

CAMA-Spotlight auf ausländische Automobilmärkte

1/2011

Automobilmarkt und Automobilunternehmen in den USA zum Jahreswechsel 2010/11

- Sind die harten Zeiten vorüber?

Der amerikanische Fahrzeugmarkt Ende 2010

In den ersten zehn Monaten des Jahres 2010 wurden in den USA 9,5 Mio. leichte Fahrzeuge verkauft - die Hälfte davon Pkws, die übrigen Pick-ups, SUVs und Vans. Damit sind die Vereinigten Staaten der zweitgrößte Pkw-Absatzmarkt weltweit nach China (14,7 Mio.), da sich nach dem Absatzeinbruch im Jahr 2009 um 21% (trotz staatlicher Unterstützungsmaßnahmen z.B. durch das „Cash for Clunkers program“) das Marktvolumen in den nächsten Jahren zwischen 12 und 15 Mio. Einheiten einzupendeln scheint.

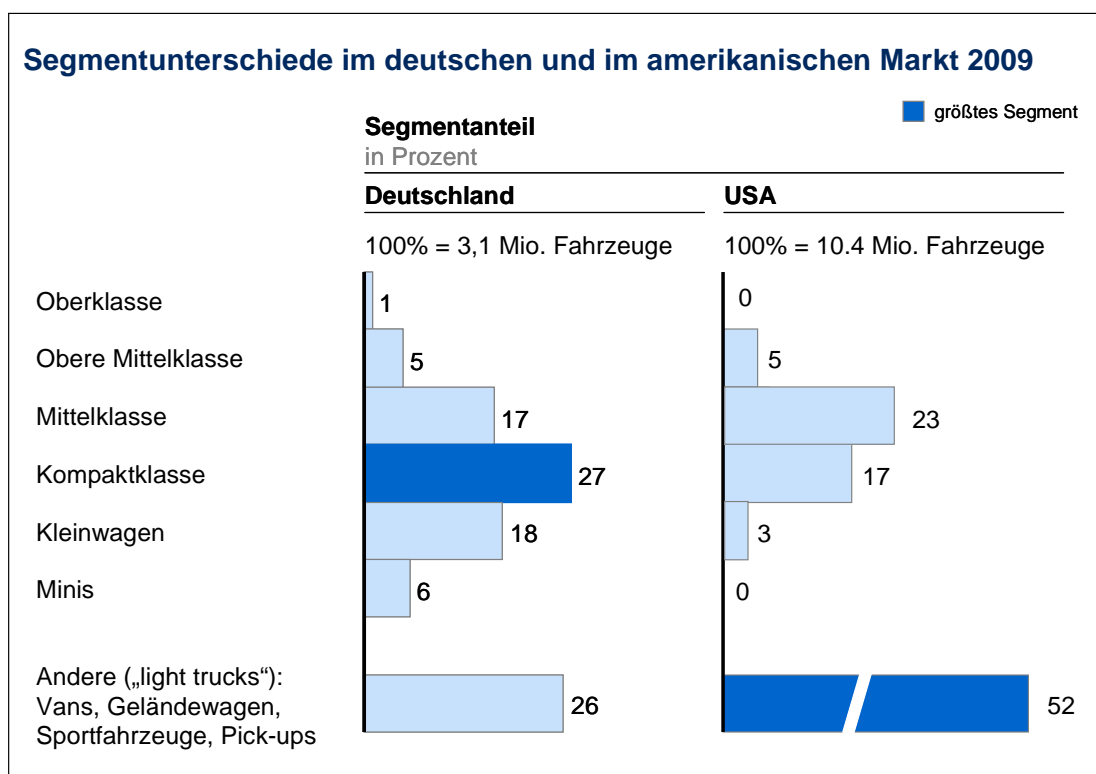
In diesem Jahr wird sich der Absatz am unteren Ende dieser Spanne bewegen, weit entfernt von den über 17 Mio. verkauften Fahrzeugen im Jahr 2000. Daran gemessen kann die gegenwärtige Entwicklung nur als leichter Aufschwung verstanden werden, der trotz eines voraussichtlichen BIP-Wachstums von knapp 3% 2010 von einer anhaltend hohen Arbeitslosigkeit (über 9%) und Überkapazitäten getrübt wird. Allerdings ist das durchschnittliche Alter der Fahrzeuge in den USA mit über zehn Jahren sehr hoch. Nicht zuletzt deshalb steigt die Anzahl der Haushalte, die in den nächsten sechs Monaten die Anschaffung eines neuen Fahrzeugs planen, auf den höchsten Stand seit September 2008.

Den größten Marktanteil in den USA hatte in den ersten zehn Monaten des Jahres 2010 General Motors (GM, 19 Prozent bzw. 1,82 Mio. Fahrzeuge) vor Ford (17 Prozent bzw. 1,57 Mio. Fahrzeuge) und Toyota (15 Prozent bzw. 1,46 Mio. Fahrzeuge). Honda setzte im gleichen Zeitraum knapp über 1 Million, Chrysler 907.000, Hyundai/Kia 752.000 und Nissan 743.000 Fahrzeuge ab. Volkswagen mit Audi folgte als größter deutscher Anbieter in den USA auf Platz acht mit 294.000 Fahrzeugen. BMW verkaufte 215.000 Fahrzeuge, Daimler 190.000 Fahrzeuge. Mit Ausnahme der Kleinwagenhersteller Mini (-1,6 Prozent) und Smart (-61 Prozent) wiesen alle deutschen Anbieter eine überdurchschnittlich günstige Entwicklung auf.

Ein Blick auf die Segmente zeigt die bekannte Verteilung: Nachdem sich der amerikanische Markt bei den Absatzvolumen auf ein Gleichgewicht zwischen PKW („cars“) und Pick-ups, SUVs, Crossover-Fahrzeugen sowie Vans („light trucks“) eingependelt hat, haben die Amerikaner ihre Vorliebe für SUVs und Pick-ups wiederentdeckt. Reagierten sie auf die Krise durch

eine verstärkte Nachfrage nach kleineren und verbrauchsärmeren Fahrzeugen (meist Zweit- oder Drittwagen), so kaufen sie nun für viele unerwartet - wieder „light trucks“, allerdings mit kleineren, verbrauchsärmeren Motoren und geringerem Gewicht bei wieder gesunkenem Kraftstoffpreis.

Anders als in Deutschland ist der Pkw-Markt in den USA nur auf vier der sechs Fahrzeugsegmente gerichtet – auf die Segmente, die die US-amerikanischen Hersteller bedienen. Da US-amerikanische Hersteller weder Minis noch Oberklassefahrzeuge anbieten, spielen diese Segmente in den USA bislang keine Rolle. Während bei Minis langsam ein Umdenken einsetzt, sind die US-amerikanischen Konsumenten weiterhin nicht bereit, einen sehr hohen Preis für teure europäische Oberklassefahrzeuge zu zahlen. Sie sind damit deutlich rationaler als die deutschen Kunden, aber nicht so rational wie z.B. die Franzosen und im Extrem die Japaner, bei denen die gesamte Segmentstruktur nach unten verschoben ist.



Automobilhersteller und -zulieferer in den USA

„Light trucks“ sind überwiegend Fahrzeuge der US-amerikanischen Hersteller, Pkws dagegen meist Fahrzeuge ausländischer Hersteller, in den USA gebaut oder importiert. Japanische Hersteller belegen dabei die ersten fünf Plätze.

Die US-amerikanische Automobilindustrie stabilisiert sich langsam wieder nach dem schweren Markteinbruch mit zahlreichen Werksschließungen (GM gab z.B. 14 von 47 Werken auf), Massenentlassungen, Insolvenzverfahren (GM und Chrysler) und massiver staatlicher Hilfe (50 Mrd. US-\$ an GM) bzw. Kapitalbeteiligung (Fiat bei Chrysler). Dies deckt sich offenbar mit den Erwartungen des Kapitalmarktes, war doch der Börsengang von GM nach 16 Mona-

ten Restrukturierung nicht nur siebenfach überzeichnet, sondern galt auch als größter Börsengang überhaupt. Von den „Big 3“ kam allerdings nur Ford ohne fremde Hilfe durch die Krise - musste sich aber von Premiummarken trennen. Volvo wurde an Geely (China) verkauft, Jaguar und Land Rover an Tata (Indien), die Beteiligung an Mazda wurde von 33 auf 3 Prozent reduziert. Auch GM richtete sein Markenportfolio neu aus und konzentriert sich in den USA heute auf nur noch vier Marken (Chevrolet, Cadillac, Buick und GMC). Saturn, Pontiac, Hummer und Saab wurden verkauft oder aufgegeben.

Deutsche Hersteller investieren weiterhin in den USA. Volkswagen baut in Chattanooga/Tennessee nach langem Zögern ein neues Werk mit einer Produktionskapazität von 150.000 Mittelklassefahrzeugen, um das für 2018 geplante Absatzziel von 600.000 Fahrzeugen zu erreichen. Daimler investiert in sein Werk in Tuscaloosa/Alabama, wo 2014 die C-Klasse produziert werden soll und BMW erweitert die Kapazität in Spartanburg/South Carolina. Die Gründe sind bei allen drei Unternehmen sehr ähnlich: Produktion in einem großen, weiterhin aufnahmefähigen Markt, relativ geringe Kosten und Absicherung von Währungsrisiken („natural hedging“). Außerdem haben die deutschen Hersteller einen großen Anteil daran, dass trotz des starken Einbruchs bei Produktion und Absatz 2009, fast eine Mio. Fahrzeuge aus den USA nach Übersee exportiert wurden, weil viele Fahrzeuge, z.B. Geländewagen deutscher Unternehmen nur hier produziert werden. Die größten Exportmärkte sind Kanada, Mexiko, China und Deutschland.

Die US-amerikanischen Zulieferer, die unter der Krise und der Insolvenz der Hersteller GM und Chrysler meist stärker gelitten hatten als die Hersteller, mussten das Produktportfolio drastisch kürzen oder sich auf das Kerngeschäft konzentrieren. Mit der Konjunkturerholung steigen aber seit einigen Monaten auch hier wieder Umsätze und Beschäftigung. Ein Beispiel ist Dana. Nach Aufgabe des Karosseriebaus und der Fertigung von Federungen konzentriert sich das Unternehmen nun auf Fahrzeugachsen. Eine Neustrukturierung gelang jedoch nicht allen. Große Zulieferer wie Collins & Aikman mussten aufgeben.

Den Wettbewerb in den USA verstärken Investitionen v.a. europäischer Zulieferer. Sie investieren bevorzugt in der Nähe europäischer und asiatischer Hersteller im Südosten der USA, in einem Raum mit relativ niedrigen Löhnen und geringer gewerkschaftlicher Organisation der Arbeitskräfte. Durch Innovationen und hohe Qualität gewinnen sie Marktanteile gegenüber den US-amerikanischen Zulieferern, die bereits vor der Krise durch die brutale Einkaufspolitik der „Big 3“ in den Zeiten der Rabattschlachten geschwächt wurden. Dafür suchen heute die US-amerikanischen Zulieferer, die sich bisher fast ausschließlich auf die USA und auf US-amerikanischen Hersteller konzentriert haben, nun verstärkt auch neue Märkte vor allem in Ländern mit starker Motorisierung und hohen Wachstumsraten wie den BRIC-Ländern.

Zukunftsansichten für die amerikanische Automobilindustrie

Auch wenn 17 Mio. Fahrzeuge in den USA sobald nicht wieder abgesetzt werden, sind die langfristigen Aussichten für die amerikanische Automobilindustrie gut: In der Krise wurden beispiellos drastische Einschnitte vorgenommen, die die Branchenstruktur nachhaltig verändert und viele überfällige Entscheidungen erleichtert haben.

Politische Eingriffe aus Washington mit dem Ziel der Neuausrichtung der amerikanischen Automobilindustrie hin zu umweltfreundlichen Technologien und damit einer neuen Form von Mobilität weg vom Öl, gefolgt von milliardenschweren Investitionen, sichern der Automobilindustrie zudem weiterhin eine bedeutende Stellung - nicht nur in den USA selbst, sondern auch weltweit.

Die US-amerikanischen Hersteller und Zulieferer versuchen bereits heute mit kräftigem Rückenwind verlorenen Boden gut zurückzugewinnen. Obwohl es bisher aus US-amerikanischer Produktion erst zwei Elektrofahrzeuge gibt, den Tesla (an dem Daimler beteiligt ist), einen Sportwagen mit einem Preis von mehr als 80.000 EUR und den GM Chevrolet Volt, sollen bis 2015 eine Million Hybrid- und Elektrofahrzeuge auf den Straßen der USA fahren. Um das zu erreichen, steckt der Staat im Rahmen des Konjunkturprogramms ARRA (American Recovery and Reinvestment Act) bis zu 2,4 Mrd. US-\$ in 48 Forschungs- und Entwicklungsprojekte und in den Ausbau der Versorgungsinfrastruktur. Wie in Europa und Asien soll die Entwicklung neuer Batterien, neuer Antriebsaggregate und der Steuerungselektronik der Elektrofahrzeuge beschleunigt werden. Angesichts der noch unzureichenden Infrastruktur (Ladestationen), soll es bis 2011 mehr als 20.000 Ladestationen zusätzlich in ausgewählten Regionen wie New York, Washington D.C. und Los Angeles geben. Zudem wird der Kauf von Elektrofahrzeugen in den USA mit 5.500 US-\$ subventioniert, in Kalifornien, wo 2040 Autos mit Verbrennungsmotor verboten werden sollen, sogar mit 7.500 US-\$. Die Hersteller versuchen darüber hinaus mit umfangreichen Garantieleistungen Vorbehalte gegenüber der neuen Technologie zu nehmen. GM bietet den Volt mit einer Garantie von acht Jahren bei einer Laufleistung bis zu 100.000 Meilen (ca. 160.000 km) an.

Angesichts der niedrigen Kraftstoffpreise von derzeit ca. 2,7 US-\$ je Gallone (umgerechnet ca. 0,54 EUR/Liter) und der noch unzureichenden Infrastruktur (Ladestationen) wird sich allerdings zeigen, wie schnell sich Elektroautos außerhalb der Metropolen durchsetzen können.

Parallel zur Entwicklung von Batterien wird deshalb auch die Entwicklung von Brennstoffzellen vorangetrieben. Die ersten Fahrzeuge mit Brennstoffzellen sollen 2015 auf den Markt kommen. GM, Toyota, Honda, Hyundai und Daimler sehen darin eine Zukunftstechnologie, die im Gegensatz zu Batteriefahrzeugen Vorteile der Reichweite und der Aufladezeit gegenüber vergleichbaren Fahrzeugen mit Verbrennungsmotor versprechen. Der Aufbau einer ausreichenden Infrastruktur - geschätzte Kosten etwa 50 Mrd. US-\$ - ist allerdings sehr teuer.

Haben Sie Anmerkungen zu diesem Spotlight?

info@cama-automotive.de – wir antworten umgehend!