

DIE DEUTSCHE AUTOMOBILINDUSTRIE IST STRATEGISCH UNTER DRUCK • WETTBEWERB KOMMT AUS DEM WICHTIGEN ABSATZMARKT CHINA

Globalisierung in Absatz und Produktion sowie Dominanz im Premiumsegment, auf diese Säulen stützt sich der Erfolg der deutschen Autoindustrie. Der technologische Wandel zur Elektromobilität und eine sich verschärfende Deglobalisierung bringen eben jene Säulen nun zum Wanken.

Chinesische Hersteller dominieren den eigenen Heimatmarkt im E-Segment. Insbesondere Zulieferer unterliegen neben dem Transformationsdruck den Herausforderungen einer sich neu ordnenden Wertschöpfungskette.

DAS BISHERIGE GESCHÄFTSMODELL DER DEUTSCHEN AUTOMOBILINDUSTRIE STEHT AUF DEM PRÜFSTAND

Der Erfolg der deutschen Autoindustrie kann historisch als auf zwei Säulen begründet angesehen werden. Die erste Säule setzt auf die aktive Globalisierung von Produktion und Absatz. Tatsächlich wurden 2023 rund 75 % der in Deutschland produzierten Fahrzeuge exportiert, wovon 40 % auf interkontinentale Märkte entfielen. Zugleich betrug der Anteil Deutschlands an der Fahrzeugproduktion der deutschen Autoindustrie im Jahr 2023 etwas weniger als 30 Prozent. Noch mehr zeigt sich eine Globalisierung der Produktion allerdings darin, dass noch gut 50% der Produktion der deutschen Autoindustrie auf Europa und der Rest auf andere Kontinente entfällt. So wuchs seit 2005 die Fertigung der deutschen Autoindustrie in China, deren nunmehr bedeutendster Produktionsregion, um 4 Mio. Einheiten.

Die zweite Säule stellt die Dominanz im Premiumsegment dar. Deutsche Konzernmarken dominieren zwischen 70 bis 80% des Premiumsegments. Besonders der Standort Deutschland ist auf das Premiumsegment spezialisiert, indem etwa 30% der deutschen Gesamtfahrzeugproduktion auf die Mittel- bis Oberklasse und 4,5% auf Sportwagen entfallen. Weitere 37% sind Geländewagen/SUVs zuzurechnen, was jedoch sogar als gering einzuordnen ist, da der SUV-Anteil an der weltweiten Gesamtfahrzeugproduktion deutscher Hersteller bei sogar 47% liegt. Im Zusammenspiel der beiden Säulen erlaubte gerade die Premiumstrategie es den Herstellern, aufgrund der einhergehenden höheren Zahlungsbereitschaft der Kunden und der höheren Produktmargen, hochpreisige Fahrzeuge in Deutschland zu fertigen und diese global zu vertreiben.

Das bewährte Geschäftsmodell der deutschen Automobilindustrie gerät nun jedoch zunehmend unter Druck. An erster Stelle ist es der technologische Wandel zum elektrifizierten Antriebsstrang, der große Teile des Technologievorsprungs nivelliert und die Tür für Markteintritte neuer Wettbewerber öffnet, deren Kernkompetenz in der Batterie- und Elektrotechnik liegen. BYD verkaufte 2023 weltweit über drei Millionen Fahrzeuge und überholte damit sogar BMW. CATL erzielte 2023 einen Umsatz von 41,4 Milliarden Euro und rangiert damit auf Platz vier der Automobilzulieferer. Nur noch Magna, ZF und Bosch sind umsatzstärker. Im Absatz reiner BEVs lagen 2023 Tesla und BYD mit je mehr als 1,5 Mio. Einheiten auf Platz 1 und 2, während VW auf Platz 3 nicht die Hälfte des BYD-Volumens erreichen konnte.

Zum Technologiewandel tritt die Deglobalisierung. Die Zahl der globalen Handelshemmnisse nimmt seit einigen Jahren zu, wobei mit

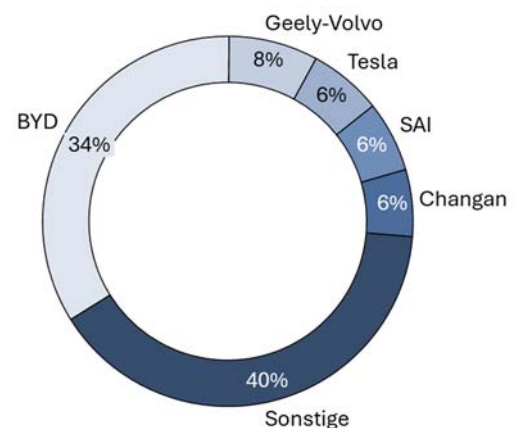


Abb.: EV Sales China Top Auto-Gruppen
Quelle: CleanTechnica 2024

So erreichen Sie uns

INFO-Institut Beratungs-GmbH

Pestelstraße 6

66119 Saarbrücken

+49 (0)681 / 9 54 13-0

info@info-institut.de

www.info-institut.de

Referenzen:

Institut der deutschen Wirtschaft 2024, VDA 2024, Roland Berger 2024, Strategy& 2024 Statista 2024, Reuters 2024, CnEVData 2024 (CPCA), CleanTechnica 2024 (EV-Volumen), AlixPartners 2023

Impressum

V.i.S.d.P.:

Sven Kischewski
Geschäftsführer

INFO-Institut Beratungs-GmbH

Pestelstraße 6

66119 Saarbrücken

den USA (Platz 2.), China (P6) und UK (P9) die drei größten Einzelabnehmer der in Deutschland gefertigten Fahrzeuge zu den zehn aktivsten Staaten bezogen auf neueingeführte Handelshemmnisse zum Import von Kraftfahrzeugen zählen (kumm. seit 2009). Insgesamt zeigt sich ein Trendverhalten zum Protektionismus und die Handelshemmnisse könnten sich sogar weiter verschärfen. Es bahnt sich ein Handelskonflikt zwischen der EU und China bei Kraftfahrzeugen an, während zugleich Zollversprechen Teil beider Seiten des US-Wahlkampfes sind. Sollten sich die protektionistischen Tendenzen am Weltmarkt für Kraftfahrzeuge demnach weiter verfestigen, wird dies auch zu Lasten der Fertigung am Standort Deutschland gehen.

CHINA: VOM ABSATZMARKT ZUR KONKURRENZ

Zu den wichtigsten Exportmärkten der deutschen Autohersteller zählen die USA, Großbritannien und China. Im Vergleich dieser drei zeigt sich jedoch eine auffällige Diskrepanz im chinesischen Markt: Im Gegensatz zu den USA und Großbritannien bestehen die Exporte nach China fast nur aus Benzinfahrzeugen. Die in Deutschland gefertigten Elektrofahrzeuge finden im wichtigen chinesischen Markt also kaum Absatz. Dies ist aus Sicht der deutschen Automobilindustrie besonders besorgniserregend, da in China zum Aug. 2024 bereits >50 % der Neuzulassungen auf Elektroautos entfallen. Bekräftigend erreichte die deutsche Autoindustrie im ersten Halbjahr 2024 in China so auch nur einen Marktanteil von ca. 5% bei Elektroautos, dem ein Anteil von 21% am Gesamtabsatz gegenübersteht. Die Probleme deutscher OEMs im chinesischen E-Automarkt stärker Fuß zu fassen sind als gewichtig einzustufen, wenn dem Chinageschäft im nicht weit zurückliegenden Peak für VW (2020:43%), BMW (2021: 34%) und Mercedes (2021:33%) noch ein Drittel und mehr am jeweiligen Gesamtabsatz zuzurechnen war. An die Stelle deutscher Hersteller rücken dabei nicht zuletzt chinesische OEMs (cOEMs). Zum August 2024 stammen >50% der in China verkauften Fahrzeuge auch von chinesischen Herstellern. Dieses Bild zeigt sich zum Absatz der E-Fahrzeugen als noch drastischer, da >70% der in China verkauften PHEVs und BEVs von chinesischen OEMs stammen.

Global unterscheidet sich die Differenzierungs- und Zulieferstrategie der einzelnen OEMs für ihre E-Fahrzeuge, womit die Wertschöpfungskette weiterhin in einer Findungsphase ist. Unterschiedliche Ansätze führen für Zulieferer zwar einerseits zu Chancen auf neues Geschäft, bergen andererseits jedoch ebenso akute Herausforderungen. Gerade Differenzierungsansätze im elektrischen Antriebsstrang führen für Zulieferer zu hohen Varianzen und Problemen Skaleneffekte, in der sowieso erst im Hochlauf befindlichen Technologie, zu heben. Für Zulieferer führt die Varianz zur Anforderung nach einem Aufbau kundenindividueller Strukturen, was zum einen Investitionsanforderungen erhöht und zum anderen gerade im Hochlauf Probleme bereitet hohe Auslastungsgrade, hohe Produktivitätsgrade und Skaleneffekte in der Kostenstruktur zu erreichen. Für konventionelle Zulieferer, die sich zusätzlich mit hohen Transformationskosten konfrontiert sehen, führt dies unter den Bedingungen einer in Europa teils stockenden Entwicklung der Elektromobilität und Problemen der OEMs in China an ehemalige Verbrennervolumina anzuknüpfen zu einer akuten Anspannungslage.

Chinesische Hersteller legen den eigenen Fokus vor allem auf Bereiche wie Exterieur- und Interieur-Design oder technische Features, was auch im Einklang mit Kundenanforderungen auf dem heimischen Markt steht. Aufgrund der weniger ausgeprägten oder sogar nicht vorhandenen Historie chinesischer Hersteller und Zulieferer im Verbrennergeschäft besteht demensprechend keine äquivalente Belastung mit Transformationskosten verglichen mit konventionellen Marktteilnehmern der deutschen Autoindustrie. So hat BYD bereits im Jahr 2022 die Produktion reiner Verbrenner gänzlich eingestellt, was für deutsche OEMs aktuell kaum vorstellbar wäre. Begünstigend ist der Ausbau der Elektromobilität zentrales Ziel der chinesischen Industriepolitik, weshalb deren Hochlauf durch z.B. die Absicherung der Rohstoffverfügbarkeit und den Bau von Schiffen oder Hafenterminals zur Expansion flankiert wird.

Hinweis und Haftungsausschluss:

Dieser Newsletter ist sorgfältig zusammengestellt. Er soll den Kunden der INFO-Institut Beratungs-GmbH einen Überblick über das aktuelle Geschehen in der Automobilindustrie bieten. Er erhebt keinen Anspruch auf Vollständigkeit. Wir weisen weiter darauf hin, dass in der Praxis auftretende Sachverhalte daher immer nur unter konkreter und differenzierter Betrachtungsweise zu bewerten sind. Die INFO-Institut Beratungs-GmbH kann deshalb für Schäden, die aus der Anwendung oder Übernahme von in diesem Newsletter gefundenen Inhalten in der Praxis resultieren, keine Haftung übernehmen.