



Coronavirus-Ausbruch und Lockdowns haben die Automobilbranche hart getroffen.

Wegen der Krise im Zusammenhang mit der Coronavirus-Epidemie hat der französische Autohersteller Renault im Jahr 2020 einen historischen Verlust von 8 Milliarden Euro eingefahren, teilte der Konzern in einer am Freitag veröffentlichten Pressemitteilung mit.

Dieser historische Verlust erklärt sich vor allem durch den Beitrag des japanischen Partners Nissan, der zu 43% zu Renault gehört: Er belastete den Konzern in Höhe von 4,9 Milliarden Euro. Renault wiederum verzeichnete einen Absatzeinbruch von 21,3% im Jahresverlauf und verkaufte in einem rückläufigen Automarkt weniger als drei Millionen Fahrzeuge.

„Profitabilität und Cash-Generierung haben Vorrang“

In der ersten Jahreshälfte verzeichnete der Konzern im Zusammenhang mit der Covid-19-Krise einen Verlust von 7,3 Mrd. €. Das Unternehmen konnte jedoch in der zweiten Jahreshälfte mit einem Verlust von nur 660 Mio. € und einem Umsatzrückgang von 8,9% den Abwärtstrend verlangsamen.

„Priorität haben Profitabilität und Cash-Generierung, wie in unserem strategischen Plan Renaultution angekündigt“, der im Januar vorgestellt wurde, wird CEO Luca de Meo in der Pressemitteilung zitiert. „2021 wird ein schwieriges Jahr, mit Unsicherheiten in Bezug auf Gesundheitskrisen und die Versorgung mit elektronischen Komponenten. Der Konzern hat keine Prognose für das Jahr 2021 veröffentlicht. Er hat Liquiditätsreserven in Höhe von 16,4 Mrd. Euro angesammelt, wovon 4 Mrd. auf staatlich garantierte Kredite entfallen.

Ziel: 2,5 Milliarden Euro an Einsparungen bis 2023

Renault, das schon vor der Krise schlecht dastand, hatte Ende Mai 2020 einen Sparplan von mehr als 2 Milliarden Euro über drei Jahre angekündigt, der den Abbau von weltweit rund 15.000 Stellen vorsah.

Im Sommer 2020 ins Amt gekommen, kündigte Luca de Meo im Januar neue Budgetkürzungen an, vor allem in der Forschung, aber keine neuen Entlassungen: Ziel ist es nun, bis 2023 insgesamt 2,5 Milliarden Euro einzusparen, bis 2025 3 Milliarden. Luca De Meos Roadmap, die sich auf „Wert“ statt auf „Volumen“ konzentriert, zielt darauf ab, bis 2023 eine operative Marge von mehr als 3% zu erreichen.