

## Presseinformation

### Autoabsatz in China verlangsamt sich

Die Unternehmensberatung PROGENIUM hat den chinesischen Automobilmarkt analysiert. Im ersten Halbjahr 2011 hat sich der Absatz an Fahrzeugen deutlich verlangsamt. Fünf chinesische Hersteller dominieren den Markt, in dem noch über 70 Marken vertreten sind. Chinesische Kunden bevorzugen eindeutig Fahrzeuge von Joint Ventures mit ausländischen Partnern.

München, den 12. September 2011

Im ersten Halbjahr 2011 wurden auf dem chinesischen Markt 7,11 Millionen Fahrzeuge verkauft. Damit schließt das Reich der Mitte nach Absatzzahlen zu Europa auf. Laut ACEA-Angaben wurden in Europa im gleichen Zeitraum 7,12 Millionen neue Autos registriert. Der chinesische Automobilmarkt ist nach Stückzahlen bereits größer als der US-Markt, auf dem im ersten Halbjahr 2011 6,31 Millionen Fahrzeuge abgesetzt wurden. Dr. Michael Mandat, Geschäftsführer von PROGENIUM, sagt: „In China werden im Gesamtjahr 2011 über 14 Millionen Autos verkauft werden. Damit ist China der größte automobiler Einzelmarkt der Welt.“

Zwar stieg der chinesische Absatz auch im ersten Halbjahr 2011 um 7,4 Prozent zum Vorjahreszeitraum, doch ist dies ein deutlich gebremstes Wachstum. Die Stückzahlen nahmen 2009 noch um 46 Prozent und 2010 um 32 Prozent zu. Diese deutliche Verlangsamung des Automobilabsatzes in China hat mehrere Ursachen. Hierzu gehören unter anderem strenge Zulassungsregulierungen in Städten wie Beijing, wo seit dem 1. Januar 2011 monatlich nur noch 3.000 Fahrzeuge neu zugelassen werden dürfen. Diese Neuzulassungen werden unter Neuwagenkäufern verlost. Zusätzlich wurde die Halbierung der Mehrwertsteuer aus 2009 für bestimmte Modelle –damals als Kaufanreiz –zum 31. Dezember 2010 aufgehoben.

Auf Chinas Automobilmarkt produzieren derzeit rund 70 Hersteller. Die 20 größten Marken haben von Januar bis Ende Juni 5,61 Millionen Fahrzeuge verkauft. Dies entspricht knapp 80 Prozent des Marktes.

Die 20 größten Marken entwickeln sich sehr differenziert. Während Shanghai GM, die Nummer 1 im chinesischen Markt, mit plus 30 Prozent und Shanghai VW, die Nummer 3 im chinesischen Markt, mit plus 28 Prozent ein rasantes Wachstum verzeichneten, gab es auch eine Reihe von Verlierern. Interessant ist, dass vor allem rein chinesische Marken wie Chang An Auto (Nummer 5) mit minus 17 Prozent und BYD (Nummer 9) mit minus 20 Prozent erhebliche Einbußen verzeichneten. Unter anderem auf Grund der Naturkatastrophe in Japan und verschiedener Rückrufaktionen zählen auch die beiden Joint Ventures von Toyota in China zu den Verlierern.

Grundsätzlich lässt sich dennoch feststellen, dass am chinesischen Markt die Marken mit ausländischen Joint Venture Partnern deutlich erfolgreicher agieren als rein chinesische Marken. „Die hohe Zahl an Herstellern, das nicht mehr ungezügelte Wachstum und die Tatsache, dass sich einzelne Marken extrem unterschiedlich am Markt entwickeln,“ so Dr. Mandat, „legt den Schluss nahe, dass es in China in nächster Zukunft zu einem gewaltigen Shake-out kommen dürfte, der die Anzahl an Herstellern und Marken deutlich reduziert.“

Die nach Stückzahlen größten Marken in China sind die beiden GM-Joint Ventures Shanghai GM und SGMW sowie die beiden VW-Joint Ventures Shanghai VW und FAW VW. Diese Marken verkauften im ersten Halbjahr 2011 zwischen 612.000 und 476.000 Autos, so die PROGENIUM-Analyse, die sich auf Angaben aus chinesischen Regierungsstatistiken und Geschäftsberichten stützt.

### **Die „Big Five“ dominieren den Markt**

Den chinesischen Markt dominieren im Wesentlichen fünf große chinesische Automobilkonzerne: SAIC, FAW, Dongfeng, CCAG sowie BAIC. Diese Konzerne gehen zumeist parität-

tische 50:50 Joint Ventures mit ausländischen Automobilkonzernen ein. SAIC beispielsweise unterhält mit Shanghai GM und SAIC-GM-Wuling, sowie mit Shanghai VW die volumenstärksten Joint Ventures. FAW besitzt unter anderem Joint Ventures mit VW (FAW VW) und Toyota (FAW Toyota). SAIC und FAW sind daneben aber auch noch mit eigenen Marken, die dann oft auch börsennotiert sind, am chinesischen Markt aktiv. Mandat: „Die Joint Ventures sind wie die Gesamtkonzerne nicht börsennotiert, sondern in Staatshand“.

Alleine Dongfeng unterhält mit Nissan, KIA, Honda, Citroen und Peugeot fünf Joint Ventures mit großen internationalen Autobauern. Der Joint Venture Partner von Mercedes ist BAIC.

Die großen chinesischen Automobilkonzerne kommen auf erhebliche Stückzahlen. SAIC produzierte 2010 2,3 Millionen Autos und möchte Prognosen zufolge 2011 eine Stückzahl von bis zu vier Millionen Autos erreichen. FAW produzierte 2010 2,6 Millionen Autos. Dongfeng kam im ersten Halbjahr 2011 auf eine Stückzahl von 1,5 Millionen Fahrzeuge, der Jahresplan geht von 2,9 Millionen Autos aus.

Nicht für einzelne Marken und Joint Ventures, aber für die großen Automobilkonzerne liegen Umsatzzahlen für das Jahr 2010 vor. (Allerdings handelt es sich zum Teil nicht um reinrassige Autounternehmen. FAW und Dongfeng sind beispielsweise auch die größten Nutzfahrzeughersteller Chinas. Spartendifferenzierung geben die verfügbaren Zahlen nicht her.) So erzielte SAIC im abgelaufenen Geschäftsjahr einen Umsatz von umgerechnet 34,5 Milliarden Euro, für 2011 werden knapp 40 Milliarden Euro erwartet. FAW lag 2010 mit 31 Milliarden Euro dahinter. Am umsatzstärksten, aber auch mit einem hohen Anteil an Nichtautomobilgeschäft ist Dongfeng. Dieses chinesische Unternehmen erzielte 2010 einen Umsatz von 40 Milliarden Euro. Chang An Automobile Group erwirtschaftete 27 Milliarden Euro Umsatz, der Daimler Partner BAIC 17 Milliarden Euro. Mandat: „Diese Größenordnungen sind bereits ganz erheblich, kommen den weltgrößten Automobilkonzernen wie Volkswagen, Toyota, GM oder Ford aber noch nicht nahe. Mittelfristig ist es

jedoch absehbar, dass die chinesischen Big Five zu den größten Automobilkonzernen der Welt aufschließen werden.“

Diese Einschätzung beruht auch darauf, dass die „Big Five“ finanziell gesund sind und für 2010 gute Gewinne ausweisen: Das Ergebnis von SAIC betrug im abgelaufenen Geschäftsjahr 2,9 Milliarden Euro, FAW verdiente 1,5 Milliarden Euro, Dongfeng 1,8 Milliarden Euro, und BAIC 1,2 Milliarden Euro. Lediglich das Ergebnis von CCAG (China Chang An Automobile Group) hinkt mit 200 Millionen Euro hinterher.

### Über PROGENIUM

Wir sind fest überzeugt davon, dass Erfolg kein Zufall ist – Erfolg ist ein Ergebnis. Das Ergebnis von fundierten Analysen, strategischen Zielen, richtigen Entscheidungen, einer konsequenten Umsetzung und einer klaren Wertebasis.

Seit 2002 begleiten wir internationale Industrie- und Dienstleistungsunternehmen von der Strategieentwicklung bis hin zur erfolgreichen Umsetzung um den Unternehmenswert unserer Kunden nachhaltig zu steigern.

Als erfolgreich inhabergeführtes Beratungsunternehmen agieren wir – PROGENIUM – unabhängig auf dem Markt und richten unser Geschäftsmodell und unsere Kompetenzen konsequent auf die Anforderungen der Kunden und deren Erfolg aus. „creating success“ ist für uns Anspruch und gleichzeitig Versprechen an unsere Kunden.

Unsere Berater sind mehr als exzellente Analysten und Strategen. Unsere Berater sind starke und kreative Persönlichkeiten und verbinden Beratung, Wissenschaft und Unternehmertum auf besondere Art und Weise. In der Zusammenarbeit mit unseren Kunden leiten uns dabei folgende Werte: Vertrauenswürdigkeit, Tatkraft und Exzellenz. Gemeinsam mit unseren Kunden haben wir bereits mehr als 500 Projekte in über 30 Märkten erfolgreich abgeschlossen.

Bei Rückfragen wenden Sie sich bitte an:

Dr. Michael Mandat

+49 89 315 687 80

[www.PROGENIUM.com](http://www.PROGENIUM.com)