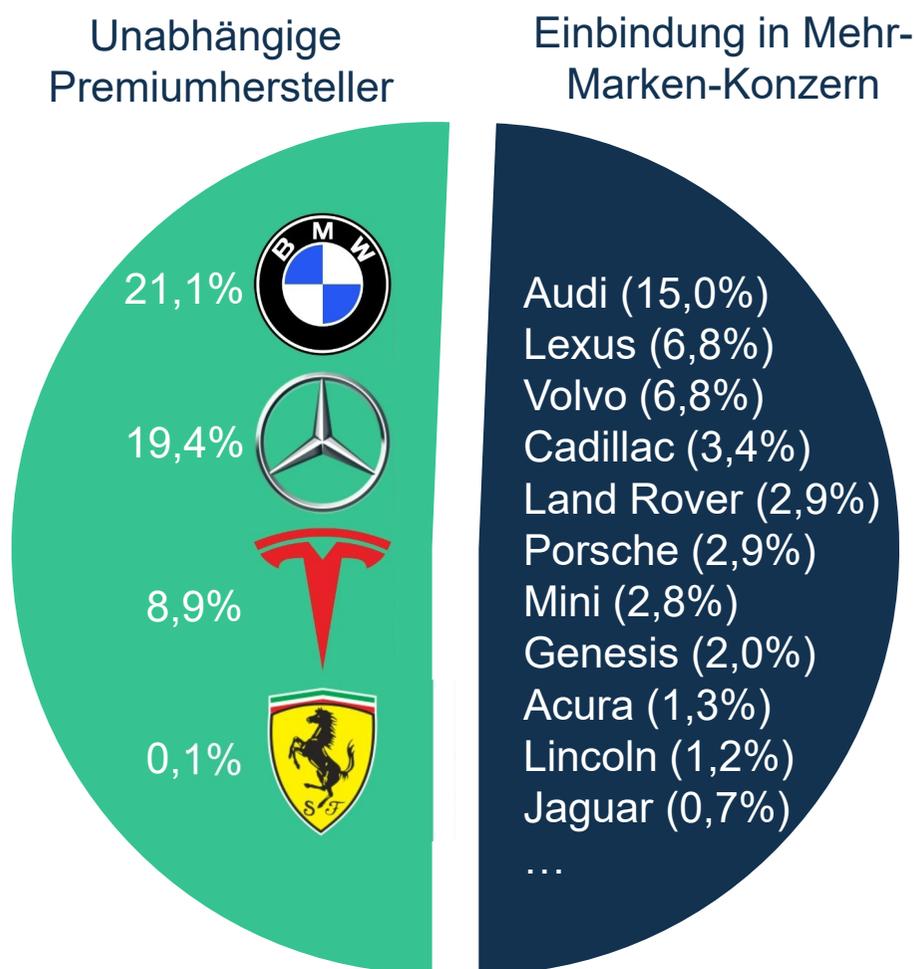
Die Mobilität der Zukunft baut auf intelligenter Vernetzung auf. Premiumautos können hier als First Mover gelten. Konnektivität als Wachstumstreiber.

Quelle: Statista, LBBW Research



Erfolgreiche Premiummarken können sowohl unabhängig als auch in Konzernverbänden eingebunden sein

Marktanteile Premiumhersteller (2021)

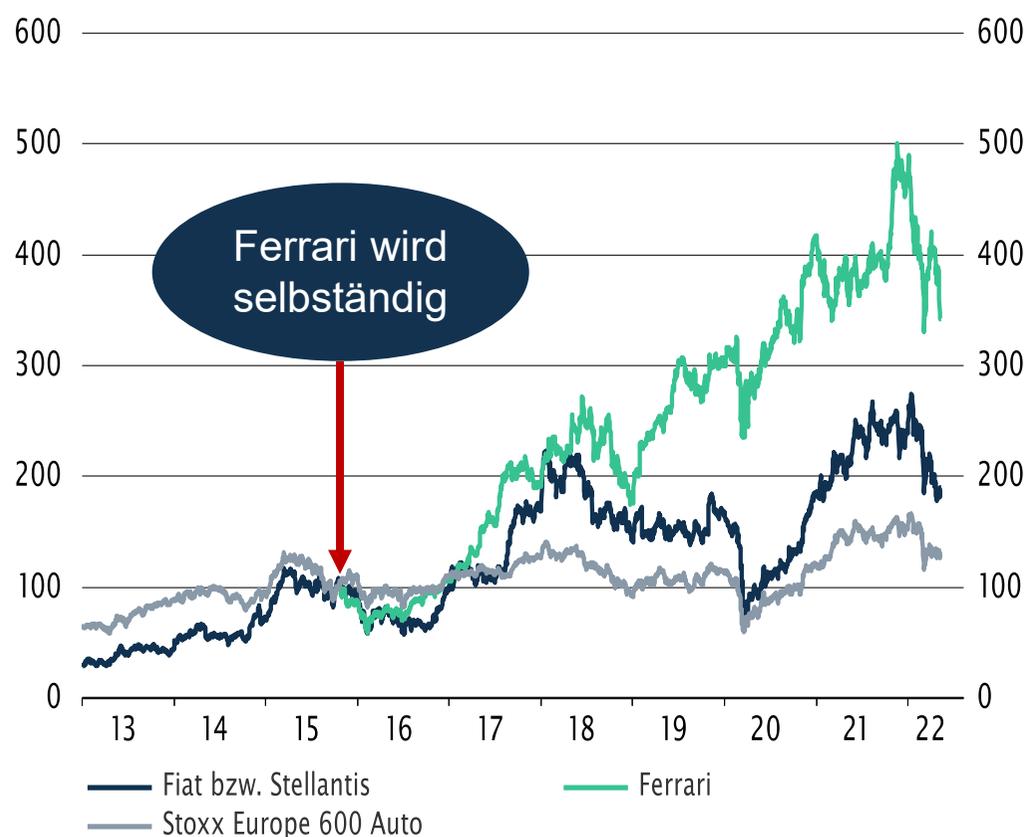


- BMW, Mercedes-Benz und Tesla sind die größten unabhängigen Premiummarken mit einem weltweiten Marktanteil von zusammen knapp 50%
- Der Rest entfällt auf zahlreiche Marken, welche in Mehr-Marken-Konzerne eingebunden sind, die auch das Non-Premium-Segment bedienen
- Zuletzt lagen Abspaltungen und IPOs von hochwertigen Geschäftsfeldern im Trend:
 - VW / TRATON, MB / Daimler Truck, CNH / Iveco
 - Continental / Vitesco Technologies
 - Siemens / Siemens Healthineers / Siemens Energy
 - GE / GE Healthcare / GE Energy / GE Aviation
- Vorteile aus Kapitalmarktsicht:
 - Fokussierung auf die hochwertige Marke
 - Reduzierung des Konglomeratsabschlags
 - Renditechancen beim Investor

Abspaltung und Wertsteigerung am Beispiel Ferrari

Kursentwicklung Stellantis, Ferrari...

in EUR

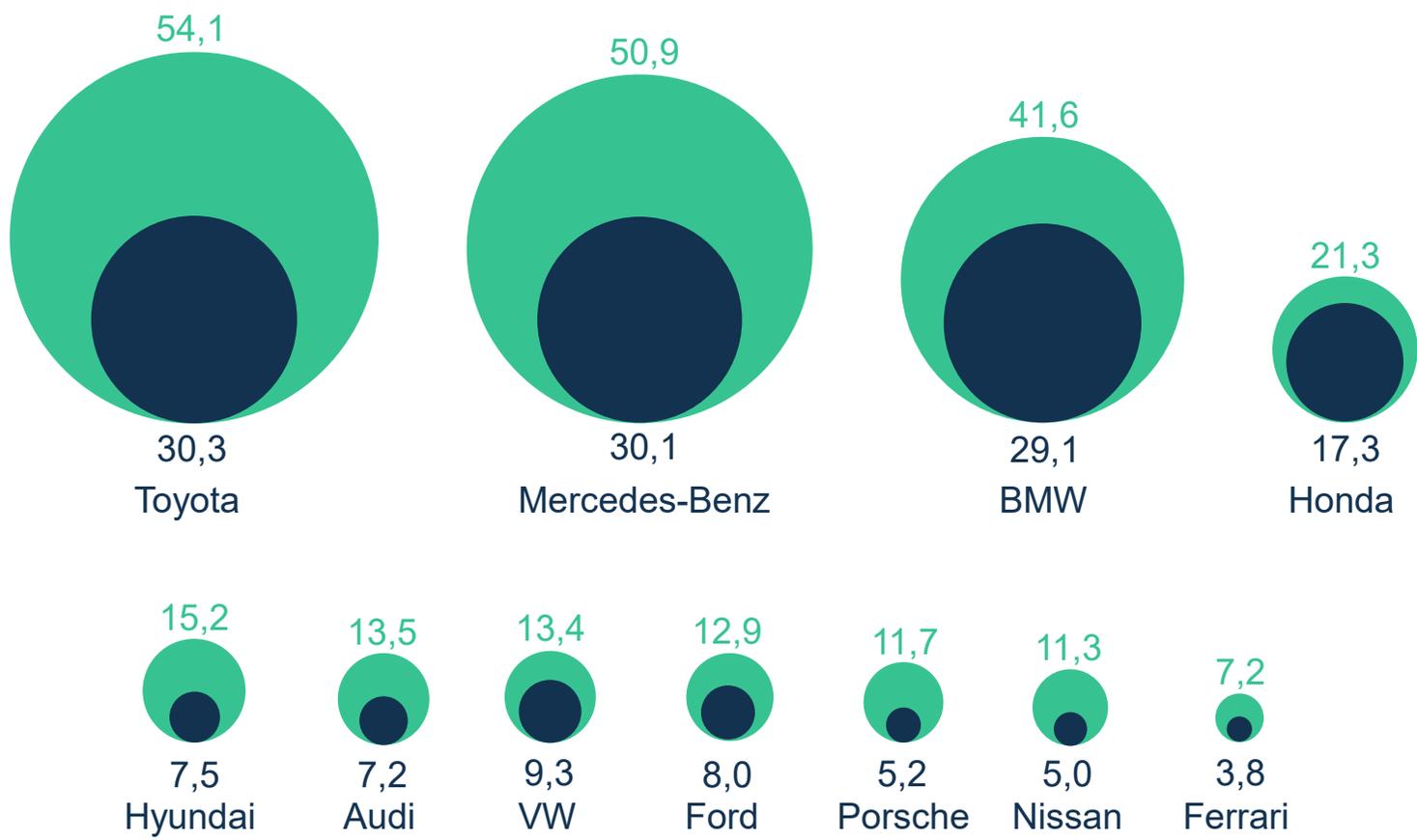


- Ferrari wurde am 21.10.2015 aus dem Fiat-Konzern herausgetrennt und an die Börse gebracht
- Ferrari legte seither an der Börse +243% zu
- Gleichzeitig gewann Fiat bzw. Stellantis +90%; Stoxx Europe 600 Auto +32%)
- Dagegen verlor Aston Martin seit dem Börsengang im Oktober 2018 rd. 94% an Marktwert
- Im Zeitraum 21.05.15 bis 31.12.17 erzielten Ferrari und Stellantis vs. Stoxx Europe Auto 600 eine Outperformance von 64% bzw. 42%

Quelle: Bloomberg, Refinitiv, LBBW Research

Brand Value führender Automobilhersteller 2021 vs. 2012

(in Mrd. USD)



Nur Toyota und Mercedes-Benz befinden sich dauerhaft in den Top10 der wertvollsten Marken!

Quelle: Interbrand, LBBW Research

Premiumhersteller haben strategische Vorteile

Luxus und Kaufkraft

- Luxusartikel interessieren Kunden mit hoher Kaufkraft; aber kleine Kundengruppe
- Steigender Wohlstand erweitert Käuferschicht
- Verkauf von Individualität
- Niedrigere Rabatte und zusätzliche Sonderausstattung
- Keiner muss Premiumprodukte kaufen - jeder will sie haben



Bessere Margen

Innovation und Emotion

- Teure technische Innovationen (u.a. Sicherheit/Komfort) eignen sich zunächst für Premium
- First Mover wird belohnt und kann dies später in Masse ausrollen
- Premium spielt auch bei E-Mobilität eine Hauptrolle
- Premiumauto als Teil des Ökosystems Mobilität mit höchsten Vernetzungsansprüchen
- Premiumautos bringen Emotionen und „Freude am Fahren“



**Premium
= mehr als ein Auto**

Loyalität und Resilienz

- Treue Fangemeinde
- Höhere Restwerte durch begrenztes Angebot (Sammlerstücke, Oldtimer)
- Niedrigere Kaufpreiselastizität, d.h. Nachfrage ist weniger anfällig für exogene Schocks
- Stabilere Ergebnisse
- Standalone können Luxusartikel ihren vollen Wert entfalten
- Konzerne verlieren ihren Konglomeratsabschlag



**Höhere Werthaltigkeit
Höhere Marktbewertungen**

Disclaimer

Diese Publikation richtet sich ausschließlich an Empfänger in der EU, Schweiz und in Liechtenstein.

Diese Publikation wird von der LBBW nicht an Personen in den USA vertrieben und die LBBW beabsichtigt nicht, Personen in den USA anzusprechen.

Aufsichtsbehörden der LBBW: Europäische Zentralbank (EZB), Sonnemannstraße 22, 60314 Frankfurt am Main und Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht (BaFin), Graurheindorfer Str. 108, 53117 Bonn / Marie-Curie-Str. 24-28, 60439 Frankfurt.

Diese Publikation beruht auf von uns nicht überprüfbaren, allgemein zugänglichen Quellen, die wir für zuverlässig halten, für deren Richtigkeit und Vollständigkeit wir jedoch keine Gewähr übernehmen können. Sie gibt unsere unverbindliche Auffassung über den Markt und die Produkte zum Zeitpunkt des Redaktionsschlusses wieder, ungeachtet etwaiger Eigenbestände in diesen Produkten. Diese Publikation ersetzt nicht die persönliche Beratung. Sie dient nur Informationszwecken und gilt nicht als Angebot oder Aufforderung zum Kauf oder Verkauf. Für weitere zeitnähere Informationen über konkrete Anlagemöglichkeiten und zum Zwecke einer individuellen Anlageberatung wenden Sie sich bitte an Ihren Anlageberater.

Wir behalten uns vor, unsere hier geäußerte Meinung jederzeit und ohne Vorankündigung zu ändern. Wir behalten uns des Weiteren vor, ohne weitere Vorankündigung Aktualisierungen dieser Information nicht vorzunehmen oder völlig einzustellen.

Die in dieser Ausarbeitung abgebildeten oder beschriebenen früheren Wertentwicklungen, Simulationen oder Prognosen stellen keinen verlässlichen Indikator für die künftige Wertentwicklung dar.

Die Entgegennahme von Research Dienstleistungen durch ein Wertpapierdienstleistungsunternehmen kann aufsichtsrechtlich als Zuwendung qualifiziert werden. In diesen Fällen geht die LBBW davon aus, dass die Zuwendung dazu bestimmt ist, die Qualität der jeweiligen Dienstleistung für den Kunden des Zuwendungsempfängers zu verbessern.

Mitteilung zum Urheberrecht: © 2014, Moody's Analytics, Inc., Lizenzgeber und Konzerngesellschaften ("Moody's"). Alle Rechte vorbehalten. Ratings und sonstige Informationen von Moody's ("Moody's-Informationen") sind Eigentum von Moody's und/oder dessen Lizenzgebern und urheberrechtlich oder durch sonstige geistige Eigentumsrechte geschützt. Der Vertriebshändler erhält die Moody's-Informationen von Moody's in Lizenz. Es ist niemandem gestattet, Moody's-Informationen ohne vorherige schriftliche Zustimmung von Moody's ganz oder teilweise, in welcher Form oder Weise oder mit welchen Methoden auch immer, zu kopieren oder anderweitig zu reproduzieren, neu zu verpacken, weiterzuleiten, zu übertragen zu verbreiten, zu vertreiben oder weiterzuverkaufen oder zur späteren Nutzung für einen solchen Zweck zu speichern. Moody's® ist ein eingetragenes Warenzeichen.