VDI nachrichten

Technik & Gesellschaft

Autobauer auf der Suche nach Perspektiven

Automobil: Europa ist und bleibt ein strategisch wichtiger Automobilmarkt. Doch dieser Markt stagniert, das eigentliche Wachstum muss in Zukunft woanders stattfinden - in den Schwellenländern. Das heißt im Umkehrschluss aber auch, dass Autohersteller anders als bisher aufgestellt sein müssen, um wirtschaftlich weiter wachsen zu können.

VDI nachrichten, Düsseldorf, 8. 4. 16, pek

Matthias Wissmann, Präsident des Verbands der Automobilindustrie VDA, rechnet 2020 weltweit mit einem Absatz von über 90 Mio. Neuwagen. "Wenn davon 14 Mio. auf Westeuropa entfallen, wäre das eine gute Zahl." Zum Vergleich: Allein in China wurden 2015 rund 20 Mio. Neufahrzeuge zugelassen.

Diese Zahlen machen klar, dass die Bedeutung des europäischen Automarkts abnimmt. Das heißt: Andere Märkte müssen für das Gros der Umsätze sorgen.

Laut Wissmann bedeutet es für die Autobauer, dass nur die auf Dauer eine stabile geschäftliche Grundlage haben werden, die global aufgestellt sind und vorübergehende Schwächen in der einen Region mit Wachstum in einer anderen kompensieren können.

Besonders im Fokus sind nach wie vor die sogenannten BRIC-Staaten - also Brasilien, Russland, Indien und China. Auch wenn sich seit 2012 diese Staaten mit Ausnahme von Indien in erheblichen wirtschaftlichen Schwierigkeiten befinden, sind sie für alle Autohersteller weiterhin von großer Bedeutung.

Für Rainer Kurek, geschäftsführender Gesellschafter der Automotive Management Consulting GmbH, ist klar: "Dort wird sich das internationale Automobilgeschäft zukünftig entscheiden."

Besonders an Indien faszinieren zwei Werte: Dort leben mit 1,2 Mrd. Einwohnern mehr Menschen als in den USA und Europa zusammen. Zudem haben (Stand 2015) nur 18 von 1000 Einwohnern ein Auto - in Deutschland besitzt mehr als jeder Zweite einen Pkw.

Der potenzielle Markt für Pkw ist riesig

Potenziell ist damit allein schon Indien ein gigantischer und lukrativer Absatzmarkt für jeden Automobilhersteller dieser Welt. Doch laut Kurek muss er auch mit den richtigen Modellen bedient werden. Das Fahrzeug sollte - dem Markt angepasst - einfach, robust und sparsam sein sowie ein sehr gutes Preis-/Leistungsverhältnis bieten. Also sind weniger Pkw aus dem Premiumsegment gefordert, sondern vielmehr abgespeckte Fahrzeuge, die auf die jeweiligen Absatzmärkte individuell zugeschnitten sind. So schätzt das Analysehaus Polk, dass 2017 weltweit bis zu 16 Mio. Autos für weniger als 10 000 € verkauft werden - also 2 Mio. mehr, als Wissmann an Neuzulassungen in Westeuropa für 2020 erwartet.

Deutsche Autos sind für hohe Qualität, aber auch für relativ hohe Preise bekannt. Laut Kurek sollten bei den einheimischen Managern die Denkstrukturen aufgebrochen werden. Vorbild seien Modelle von Renault/Dacia: "Wenn wir in den Schwellenländern mit ihren Zukunftsmärkten erfolgreich sein wollen, werden wir uns den aktuellen Herausforderungen über die Kategorien ‚relative Qualität' und ‚relativer Preis' stellen müssen."

PETER KELLERHOFF

-Seiten 10, 23, 24 u. 25