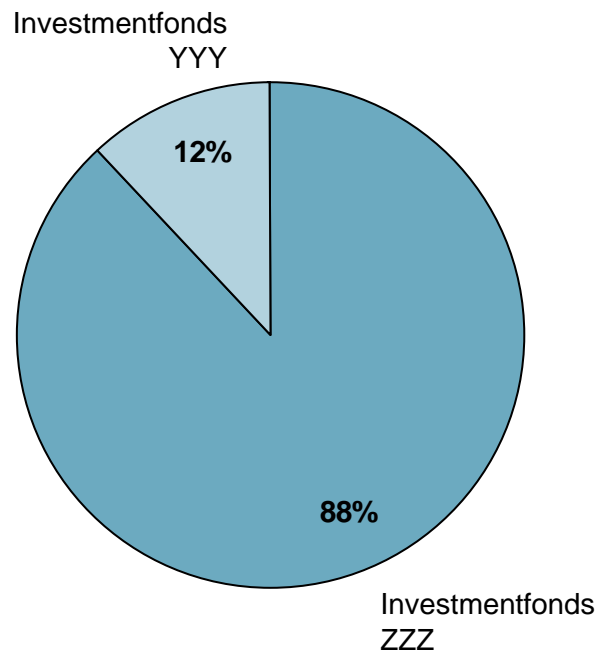

A. Fahrzeughersteller Europa

Eigentümer von XXX sind zwei Fondsgesellschaften

Aktionärsstruktur

Aktionärsstruktur 2004



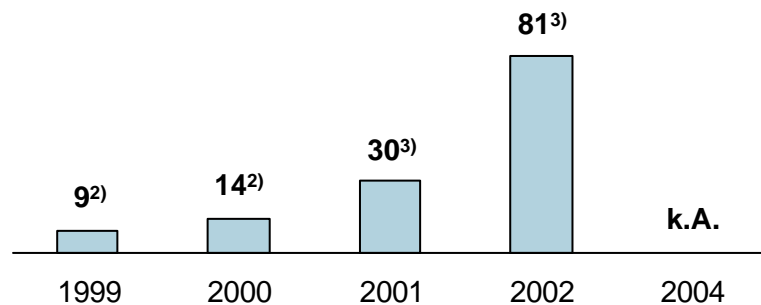
Politischer Einfluss der Aktionäre

- Der Hauptaktionär ist der Investmentfonds ZZZ
- YYY Fond wurde 1992 gegründet, um an der Privatisierung teilzunehmen und kleinere bis mittlere Anteile an Finanzunternehmen in der EU zu halten
- Beide Unternehmen stehen mit AAA in Verbindung

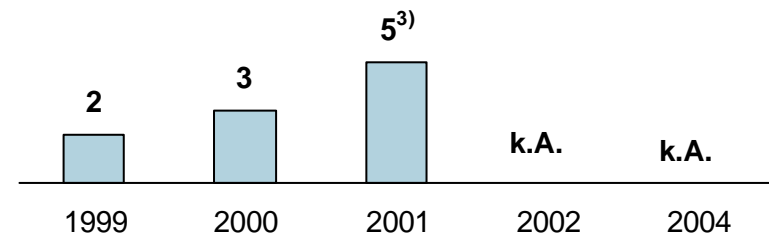
Stetiger Anstieg bei Umsatz und Betriebsgewinn – Nettogewinn dennoch nahe Null

Finanzzahlen¹⁾

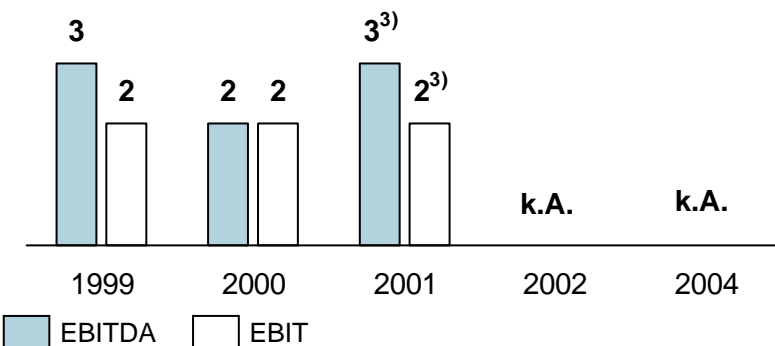
Umsatz [Mio. EUR]



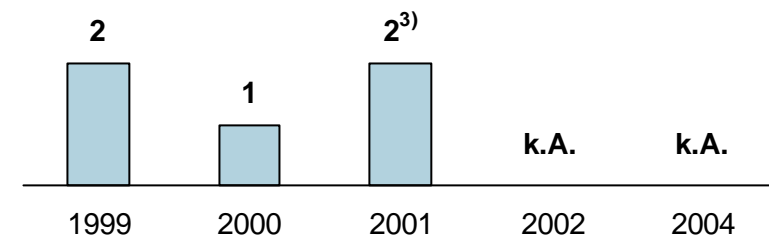
Betriebsgewinn [Mio. EUR]



EBITDA/EBIT [Mio. EUR]



Nettogewinn [Mio. EUR]



1) Nach britischem Buchhaltungsstandard

2) Zahlen unsicher

3) Schätzung

XXX strebt eine Ausweitung seines Produktportfolios und umfangreiche Investitionen an

Strategische Perspektive

Staatliche Unterstützung

- Das Parlament erkannte der Region 1969 den Status einer Freien Wirtschaftszone zu
- Dieser Status erlaubt eine zollfreie Einfuhr von Teilen

Strategische Planung

Investitionen

- Geplante Investition für den HHH 300-600 Mio. EUR (Angaben von XXX)
- Weitere 900 Mio. EUR in den nächsten 3 Jahren geplant

Partnerschaften

- Unterzeichnete Verträge mit einer litauischen Firma zur Produktion von Bussen
- Suche nach strategischen Partnern zur Montage neuer Fahrzeugmodelle

Exporte

- Geschlossene Verträge zum Export des KKK nach Neuseeland, in den Nahen Osten und in die EU

Produktionspläne und neue Modelle bis 2001

Modell	Segment	Produktion in Tsd.
Gesamt	A, B, C, D, E, SUV, SLW, LKW	50
Neue Modelle	E	10 ¹⁾
	SUV	10
	SUV	1
		10
		10

1) Gesamte Produktionskapazität

XXX ist ein erfolgreiches Unternehmen, hat jedoch keine eigene Marke und kein eigenes Profil

SWOT-Analyse

STÄRKEN

- Dynamisches Management mit Verbindungen zu örtlichen Behörden und einem guten Ruf bei den globalen Playern
- Erfahrene Arbeitskräfte
- Sitz in der freien Wirtschaftszone

CHANCEN

- Kooperationsvertrag mit weiteren global tätigen Playern – Erweiterung der Produktpalette
- Steigende Lokalisierung erhöht die Margen
- Exportpotenzial

SCHWÄCHEN

- Praktisch keine Unterstützung im Sales und Marketing
- Keine eigene Marke
- Produktionskapazitäten (Land, Gebäude und Ausrüstung) gemietet, kein Eigentum
- Kein eigenes Händlernetz

RISIKEN

- Der Zulieferer könnte bei weiterem Wachstum eine eigene Produktion beginnen
- Andere Montageunternehmen stellen direkte Konkurrenz zu XXXs Nicht-amerikanischen-Modellen dar

FFF baut auf eine Drei-Säulen-Strategie: Realistische Ziele, günstige Zollregelungen und ein gut ausgebautes Händlernetz

Strategische Fragestellungen

- FFF versucht, eine klare **Preisführerschaft** in den P-Segment-Modellen einzunehmen
- Ausschlaggebender **Vorteil** von FFF ist die Regelung einer zollfreien Einfuhr der Teile gegen einen 20%igen local content in der Produktion bis 2002
- FFF verfolgt **realistische Ziele** mit einer **Produktion** von **22.000 Fahrzeugsitzen** bis Ende 2002
- Die **Verkaufsstrategie** beinhaltet zwei Hauptelemente:
 - FFF hat das größte Händlernetz aller ausländischen Autohersteller in Spanien
 - FFF hat den günstigsten Zinssatz bei Kreditkäufen