

ZUR ABHÄNGIGKEIT DER DEUTSCHEN AUTOMOBILWIRTSCHAFT VOM EXPORTGESCHÄFT – HEUTE UND ZUKÜNFTIG

Der deutschen Automobilindustrie kommt eine Schlüsselposition in der deutschen Wirtschaft zu. Im Jahr 2010 steuerte sie etwa zwei Drittel zum Exportüberschuss der deutschen Gesamtwirtschaft bei. Drei von vier der in Deutschland hergestellten Fahrzeuge wurden exportiert. Diese Zahlen verdeutlichen eindrucksvoll, dass die Automobilindustrie eine zentrale Säule der Exportwirtschaft darstellt. Vor dem Hintergrund der großen Bedeutung des Exportgeschäfts für die deutsche Automobilwirtschaft nimmt dieser Beitrag die internationale Aufstellung der deutschen Automobilindustrie genauer ins Blickfeld und analysiert, von welchen Absatzmärkten sie im Besonderen abhängig ist und wie sich diese Märkte zukünftig entwickeln werden. Parallel wird der Frage nachgegangen, in welchen Regionen und in welcher Intensität die deutsche Automobilindustrie mit Produktionsaktivitäten engagiert ist.

Der Beitrag stellt zentrale Ergebnisse des TAB-Projekts »Zukunft der Automobilindustrie« vor, dessen Abschlussbericht im Herbst 2012 als Innovationsreport vorgelegt werden wird. Dabei werden zuerst die heutige Situation der globalen Absatzmärkte mit Fokus auf Pkw sowie die globale Verteilung der Produktionskapazitäten erläutert, anschließend Auslastung und globale Überkapazitäten thematisiert, um mit einer eigenen Prognose der globalen Absatzmärkte bis 2030 zu schließen. Neben den in Deutschland ansässigen Automobilherstellern wie Audi, BMW, Daimler, Ford Europe, Opel, Porsche und Volkswagen sind auch die Automobilzulieferer Gegenstand der Betrachtung.

Globale Absatzmärkte der heimischen Automobilindustrie

Die deutschen Automobilhersteller sind mit Vertriebs- und Produktionsaktivitäten global aktiv. Mit Ausnahme von Opel und Ford Europe, die aufgrund übergeordneter Konzernstrategien regionalen Vertriebsrestriktionen unterliegen, werden die Fahrzeuge der übrigen deutschen Hersteller in allen Regionen der Welt vertrieben. Trotz dieser Aufstellung als »Global Player« haben die großen deutschen Automobilhersteller nach wie vor ihren Stammsitz in Deutschland und entwickeln und produzieren hier einen Teil ihrer Produkte.

Die internationalen Absatzmärkte für Pkw aus heimischer Fertigung haben sich in den letzten Jahren deutlich verschoben. Wachstumsmärkte in aufstrebenden Schwellenländern, insbesondere in China, haben signifikant an Bedeutung gewonnen, während der Automobilabsatz in den traditionell großen Absatzmärkten Westeuropas und Nordamerikas stagnierte oder sogar zurückging. Die von deutschen Automobilherstellern in Deutschland produzierten Fahrzeuge gelangten zu 76 % in den Export. Lediglich knapp ein Viertel war für den inländischen Markt bestimmt. Für den deutschen Automobilexport sind drei Regionen von herausragender Bedeutung. Europa, worunter die EU-27-Staaten und die Mitgliedstaaten der Europäischen Freihandelsassoziation (Schweiz, Lichtenstein, Norwegen und Island) gefasst werden, ist die Zielregion Nummer 1 mit einem Anteil von etwa 57 %. Am zweitstärksten werden die Fahrzeuge im NAFTA-Raum (Kanada, USA und Mexiko) nachgefragt. Etwa 617.000 Fahrzeuge wurden in diese Region von Deutschland aus exportiert. An dritter Stelle der Exportregionen liegt mittlerweile China mit einem Anteil von 11 %. Damit vereinigen diese drei Regionen rund 83 % des Exportvolumens auf sich.

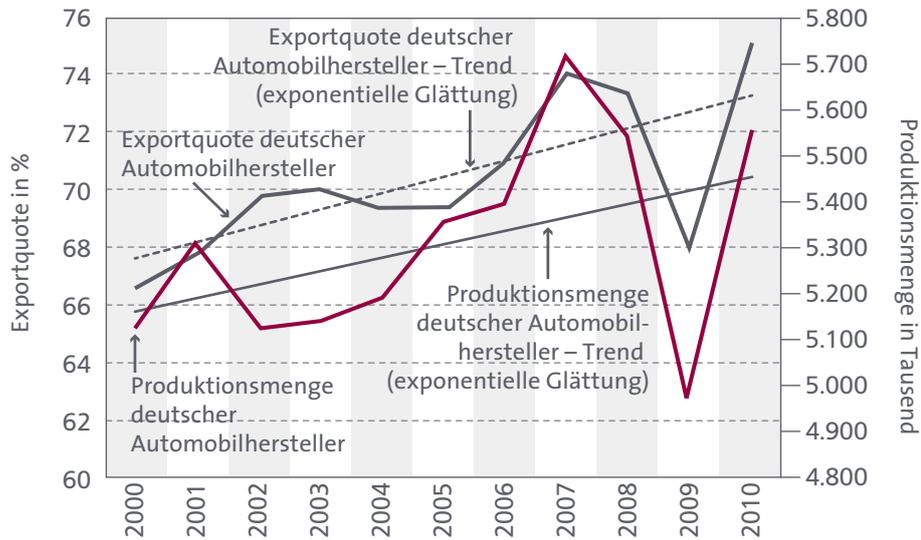
Im zeitlichen Verlauf von 2000 bis 2010 sind die Exportquoten der deutschen Automobilhersteller fast ste-

tig von 67 auf 75 % gestiegen. Dabei macht ein Vergleich der Ausbringungsmenge mit den Exportquoten deutlich, dass in der Vergangenheit das Wachstum der Ausbringungsmenge deutscher Produktionsstandorte fast ausschließlich durch die steigende Auslandsnachfrage nach deutschen Pkw induziert wurde (Abb. 1).

Die Exportquoten unterscheiden sich zwischen den Herstellern. Die niedrigste Quote mit 69 % weist Volkswagen auf. Der Volkswagen-Konzern verfolgt eine globale Produktionsstrategie mit dem Ziel, die einzelnen Länder bzw. Regionen durch Vor-Ort-Produktion zu versorgen. Die Quoten der Premihersteller Mercedes-Benz, BMW und Audi liegen zwischen 74 und 80 %. Porsche exportiert 82 % seiner Fahrzeuge. Obwohl Opel aufgrund von Vorgaben der Konzernmutter General Motors im Wesentlichen nur in den europäischen Wirtschaftsraum exportieren darf, führt das Unternehmen über 80 % der in deutschen Werken hergestellten Produkte in andere Länder aus. Die Ford-Werke in Deutschland erreichen einen ähnlichen Wert. In den einzelnen Segmenten unterscheiden sich die Exportquoten leicht. Die höchsten Anteile entfallen auf Kleinwagen (84 %) und Fahrzeuge der Oberklasse (82 %). Die Mittelklassefahrzeuge gehen zu 78 % in den Export, Kompaktwagen zu 71 %. In diesem Zusammenhang ist darauf hinzuweisen, dass für bestimmte Oberklassesegmente der deutschen Automobilhersteller China vor Westeuropa und Nordamerika bereits Absatzmarkt Nummer 1 ist.

Die Zulieferer der Automobilindustrie sind auf den ersten Blick anders aufgestellt. Wie die Auswertungen der im Rahmen des Innovationsreports »Zukunft der Automobilindustrie« durchgeführten Umfrage bei deutschen Automobilzulieferern zeigen, dominieren für diese im Mittel noch immer Deutschland und Europa als Absatzmärkte mit

ABB. 1 ENTWICKLUNG DER EXPORTQUOTE VON AUTOMOBILEN AUS DEUTSCHER HERSTELLUNG



Quelle: eigene Berechnungen auf Basis VDA 2011a

einem Umsatzanteil von gut 85 %. Allein auf Deutschland entfallen derzeit noch zwei Drittel der Umsätze. Dagegen sind die Umsatzanteile außereuropäischer Märkte und internationaler Wachstumsmärkte heute noch sehr überschaubar. China und der NAFTA-Raum folgen mit 5 bzw. 4 % Umsatzanteil an dritter und vierter Stelle. Südamerika, Indien und Russland liegen mit jeweils 1 bis 1,5 % Umsatzanteil noch deutlicher zurück. Im Vergleich zu den deutschen Automobilherstellern, die bereits einen hohen Anteil in China sowie nennenswerte Anteile ihres Umsatzes in anderen Wachstumsmärkten generieren, ist dies ein signifikanter Unterschied. Vor diesem Hintergrund ist zu vermuten, dass bislang die Belieferung eines Großteils der Märkte, insbesondere der europäischen Länder mit 85 % Umsatzanteil, durch geeignete Exportstrategien aus deutschen Werken zu bewerkstelligen war. Allerdings relativiert sich der große Anteil des deutschen Binnenmarkts an den Absatzvolumina angesichts der Exportquoten für Gesamtfahrzeuge. Betrachtet man diese Relation, so ist die indirekte Abhängigkeit der Zulieferer vom Export-

geschäft ungleich höher als die direkte Abhängigkeit vermuten lässt.

Globale Produktionsaktivitäten

Im Hinblick auf die Produktionsaktivitäten sind die deutschen Automobilhersteller global aufgestellt. Im Jahr 2010 fertigten sie nur rund 48 % der über 11,6 Mio. von ihnen produzierten Fahrzeuge im Inland. Die europäischen Standorte stellen die zweite tragende Säule für die deutschen Hersteller dar, obwohl ihre Bedeutung in der nahen Vergangenheit abgenommen hat. Sowohl die absoluten Produktionszahlen als auch die relativen Anteile sind in moderatem Maße rückläufig. Der dritt wichtigste Produktionsstandort ist die Volksrepublik China mit einem Anteil von über 15 % am Produktionsvolumen der deutschen Automobilhersteller. Auffallend sind die starken Zuwächse der nahen Vergangenheit. Deutsche Hersteller, allen voran der Volkswagen-Konzern, sind etablierte »Global Player« auf dem chinesischen Markt. Die Entwicklung der Volumina deutet darauf hin, dass China mittel-

fristig den europäischen Standorten den zweiten Rang streitig machen könnte. An vierter Stelle folgen die Produktionsstandorte in Südamerika, wobei hier in erster Linie die brasilianischen Standorte ins Gewicht fallen. Die konstanten Wachstumsraten haben dazu geführt, dass die südamerikanischen Standorte mittlerweile vor den nordamerikanischen liegen. Im Jahr 2010 haben deutsche Automobilhersteller im NAFTA-Raum rund 727.000 Fahrzeuge produziert, aber im südamerikanischen Raum über 931.000. Allerdings ist darin kein grundlegender Bedeutungsrückgang der nordamerikanischen Standorte zu sehen.

Der nordamerikanische Markt, vor allem die USA, wurde ab Mitte der 1990er Jahre produktionsseitig zunächst von BMW und Daimler-Benz erschlossen mit dem Ziel, durch lokale Produktion Währungsschwankungen auszugleichen. Nach Beendigung der Krise von 2008/2009 werden dort die Kapazitäten in moderatem Umfang ausgebaut. Seit 2011 ist auch der Volkswagen-Konzern in größerem Umfang in den USA aktiv, und die Konzerntochter Audi plant den Aufbau von Produktionskapazitäten in Mexiko (Audi AG 2012). In Afrika, vor allem in Südafrika, unterhalten deutsche Hersteller seit Jahrzehnten nennenswerte Produktionsstätten. Von den südafrikanischen Standorten aus werden in erster Linie Produkte für den lokalen Markt montiert bzw. die gefertigten Rechtslenkermodelle in weltweite Märkte exportiert.

Bislang spielen Produktionsstandorte in Russland und Indien eine untergeordnete Rolle. Ihre Volumenanteile belaufen sich im Jahr 2010 in Summe auf ungefähr 2 %. Allerdings könnte aufgrund positiver Marktprognosen, insbesondere für Indien, auch hier mit einer Ausweitung der Kapazitäten und der Produktionsvolumina zu rechnen sein. In den letzten Jahren zu beob-

achten war der Eintritt von fast allen deutschen Herstellern in den russischen Markt. Die bislang kleineren Produktionsstandorte besitzen ein erhebliches Ausbaupotenzial, wobei die in diesem TAB-Projekt erstellten, eher pessimistischen Prognosen des russischen Marktes diese Erwartungen infrage stellen.

Die Anzahl der am Produktionsstandort Deutschland hergestellten Fahrzeuge ist im Zeitraum von 2000 bis 2010 nur leicht von 5,2 Mio. Fahrzeugen auf 5,6 Mio. Einheiten gestiegen (Abb. 1). Im Vergleich zum gesamten Produktionswachstum der deutschen Automobilhersteller fällt der Anstieg unterdurchschnittlich aus. Allerdings lässt sich in diesem Zeitraum auch beobachten, dass in Deutschland die Produktionskapazitäten zusehends für die Herstellung von hochwertigen Premiumfahrzeugen genutzt werden, wohingegen Fahrzeuge mit wenig avancierter Technologieausstattung (Kleinwagen-, Kompaktwagen- oder Mittelklassesegmente) eher im Ausland hergestellt werden.

Über die globale Absatzverteilung hinaus wurden die Automobilzulieferer im Rahmen der Erhebung gefragt, in welchen Regionen außerhalb Deutschlands sie derzeit bereits über Produktions- bzw. FuE-Kapazitäten verfügen und ob sie bis ins Jahr 2020 den Aufbau neuer bzw. den Ausbau bestehender Kapazitäten planen. Demnach besitzen derzeit 23 % der deutschen Automobilzulieferer Produktionsstandorte in Osteuropa. An zweiter Stelle folgen China und der NAFTA-Raum, wo jeweils 21 % der Zulieferer über lokale Produktionsstandorte verfügen. Deutlich dahinter folgt Westeuropa mit 14 %, Südamerika sowie Indien mit jeweils 12 %. In Russland haben bislang nur 3 % der deutschen Zulieferer Produktionskapazitäten angesiedelt.

Dabei besteht ein signifikanter Unterschied zwischen Zulieferern, die direkt an die Automobilhersteller liefern, so-

genannte First-Tier-Zulieferer, und solchen, die nur mittelbar, beispielsweise über einen First-Tier-Zulieferer, mit dem Automobilhersteller verbunden sind. Letztere werden als Second-Tier-Zulieferer bezeichnet. So sind First-Tier-Zulieferer deutlich häufiger mit Produktionskapazitäten im Ausland vertreten als Second-Tier-Zulieferer. Über größere Anteile verfügen sie vor allem in China (34 gegenüber 9 % bei »second tier«), Indien (22 vs. 0 % bei »second tier«) und Südamerika (22 vs. 2 % bei »second tier«). Die Vor-Ort-Präsenz der First-Tier-Zulieferer ist aber auch in der NAFTA-Region (30 %), Ost- (30 %) und Westeuropa (20 %) jeweils etwa doppelt so hoch wie die der Zulieferer der zweiten und höherer Stufen.

Hinter dieser Tendenz lässt sich wiederum das Follow-the-Customer-Motiv vermuten. Gerade Zulieferer auf der ersten Stufe werden von ihren Automobilkunden – den Automobilherstellern – häufiger angefragt, direkt in der Nähe ihrer Auslandswerke zu produzieren, um auch weiterhin Just-in-Time- und Just-in-Sequence-Strategien realisieren zu können. Die Entscheidungsspielräume für die Zulieferer sind bei solchen Konstellationen zumeist sehr beschränkt. Im Falle von überseeischen Wachstumsmärkten bieten solche Anfragen aber auch die Möglichkeit, mit einigermaßen gesicherten Absatzmengen aktiv eine lokale Produktionspräsenz aufzubauen und von dieser aus den Versuch zu unternehmen, sich in lokale Wertschöpfungsketten einzuklinken. In welchem Umfang dies den deutschen Zulieferern in den Wachstumsmärkten bislang bereits gelungen ist, muss an dieser Stelle allerdings offen bleiben.

Globale Überkapazitäten und mögliche Folgen für die Automobilindustrie

Überkapazitäten in der Automobilindustrie sind seit geraumer Zeit eine viru-

lente und vielfach diskutierte Thematik. Überkapazitäten liegen vor, wenn für die Ausstattung eines Unternehmens mit Produktionsmitteln nicht genügend Beschäftigungsmöglichkeiten bestehen (Gabler 1997, S. 3839). Solche Überkapazitäten entstehen durch Fehlinvestitionen, sie können aber auch strategisch bewusst geplant werden (Terporten 1999, S. 230 ff.), beispielsweise um konjunkturelle Nachfrageschwankungen kurzfristig ausgleichen zu können. Langfristig hingegen sind in größerem Maße unterausgelastete Produktionskapazitäten betriebswirtschaftlich aufgrund der damit verbundenen Fixkosten kaum tragbar und müssen korrigiert werden.

2010 lagen die Überkapazitäten der deutschen Automobilhersteller weltweit bei knapp 2,9 Mio. Einheiten. Somit waren die Kapazitäten im Durchschnitt mit 82 % ausgelastet, was in etwa dem globalen Durchschnitt über alle Automobilhersteller hinweg entspricht.

Die Produktionskapazitäten in Deutschland konnten die Hersteller 2010 wieder zu einem hohen Grad nutzen, die Auslastung der Werke lag durchschnittlich bei 87 %. Die Ausnahme stellen die Werke von Opel dar, die zu mindestens einem Viertel nicht ausgelastet sind. Die seit längerer Zeit anhaltende Unterauslastung der Werke ist mitverantwortlich für die aktuelle wirtschaftliche Schiefelage von Opel.

Generell schlechter sieht die Lage im europäischen Ausland aus. Hier sind die größten regionalen Überkapazitäten der globalen Automobilindustrie, aber auch der deutschen Hersteller angesiedelt. Im Zeitraum von 2007 bis 2010 fiel die Ausbringungsmenge von 4,5 Mio. Einheiten um 19 % auf 3,7 Mio. Einheiten – mit der Konsequenz, dass die durchschnittliche Auslastung der Werke auf 68 % fiel. Mit Ausnahme von BMW sind die Werke deutscher Hersteller im europä-

ischen Ausland nur zu zwei Dritteln ausgelastet.

In Nordamerika verfügen deutsche Hersteller über Kapazitäten zur Fertigung von rund 800.000 Fahrzeugen, deren Auslastungsgrad zuletzt bei 90 % lag. In der Volksrepublik China haben die deutschen Automobilhersteller ihre Produktionskapazitäten von 2007 bis 2010 mehr als verdoppelt. Damit standen ihnen 2010 Kapazitäten zur Produktion von über 2 Mio. Einheiten zur Verfügung, die aufgrund der starken Marktnachfrage quasi vollständig beansprucht wurden. Ähnlich gut waren die Kapazitäten deutscher Hersteller in Südamerika ausgelastet.

Zusammenfassend kann festgehalten werden, dass die deutschen Automobilhersteller – nach dem Einbruch im Jahr 2009 – auch dank der Exporterfolge die bestehenden Produktionskapazitäten in Deutschland wieder zu einem hohen Grad auslasten können. Einschränkend muss angeführt werden, dass in den letzten Jahren keine wesentliche Erweiterung der Kapazitäten in Deutschland stattgefunden hat, sondern eher auf eine hohe Auslastung gesetzt wurde (mit Ausnahme der Opel-Werke). Insgesamt sind hohe Überkapazitäten im europäischen Ausland angesiedelt. Die Werke deutscher Hersteller sind dort nur zu zwei Dritteln ausgelastet, und die getrübbten Marktaussichten lassen auch keine Besserung durch Absatzsteigerungen innerhalb dieser Regionen erwarten.

ZUKÜNFTIGE ENTWICKLUNG IN DEN PKW-ABSATZMÄRKTEN

Aufgrund der hohen Exportabhängigkeit der deutschen Automobilhersteller ist die Entwicklung der weltweiten Märkte von großer Bedeutung. Grundsätzlich sollte zwischen den BRICS- (Brasilien, Russland, Indien, China und Südafrika) und den Triade-Staa-

ten (EU, USA, Japan) unterschieden werden. Beide Märkte decken zurzeit zusammen etwa 88 % der weltweiten Nachfrage ab (VDA 2011b). Somit ist zur Abschätzung zukünftiger Entwicklungen eine Fokussierung auf diese Märkte zunächst ausreichend.

Die globalen Automobilmärkte befinden sich seit wenigen Jahren im Umbruch. Im Gegensatz zur Stagnation der Absatzzahlen auf den stark entwickelten Märkten wie den USA, Japan und der EU weisen die BRICS-Märkte ein starkes Absatzwachstum auf. Die Kundenanforderungen unterscheiden sich allerdings teilweise deutlich von denjenigen traditioneller Absatzmärkte. Gerade in dicht besiedelten Ländern wie China und Indien mit im Durchschnitt niedrigen und mittleren Einkommen spielen Klein- und Minisegmente eine sehr große Rolle. Gleichzeitig ist in manchen Schwellenländern aber auch ein starkes Wachstum der Oberklassensegmente zu beobachten. Da jedes Land spezifische Eigenheiten aufweist, wird im Folgenden detailliert auf die einzelnen Märkte eingegangen. Besonders relevant für die Einschätzung der zukünftigen Entwicklungen ist einerseits die erwartete wirtschaftliche Entwicklung (PwC 2011) sowie der prognostizierte demografische Trend in den einzelnen Ländern (United Nations 2004).

MARKTENTWICKLUNG DER BRICS-LÄNDER BIS 2030

Brasilien weist schon seit einigen Jahren eine sehr dynamische Volkswirtschaft auf. Wachsender Wohlstand gerade in den urbanen Gebieten der Ostküste führt zu einer steigenden Nachfrage nach neuen Pkw. Nahezu sämtliche Prognosen zeichnen sowohl für die Bevölkerungsentwicklung als auch für das Wirtschaftswachstum ein positives Bild. Brasilien wird wohl auch in Zukunft der größte und dynamischste Markt in Südamerika bleiben. Aus

technischer Sicht weist der brasilianische Markt die Besonderheit des sehr hohen Anteils an Flex-Fuel-Fahrzeugen auf. Dies erlaubt sowohl das Tanken von fossilem Benzin als auch von Bioethanol mit bis zu 95 % Anteil am Kraftstoffgemisch und ermöglicht so die Nutzung der hohen Potenziale zur Bioethanolproduktion in Brasilien. Da der Marktanteil von Flex-Fuel-Pkw bei Neuwagen heute bei über 80 % liegt, müssen alle in Brasilien aktiven Hersteller diese Fahrzeuge mit leicht modifiziertem Verbrennungsmotor bzw. entsprechender Kraftstoffversorgung anbieten. Neben dieser technischen Besonderheit zeichnet sich der brasilianische Markt durch einen verhältnismäßig hohen Anteil an höherwertigen Segmenten aus. Kombiniert mit den Wachstumsaussichten wird Brasilien in Zukunft für die deutschen Automobilhersteller an Wichtigkeit gewinnen.

Die Einschätzung der Situation in Russland gestaltet sich schwieriger. Zum einen führt die starke Abhängigkeit der Wirtschaft von Rohstoffexporten dazu, dass Prognosen des Wirtschaftswachstums schwieriger als in anderen Ländern sind, bzw. stark von der Entwicklung der schwankenden Rohstoffpreise beeinflusst werden können. Zum anderen finden in Russland derzeit neben einer bereits stagnierenden und demnächst abnehmenden Bevölkerung auch Bevölkerungswanderungen von ländlichen Gegenden in die urbanen Regionen statt. Die Folgen dieser Entwicklungen für den Pkw-Markt können zweierlei sein: Zum einen sinkt der Pkw-Bedarf im städtischen Bereich im Vergleich mit dem ländlichen Raum; zum anderen wächst das durchschnittliche Einkommen, sodass durch höhere Kaufkraft mehr Pkw nachgefragt werden könnten. Insgesamt wird nur ein moderates Wachstum des Pkw-Marktes erwartet. Der stark von den russischen Herstellern dominierte Markt scheint auch in Zukunft für die deutschen Hersteller schwierig zu erschließen.

ßen zu sein. Ausgenommen hiervon ist das Luxussegment, das sich in Russland wachsender Beliebtheit erfreut.

Indien wird oftmals wegen der ähnlich hohen Bevölkerungszahl mit China verglichen, und zugleich wird auch eine ähnliche wirtschaftliche Entwicklung erwartet. Die beiden Länder sind aber faktisch sehr unterschiedlich. Indien setzt stärker auf ein organisches Wachstum über den Binnenmarkt, und es dominiert zudem der Dienstleistungssektor mit einem niedrigeren Lohnniveau. Zugleich wächst die indische Bevölkerung immens, während in China staatliche Regulierung zu einem deutlichen Rückgang der Geburten geführt hat. Der wachsende Wohlstand verteilt sich in Indien somit auf mehr Personen, und das niedrigere Pro-Kopf-Einkommen führt dazu, dass eher kleinere Fahrzeuge angeschafft werden. Dies bestätigt der Markt: In den letzten Jahren wurden dort etwa zwei Drittel aller Neufahrzeuge als Kleinfahrzeuge verkauft. Allerdings scheinen die Kleinwagen der deutschen Volumenhersteller für den indischen Markt offensichtlich zu teuer zu sein. Doch auch in Indien dürfte eine wachsende Oberschicht zukünftig stärkeres Interesse an Fahrzeugen aus der Oberklasse deutscher Premiumhersteller zeigen. Aufgrund der mittel- und langfristigen Wachstumspotenziale des indischen Marktes sollten die deutschen Automobilhersteller diesen beobachten und testen, ob und welche (Premium-)Fahrzeuge unterhalb der Oberklasse zukünftig Markterfolg haben könnten. Indien sollte als Wild-Card der zukünftigen globalen Pkw-Märkte aufgefasst werden.

China wies in der letzten Dekade das stärkste Wirtschaftswachstum auf. Mit BIP-Wachstumsraten pro Kopf von konstant über 8 % ist das Land weltweit der Spitzenreiter. Es wird zwar erwartet, dass diese Raten sich abschwächen, aber im globalen Vergleich

werden sie immer noch ein sehr hohes Niveau aufweisen. Neben diesem starken Wirtschaftswachstum sind zudem die Auswirkungen der chinesischen Ein-Kind-Politik erkennbar. Die Zunahme der Bevölkerung verlangsamt sich deutlich und wird bis 2030 in eine Stagnation übergehen. Das zukünftige Wirtschaftswachstum wird sich so auf weniger Personen verteilen als in den vergangenen Jahren. Die Bedeutung für den Automobilmarkt ist offensichtlich. Die sehr niedrige Pkw-Besitzrate und das Streben nach Statussymbolen werden den chinesischen Markt noch in den nächsten Jahren prägen. Somit bleibt dieser Markt sowohl aus Gründen des generellen Marktwachstums als auch wegen der Bedeutung des Premiumsegments vielversprechend.

Südafrika spielt als Absatzmarkt bisher nur eine untergeordnete Rolle. Die relativ geringen Verkaufszahlen mit deutlich unter 1 Mio. Fahrzeugen pro Jahr machen diesen Markt für die deutschen Hersteller wenig attraktiv. Im Gegensatz zu anderen BRICS-Staaten lässt sich auch keine nennenswerte Absatzsteigerung in den vergangenen Jahren beobachten. Nicht zu unterschätzen hingegen ist der Gebrauchtwagenmarkt. Mittlerweile wird ein Großteil der in der EU ausrangierten Fahrzeuge nach Afrika verschifft. Diese landen zwar auch in anderen afrikanischen Ländern, sorgen aber dafür, dass in Südafrika selbst die Pkw-Dichte im Vergleich zu anderen BRICS-Staaten relativ hoch ist. Es ist anzunehmen, dass auch in Zukunft das Wachstum der Neuwagenverkäufe eher moderat ausfallen und der Markt weiterhin von den Gebrauchtwagen dominiert wird.

MARKTENTWICKLUNG DER TRIADE-LÄNDER BIS 2030

Der nordamerikanische Markt wird maßgeblich durch die USA geprägt. Bis vor Kurzem handelte es sich dabei auch um den weltgrößten Absatzmarkt.

2009/2010 wurden die USA jedoch erstmals von China übertroffen. Niedrige Energiepreise trugen in der Vergangenheit genauso wie die großzügig angelegten Straßen und autofreundlichen Städte dazu bei, dass in den USA der Anteil von großen Fahrzeugen immer überdurchschnittlich hoch lag. Auch heute noch prägen große Pick-ups und Limousinen das Straßenbild, und die Mittel- und Oberklassefahrzeuge können kontinuierlich einen guten Absatz erzielen. Trotz der Wirtschafts- und Finanzkrise von 2008/2009 und hoher Arbeitslosigkeit wird weiterhin davon ausgegangen, dass sich die USA in Zukunft wirtschaftlich positiv entwickeln werden. Gestützt werden diese positiven Aussichten durch eine wachsende Bevölkerung, die nicht von Überalterung geprägt sein wird wie die europäische oder japanische. Da in den USA zudem tendenziell höherpreisige Automobilssegmente abgesetzt werden, bleibt dieser Markt für die deutschen Automobilbauer weiterhin ein starker Absatzmarkt – wobei die deutschen Hersteller neben ihrer Stellung als Premiumanbieter aufgrund der amerikanischen Effizienzgesetzgebung auch vermehrt von ihrem Angebot an hocheffizienten Fahrzeugen profitieren dürften.

Die Europäische Union liefert momentan ein divergentes Bild. Während die nord- und mitteleuropäischen Märkte stabil sind, setzt sich in süd- und osteuropäischen Ländern der Absatzeinbruch fort. Die Überwindung von Schulden-, Wirtschafts- und Finanzkrise wird vermutlich noch einige Jahre in Anspruch nehmen. Die Bevölkerungsentwicklung stagniert auch in Süd- und Osteuropa bereits heute, und in vielen Ländern ist eine starke Alterung der Gesellschaft absehbar. Ausgenommen davon sind Frankreich und die skandinavischen Länder. Durch den auch zukünftig hohen Anteil der Neuwagen in der Ober- und oberen Mittelklasse, der in Europa und insbesondere in Deutschland abgesetzt werden

kann, bleibt für die Premiumhersteller der europäische Markt weiterhin von großer Relevanz. Insbesondere der Absatz von Firmenwagen stützt diese Segmente. Hier bleibt abzuwarten, ob die vorteilhaften (steuerlichen) Regelungen aus den letzten Jahren zukünftig eingeschränkt werden. Zwei weitere Trends aus den letzten Jahren sollten ebenfalls im Fokus bleiben: Trotz des Wachstums im Sport-Utility-Vehicle-Segment zeigt sich in Verbindung mit den Energiekostensteigerungen auch ein – noch verhaltener – Trend zu kleineren, energieeffizienten Fahrzeugen. Dieser könnte durch den sich abzeichnenden Markterfolg von neuen Mobilitätskonzepten verstärkt werden.

Der japanische Markt ist momentan sehr schwer einzuschätzen. Während vor zwei Jahren noch von einer Erholung der Wirtschaft nach der Krise 2009 auszugehen war, scheinen die Aussichten nach dem Reaktorunglück in Fukushima und den Folgen des Tsunamis nunmehr ungewiss. Es ist durchaus denkbar, dass vom Aufbau nach der Katastrophe und einem sich abzeichnenden Umbau des Energiesystems positive Effekte auf die Wirtschaft ausgehen. Andererseits kämpft der ja-

panische Staat mit der weltweit höchsten Staatsverschuldung im Verhältnis zum Bruttoinlandsprodukt. Die demografische Entwicklung weist ähnlich wie in Deutschland einen leichten Rückgang der Bevölkerung und zukünftig eine starke Überalterung auf. Dies wird vermutlich zur Folge haben, dass die Absatzzahlen auf dem weitestgehend gesättigten Markt leicht zurückgehen werden. Zwar ist die Segmentstruktur sehr ähnlich zu der in den europäischen Märkten und wäre somit durchaus interessant für deutsche Hersteller, jedoch kaufen japanische Kunden hauptsächlich im eigenen Land hergestellte Pkw. Dieser Markt dürfte also trotz interessantem Volumen auch in Zukunft für deutsche Hersteller nur eine untergeordnete Rolle spielen.

VERGLEICH DER MARKTPROGNOSEN VON TRIADE- UND BRICS-LÄNDERN

Die Analysen verdeutlichen, dass die relevanten Märkte sehr unterschiedlichen Entwicklungen unterliegen. Basierend auf den zuvor beschriebenen Erkenntnissen der länderspezifischen Marktentwicklungen zeigen Berechnungen bis 2030 knapp eine Verdopp-

lung der Verkaufszahlen auf den Triade- und BRICS-Märkten im Vergleich zu 2011. Während allerdings 2011 noch die Mehrzahl der Pkw auf den klassischen Märkten der Triade verkauft wurde, wird sich dies in Zukunft deutlich ändern und sich das Gewicht der Neverkäufe bis 2030 stark zu den BRICS-Staaten verlagern (Abb. 2). Die BRICS-Märkte sind dann etwa 2,5-mal so groß wie heute, angetrieben durch den chinesischen Markt. Weltweit werden 2030 voraussichtlich etwa 125 Mio. Neufahrzeuge jährlich abgesetzt.

FAZIT UND AUSBLICK

Die deutsche Automobilindustrie ist bei Produktion und Absatz global aufgestellt. Weniger als die Hälfte der von ihr hergestellten Fahrzeuge stammt aus Deutschland, etwas mehr als ein Zehntel der gesamten Produktion wird in Deutschland verkauft. In der Vergangenheit erhöhte sich die Exportabhängigkeit der deutschen Automobilhersteller stetig. Heute gehen drei Viertel der in Deutschland hergestellten Pkw in den Export. Besonders die Absatzmärkte in den USA und der übrigen EU sind von großer Bedeutung.

ABB. 2 WELTWEITE ENTWICKLUNG DER VERKAUFSZAHLEN IN DEN BRICS- UND TRIADE-MÄRKTEN



Eigene Darstellung

In den letzten Jahren wurden zunehmend auch Pkw nach China und Brasilien exportiert. Gerade in diesen beiden aufstrebenden Schwellenländern ist zukünftig mit einem großen Absatzwachstum und großen Chancen für die deutschen Automobilhersteller zu rechnen. In beiden Märkten werden auch vermehrt Fahrzeuge höherpreisiger Segmente und Fahrzeuge mit Premiumattributen nachgefragt. Die deutsche Automobilindustrie reagierte in der Vergangenheit bereits auf diese Trends und installierte dort regionale Produktionsstätten. Neben Brasilien und China werden die Absatzzahlen auch in Indien deutlich steigen. Dieser Markt scheint aber aufgrund des hohen Anteils von Kleinfahrzeugen für die deutsche Au-

tomobilindustrie heute nicht von gleich großer Bedeutung zu sein. Mittel- bis langfristig könnte sich das ändern, sodass aufgrund der Marktgröße auch Indien für deutsche Automobilhersteller interessant werden könnte.

Es zeichnet sich ab, dass die deutschen Automobilhersteller Premiumfahrzeuge auch zukünftig weiter in Deutschland fertigen werden, während bei Klein- und Mittelklassefahrzeugen ohne Premiumcharakter die Produktionsanlagen zunehmend in die Absatzmärkte verlegt werden dürften. Da wachsende Absatzzahlen in diesen Marktsegmenten vor allem außerhalb Europas erwartet werden, bedeutet dies einen weiter steigenden Druck auf die Kapazitätsauslastung der europäischen Werke. Global hätten 2010 über 75 Mio. Fahrzeuge hergestellt werden können, es wurden aber nur knapp 62 Mio. produziert, was einer Auslastung von rund 81 % entspricht. Die Auslastung variiert regional deutlich.

Während die Werke deutscher Hersteller innerhalb Deutschlands sehr gut ausgelastet sind, leiden sie im übrigen Europa unter den im globalen Maßstab größten regionalen Überkapazitäten und damit einer wesentlich niedrigeren Auslastung. Parallel zum Ausbau der Produktionskapazitäten in Schwellenländern wird im europäischen Ausland daher mit einem Abbau der Überkapazitäten zu rechnen sein. Dabei wird die Höhe des Kapazitätsabbaus in den EU-Staaten davon abhängen, ob und wie sich die EU-Wirtschaft in den kommenden Jahren von der Finanz- und Schuldenkrise erholt.

Christoph Zanker, Wolfgang Schade

LITERATUR

Audi AG (2012): Audi wird in Mexiko produzieren und setzt seine Internationalisierung fort. Pressemitteilung vom 19.04.2012, www.audi.de/

de/brand/de/unternehmen/aktuelles.detail.2012~04~audi_wird_in_mexiko.html

Gabler (Hg.) (1997): Gabler Wirtschaftslexikon. Wiesbaden

PwC (PricewaterhouseCoopers) (2011): The World in 2050. The accelerating shift of global economic power: challenges and opportunities (Hawthornthwaite, J., Tiwari, A.). London

Terporten, M. (1999): Wettbewerb in der Automobilindustrie. Duisburg

United Nations (2004): World Population to 2300. New York

VDA (Verband der Automobilindustrie) (2011a): Daten zur Automobilwirtschaft Ausgabe 2011. Berlin

VDA (Verband der Automobilindustrie) (Hg.) (2011b): International Auto Statistics, Berlin