

Sperrfrist: 10.4.2019, 6:00 Uhr

Pressemeldung

Automotive Performance 2019:

China in der Transformation: Markttrends und Marktpositionierung der globalen Automobilhersteller

Von Prof. Dr. Stefan Bratzel

Center of Automotive Management (CAM)

Bergisch Gladbach, den 10.4.2019

- *Chinesischer Automobilmarkt zunehmend in kritischer Situation. CAM rechnet für China nach Absatzrückgang in 2018 (-3,8%) auch im laufenden Jahr mit einem Minus von 5 Prozent*
- *Deutsche Hersteller zählen zwar zu den Marktanteilsgewinnern im zurückliegenden Jahr. Gleichzeitig steigt die Verwundbarkeit der deutschen Hersteller durch die starke Abhängigkeit vom chinesischen Markt*
- *China ist in einer Transformationsphase. Dabei ist künftig mit einer höheren Volatilität des chinesischen Marktes und einer Konsolidierung der Branche zu rechnen.*
- *Die Wachstumsaussichten für den Weltautomobilmarkt trüben sich zunehmend ein.*

Der größte globale Automobilmarkt China befindet sich derzeit in einer kritischen Situation. In den letzten neun Monaten ist der Automobilabsatz im Vergleich zum Vorjahreszeitraum kontinuierlich gefallen. Im Gesamtjahr 2018 steht - erstmals seit den 1990er Jahren – ein Minus von 3,8 Prozent auf jetzt 23,3 Millionen Pkw. Auch im März 2019 sinken die Verkäufe um 12 Prozent, wodurch sich der Abwärtstrend vom Februar (-18,5) und Januar (-4%) weiter fortsetzt. Die Gründe für den Marktrückgang sind vor allem die sich verlangsamende wirtschaftliche Entwicklung im Zuge der Handelskonflikte zwischen China und den USA, steuerliche Veränderungen sowie das dadurch abnehmende Verbrauchervertrauen. Trotz der steuerlichen Incentivierung durch die chinesische Regierung rechnet das CAM nach einer Prognose für das Gesamtjahr mit einem Rückgang des chinesischen Pkw-Marktes von 5 Prozent auf rund 22 Mio. Pkw.

Zwar kommt an China mit einem Weltmarktanteil von 28 Prozent kein globaler Hersteller vorbei. Allerdings ergeben sich für globale Automobilhersteller aufgrund der Abhängigkeit vom chinesischen Markt besondere Herausforderungen. CAM hat die Marktpositionierung der 20 globalen Automobilhersteller in einer aktuellen Studie untersucht und kommt zu folgenden Ergebnissen (vgl. Abbildung 1).

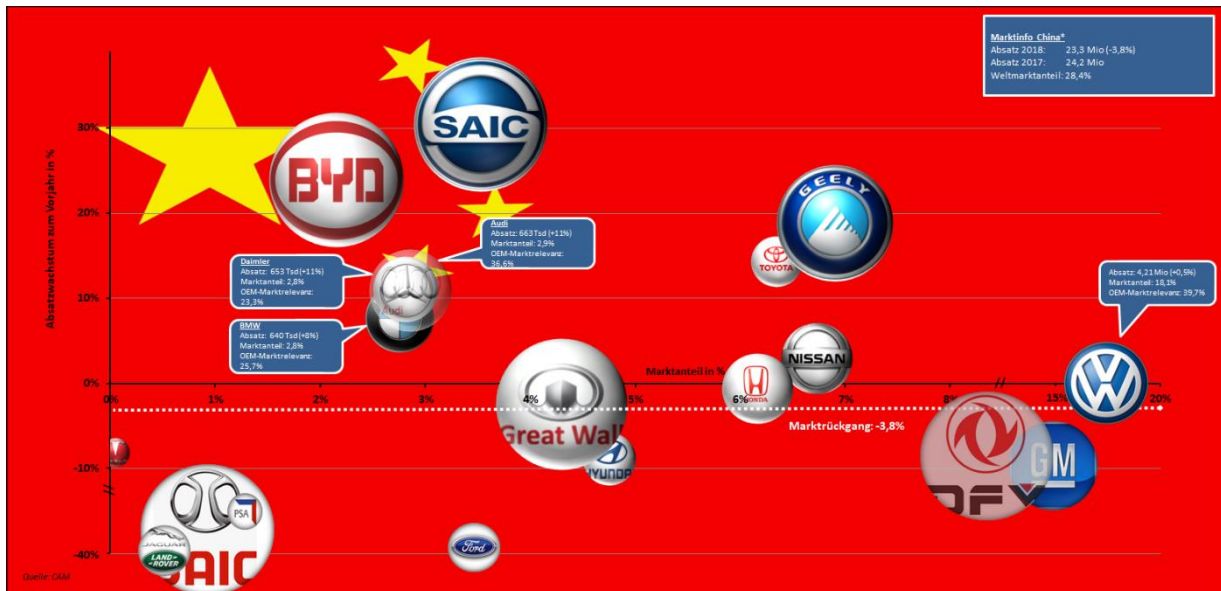
- Marktführer in China ist im Jahr 2018 der Volkswagen Konzern (inkl. Audi, Porsche etc.) mit einem Marktanteil von 18,1 Prozent. Seit dem Jahr 2011 konnte die VW Gruppe ihre Absätze

um 86 Prozent auf jetzt 4,2 Mio. Pkw erhöhen. Die Abhängigkeit ist enorm, da Volkswagen als Marktführer 39,7 Prozent seiner weltweit verkauften Pkw in China absetzt.

- Bei der Premiumtochter Audi beträgt die Marktrelevanz bereits 37 Prozent, während BMW und Daimler 26 bzw. 23 Prozent ihrer Pkw dort absetzen. Letztere konnten ihre Verkäufe in China um mehr als 150 Prozent steigern (seit 2011). Entgegen dem Markttrend konnten Daimler (+11%), BMW (+8%) sowie Audi (+11%) bzw. Volkswagen insgesamt (+0,5%) ihre Verkäufe in 2018 steigern und entsprechend ihre Marktanteile erhöhen.
- Im ersten Quartal 2019 ergeben die Absatztrends der deutschen Hersteller jedoch ein uneinheitliches Bild. Während Daimler (+2,6%) und Audi (+3,3%) die Verkäufe noch moderat erhöhen können, schafft es die Marke VW nicht mehr sich dem Abwärtstrend entgegen zu stellen und weist – trotz Steigerung des Marktanteils – bereits ein Minus von 6,9 Prozent aus, was einem Rückgang von mehr als 50.000 Fahrzeugen entspricht.

Hierzu Studienleiter Stefan Bratzel: „Durch die starke Performance im wichtigen Automobilmarkt China konnten gerade auch die deutschen Hersteller in der Vergangenheit überdurchschnittlich profitieren und schnell Weltmarktanteile hinzugewinnen bzw. kurzfristig Schwächen in anderen Marktregionen ausgleichen. Allerdings zeigen sich jetzt auch die hohen Risiken, wenn dieser Absatzmarkt in Turbulenzen gerät. Langfristig erfolgreich werden solche Hersteller sein, die eine möglichst ausgeglichene Marktstruktur aufweisen und schnell auf Veränderungen reagieren können.“

Abbildung 1: Marktpositionierung globaler Automobilhersteller in China (Quelle: CAM)



*Anmerkungen: Kugelgröße: OEM-Marktrelevanz entspricht dem prozentualen Anteil des Marktes am weltweiten Absatz des jeweiligen Herstellers; Pkw und Leichte Nutzfahrzeuge (< 3,5 Tonnen); Alle Angaben auf Konzernebene: z.B. Volkswagen (VW) inkl. VW, Audi, Skoda, Seat usw.; Marke Audi teilweise ergänzend auch getrennt vom Konzern ausgewiesen; Daimler inkl. Mercedes Benz Cars und Vans (ohne Trucks und Busse); Toyota ohne Lkw-Marke Hino.

Im Gesamtjahr 2018 zeigen die weiteren globalen Hersteller eine unterschiedliche Performance in China:

- General Motors hat mit einer Marktrelevanz von 43,5 Prozent (!) die höchste Abhängigkeit vom chinesischen Markt. Dadurch summiert sich der Absatzrückgang von fast 10 Prozent im vergangenen Jahr auf rund 400.000 Fahrzeuge.
- Honda und Nissan realisieren in China gut 27 Prozent ihrer globalen Verkäufe und entwickelten sich leicht besser als der Markt.
- Eine vergleichsweise niedrige Abhängigkeit besitzen Toyota und Hyundai, die dort lediglich 14 bzw. 15 Prozent ihrer Pkw absetzen. Während Toyota in 2018 deutlich zulegen konnte (+14%) verlor Hyundai überdurchschnittlich (-9%).
- Stark rückläufig war der Absatz auch bei Ford (-37%) und JLR (Jaguar-Land Rover) (-39%), die 13 bzw. 15 Prozent ihrer Fahrzeuge dort absetzen.
- PSA weist ein Minus von 32 Prozent auf, wobei der chinesische Markt nur noch für knapp 7 Prozent der Verkäufe steht.
- Auch Tesla konnte mit einem Rückgang von 8 Prozent und einer Marktrelevanz von 4,5 Prozent (Vorjahr 12%) im vergangenen Jahr nicht überzeugen.

Die einheimischen Hersteller wie Dongfeng, SAIC, BYD, Great Wall oder BAIC hängen noch fast zu 100 Prozent an ihrem Heimatmarkt und zeigen eine unterschiedliche Performance gemessen am Absatz ihrer eigenen Marken. Während sich Dongfeng unterdurchschnittlich und Great Wall sich im Marktdurchschnitt bewegt, können SAIC und BYD erhebliche Zugewinne verzeichnen. BAIC muss demgegenüber starke Einbußen verkraften. Andersverhält es sich bei dem Volvo-Eigner Geely, der um 19 Prozent zulegen kann. Durch die globale Marke Volvo beträgt die Marktrelevanz von China bei Geely 75 Prozent.

Der chinesische Automobilmarkt befindet sich grundsätzlich in einer kritischen Transformationsphase. Die über mehr als zwei Dekaden währende starke Wachstumsperiode neigt sich dem Ende zu. Künftig ist mit einer höheren Volatilität des Marktes inklusive von Phasen der Stagnation und rückläufiger Zulassungen sowie einer Veränderung der Nachfragemuster zu rechnen. Insbesondere die E-Mobilität wird dank staatlicher Regulierung in den nächsten Jahren massiv an Bedeutung gewinnen.

Diese transformativen Veränderungen werden mit einer Konsolidierung der einheimischen Automobilindustrie in China einhergehen. Gleichzeitig stehen auch die westlichen Automobilhersteller angesichts der neuen Markt- und Technologiebedingungen sowie der neuen Wettbewerber unter erheblichem Anpassungsdruck. Dabei ist einerseits eine hohe Flexibilität der Produktionsstrukturen zu gewährleisten, andererseits müssen die notwendigen Zukunftsinvestitionen, insbesondere im Bereich der Elektromobilität, getätigt werden. Dies wird in den nächsten Jahren zu deutlich niedrigeren Gewinnen und Renditen im chinesischen Markt führen.

Insgesamt trüben sich durch das „Stottern“ der Wachstumslokomotive China auch die Aussichten für den Weltautomobilmarkt weiter ein. In den nächsten Jahren ist mit einer eher stagnierenden Pkw-Weltmarktentwicklung zu rechnen bei gleichzeitig hohen Ausgaben für neue Technologien.

Zur Studie: Die Ergebnisse Marktpositionierung der globalen Hersteller in allen relevanten Märkten wird in den kommenden Wochen von Zeitschrift carIT mit Unterstützung von Cisco Systems herausgegeben. Das Center of Automotive Management

(CAM) analysiert seit dem Jahr 2004 die Performance der globalen Automobilhersteller. Auf Basis von Geschäftsberichten, von Markt- und Innovationskennzahlen wird die finanzielle und marktbasierende Leistungskraft der Automobilhersteller analysiert und in den quartalsmäßig erscheinenden Automotive Performance Studien veröffentlicht.

Center of Automotive Management (CAM)

Prof. Dr. Stefan Bratzel

An der Gohrsmühle 25

51465 Bergisch Gladbach

+49 (0) 22 02 / 28577-0

stefan.bratzel@auto-institut.de

www.auto-institut.de