



Elektromobilität in China



Haben Sie eine Strategie?

Elektromobilität in China: Haben Sie eine Strategie?

Noch ist der Anteil von „New Energy Vehicles“ am chinesischen Automarkt verschwindend gering. Das Marktwachstum beschleunigt sich jedoch zusehends. Gestiegene Akzeptanz bei Verbrauchern, gesunkene technologische Barrieren und großzügige staatliche Förderung sprechen dafür, dass der Markt für NEV vor einem Durchbruch steht. Die Wahrscheinlichkeit ist hoch, dass die Automobilindustrie Chinas mittelfristig vor dramatischen Umwälzungen steht. Ein Erfolg der Elektromobilität würde etablierte Technologien, Lieferketten und Kundenbeziehungen in Frage stellen. Die Marktstellung, wenn nicht sogar die Existenz zahlreicher Unternehmen wäre betroffen. Für Zulieferer und Maschinenbauer im Umfeld der Automobilindustrie ist es daher ratsam, Chancen und Bedrohungen durch Elektromobilität in China rechtzeitig zu erkennen und die Chinastrategie entsprechend anzupassen.

Ehrgeizige Ziele bisher verfehlt

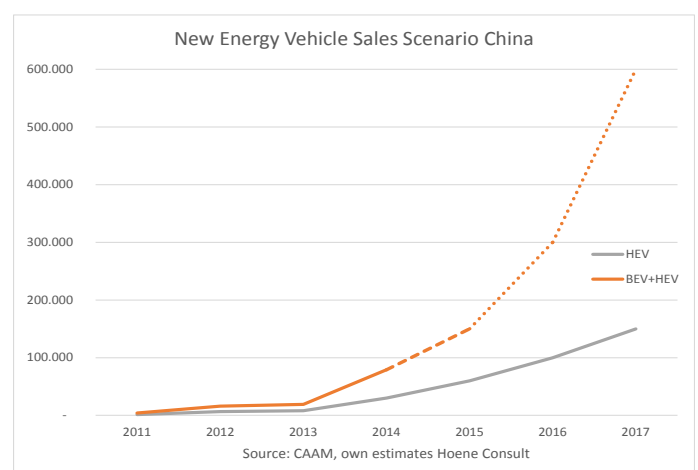
Im vergangenen Jahr wurden in China fast 20 Millionen Personenkraftwagen verkauft. Auf New Energy Vehicles (NEV) entfielen nach Information des chinesischen Automobilverbands CAAM magere 79.500. Auch wenn Importe darin nicht enthalten sind: die ehrgeizigen Ziele der chinesischen Regierung wurden bisher glatt verfehlt. Bereits 2011 sollten 500.000 NEV in den Verkehr gebracht werden. Dieses Ziel wurde im aktuellen Fünfjahresplan auf 2015 verschoben und ist kaum erreichbar. Die von chinesischen Regierungsplanern für 2020 anvisierte Produktion von 5 Millionen NEV liegt erst recht in weiter Ferne.

Dabei werden Elektrofahrzeuge großzügig gefördert. Subventionen von bis zu 15.000 EUR je Fahrzeug und Ausnahmen von Zulassungsbeschränkungen in Großstädten wie Shanghai und Shenzhen sollen die Kunden zum Umsteigen bewegen.

Dennoch will sich der Markt anscheinend nicht entwickeln. Ist die Zukunft für Elektromobilität in China damit am Ende, bevor sie überhaupt begonnen hat? Wäre es nicht viel sinnvoller, auf bewährte Technik zu setzen? Die Luftverschmutzung ließe sich mit strengen Emissionswerten, Abgaskatalysatoren und sauberen Dieselmotoren auf jeden Fall schneller in den Griff bekommen als mit unausgereifter „New Energy“.

Ein Markt entsteht

Auch wenn die Ausgangsbasis niedrig ist: im Vergleich zum Vorjahr hat sich 2014 der Absatz an NEV vervierfacht. Das Marktvolumen dürfte derzeit bei etwa 2 Milliarden EUR liegen. Für das laufende Jahr rechnet der CAAM mit einer weiteren Verdoppelung. Wenn sich diese Dynamik fortsetzt, könnte der Markt für Elektrofahrzeuge in einigen Jahren eine Größenordnung erreichen, die NEV zu einer ernsthaften Konkurrenz etablierter Technologien werden lässt.





Durchbruch in Sicht?

In wenigen Jahren haben sich die Rahmenbedingungen für Elektromobilität in China grundlegend gewandelt. In der Verbraucherakzeptanz ist der Durchbruch schon fast gelungen: am oberen Ende des Marktes verleiht ein Tesla Model S ebensoviel Prestige wie ein herkömmliches Oberklassefahrzeug, zeugt aber zusätzlich von Umweltbewusstsein und politischer Korrektheit. Junge Erstkäufer dürften wenig Berührungsängste vor NEV haben: in Chinas Städten gehören E-Bikes längst zum Straßenbild.



Quelle: www.teslamotors.com

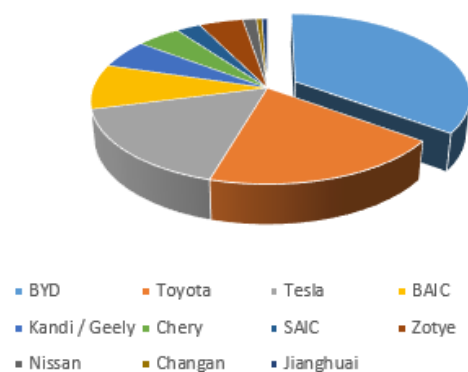
Elektrofahrzeuge haben bereits einen durchaus alltagstauglichen technischen Stand erreicht. Die mangelnde Batteriereichweite ist kein unüberwindliches Hindernis mehr, weitere Fortschritte sind absehbar. Der Aufbau eines flächendeckenden Netzes von Ladestationen stellt eine Herausforderung dar. Ähnlich wie der Aufbau eines landesweiten Mobiltelefonnetzes dürfte diese Aufgabe jedoch in wenigen Jahren lösbar sein.

Die hohen Anschaffungskosten eines Elektrofahrzeuges schrecken nach wie vor die Verbraucher ab. Die chinesische Regierung erscheint aber fest entschlossen, diesen Nachteil auszugleichen, bis steigende Stückzahlen attraktive Preise ermöglichen. Dahinter steht ein industriepolitischer Anspruch, der vor Jahrzehnten mit dem sogenannten 863-Programm begründet wurde: die einheimische Industrie soll eigene Technologien entwickeln und langfristig an ihren ausländischen Konkurrenten vorbeiziehen.

Heimspiel oder Global Players?

Ausländische Konzerne spielen auf dem Markt für Elektrofahrzeuge bisher kaum eine Rolle. Neben Tesla ist nur Toyota mit den Hybridmodellen Camry und Prius vertreten. Die Marktführer VW und General Motors beschränkten sich bisher auf Ankündigungen zukünftiger Elektromodelle für China. Marktführer ist BYD aus Shenzhen, von dessen Hybridmodell BYD Qin 2014 fast 15.000 Fahrzeuge verkauft wurden.

EV Market Shares 2014 (by sales value)



Quellen: Chinaautoweb, Harvard, Schätzungen Hoene Consult

Im Vergleich zum Gesamtmarkt ist das Segment der NEV noch mikroskopisch klein. Trotzdem lohnt sich ein Blick auf die Marktanteile. Hier könnte sich bereits abzeichnen, welche Hersteller zukünftig eine Rolle spielen: neben BYD haben drei große chinesische Staatsunternehmen bereits verkaufsfähige eigene Modelle entwickelt: SAIC (Shanghai), BAIC (Beijing) und Changan (Chongqing) wollen endlich auf eigenen Füßen stehen und nicht auf das Know How ausländischer Joint Venture-Partner angewiesen sein. Das Streben nach Autarkie wird den technischen Fortschritt eher verlangsamen und einer raschen Verbreitung von NEV hinderlich sein. Den bisher führenden ausländischen Konzernen dürfte es jedoch zunehmend schwerer fallen, ihre Marktposition in China zu halten.

Neue Geschäftsmodelle

Ein Beispiel für einen neuen Typ von Marktteilnehmern ist Kandi aus Hangzhou. Der an der amerikanischen Börse NASDAQ unter KNDI notierte Hersteller von Go-Karts stieg mit einem innovativen Geschäftsmodell in den Markt für NEV ein: die Produktion der Fahrzeuge wurde an die Geely-Tochter Maple in Shanghai vergeben. Der Vertrieb erfolgt über ein Carsharingprogramm. Immerhin lag Kandi 2014 mit etwa 10.000 Fahrzeugen auf Platz zwei der Absatzstatistik.



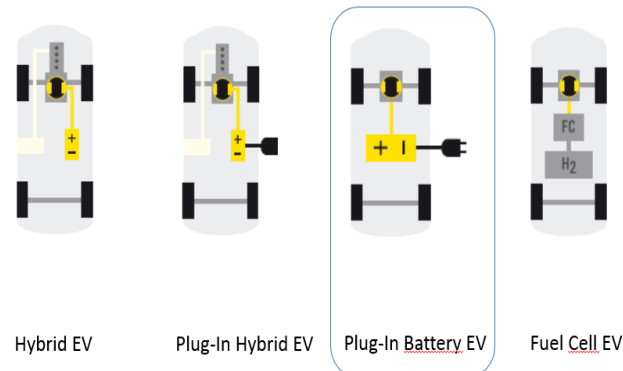
Quelle: Global Times / Kandi Technologies

Der Volvo-Eigner Geely ist ein Beispiel dafür, wie chinesische Unternehmen versuchen, sich Zugang zu Technologien zu verschaffen: In den USA übernahm Geely vor einem Jahr den Start-up Emerald Automotive und vereinbarte eine Entwicklungszusammenarbeit mit Detroit Electric. In China ist Geely in einem Joint Venture Partner des Finanzinvestors GSR, der wiederum an dem Batteriehersteller Boston Power beteiligt ist.

Der schillerndste Neueinsteiger dürfte der Internetmilliardär Jia Yueting des Videostreamingdienstes Leshi sein, der zur Jahreswende vollmundig ankündigte, den Markt für Elektrofahrzeuge aufrollen zu wollen. Er erinnert dabei an Elon Musk, der auch verlacht wurde als ein Neureicher, der sein Vermögen durchbringt. Jetzt lehrt dessen Unternehmen Tesla die Großen der Branche das Fürchten.

Welche Technik setzt sich durch?

Hybrid- oder Plug-in Hybridantrieb, Batterie oder Brennstoffzelle: noch ist nicht entschieden, welches Antriebskonzept sich am Markt durchsetzen wird.



Quelle: Landesagentur für Elektromobilität Baden-Württemberg

Nach Meinung des Autors stehen die Chancen am besten für den Plug-in Batterie-elektrischen Antrieb (BEV). Diese Variante ist weniger komplex als ein Hybridantrieb und wahrscheinlich langfristig kostengünstiger. Aus Sicht der chinesischen Regierung dürfte der Charme von BEV darin bestehen, dass der Wissensvorsprung der ausländischen Konkurrenz hier wesentlich geringer ist als bei Verbrennungsmotoren und anspruchsvollen Automatikgetrieben. Der Staat wird daher wahrscheinlich mit finanzieller Förderung und regulatorischen Maßnahmen alles daran setzen, batterieelektrische Antriebe nachhaltig durchzusetzen. Angesichts der Größe des chinesischen Marktes stehen die Chancen gut, dass diese Rechnung aufgeht.

Hoene Consult: Wir unterstützen Ihren nachhaltigen Erfolg in China mit praxiserprobten Konzepten für die Marktbearbeitung und mit tatkräftiger Unterstützung bei der Umsetzung in den Bereichen:

- Marktinformation
- Strategie
- Vertrieb
- Organisation.

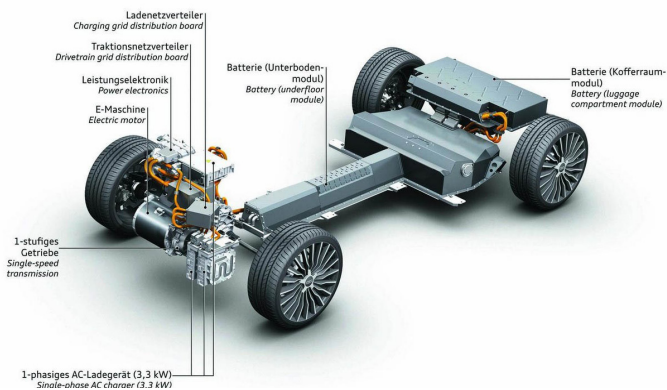


Weitreichende Konsequenzen

Ein Markt, der erst im Entstehen ist, Technologien, die sich erst beweisen müssen, Anbieter, die es noch nicht gibt? Ist Elektromobilität in China doch nur eine Modeerscheinung? Wird sich langfristig bewährte, saubere Dieselseitechnik durchsetzen? Auszuschließen ist es nicht. Für Elektromobilität spricht, dass große Hürden bereits überwunden sind, vor allem in Bezug auf Verbraucherakzeptanz und Technik.

Audi A3 e-tron

04/11



Quelle: Audi AG

Weder Volkswagen noch Daimler, Bosch oder ZF verfügen über einen uneinholbaren Wissensvorsprung. Im Gegenteil: bei den Schlüsseltechnologien für Batterien, Antriebsmotoren, Leistungselektronik und Ladetechnik sind die Automobilisten zum Teil selbst Neulinge im Vergleich zu etablierten Anbietern wie Siemens oder Panasonic. Wenn aber selbst der Motor als Herz eines Automobils problemlos von Zulieferern bezogen werden kann, bleibt von einer originären Technik der OEM nicht mehr viel übrig. Der Trend zum Outsourcing dürfte sich daher noch zuspitzen. Unternehmen wie Apple, deren eigene Fertigungstiefe gegen null geht, dürften genau darin ihre Chance erkennen, in den Automobilmarkt einzusteigen. Sollten sich batterieelektrisch betriebene Fahrzeuge am Markt durchsetzen, werden die Konsequenzen daher weit über den Antriebsstrang hinausgehen.

Jetzt Marktchancen suchen

Gerade aus Sicht mittelständischer Zulieferer und Maschinenbauer wird die Versuchung groß sein, erst einmal abzuwarten, bis sich die Zukunft der Elektromobilität geklärt hat. Angesichts der Tragweite eines möglichen Technologieumbruchs könnte sich diese Strategie als hoch gefährlich herausstellen. Wie rabiät Veränderungen im Internetzeitalter erfolgen können, zeigt der Markt für Smartphones: in nur vier Jahren ist der chinesische Anbieter Xiaomi aus dem Nichts zur Nummer sechs weltweit aufgestiegen. Ähnlich kurz war der Zeitraum, bis der ehemals kraftstrotzende Marktführer Nokia in der Bedeutungslosigkeit verschwand.

Wo eröffnen sich Marktchancen durch Elektromobilität in China? Große Stückzahlen sind für Zulieferer vorerst nicht zu erwarten. An vielen Stellen wird erst geforscht und entwickelt. Gerade mittelständischen Unternehmen bieten sich nach Ansicht des Autors aber Chancen, ihr spezialisiertes Know How in Form von Lizenzen oder Entwicklungsaufträgen zu vermarkten. Dies gilt für Anbieter von Leistungselektronik, Motoren, Getrieben und Ingenieurleistungen für die Systemintegration. Auch für Mess- und Prüftechnik, Sensoren, Kabel, Ladetechnik und Software dürfte bereits kurzfristig eine Nachfrage entstehen.

Vorangetrieben werden die Entwicklungen für Elektromobilität in China von privaten Konzernen wie BYD und Geely, sowie von Staatsunternehmen in der „Electric Vehicle Alliance“, kurz SEVIA. Aktiv sind auch die staatlichen Eisenbahnen und das Militär. Die Federführung liegt beim Wissenschaftsministerium MOST unter dem Minister und früheren Audi-Ingenieur Wan Gang. Ein Zugang zu den Entwicklungszentren würde unabhängig von kurzfristigen Geschäftsmöglichkeiten einen Blick hinter die Kulissen ermöglichen. Die Lieferketten für Elektroantriebe bilden sich erst heraus. Wer frühzeitig abschätzen kann, wer die Kunden von morgen sein werden, verbessert die Startchancen für die nächste Stufe der Marktentwicklung, wenn die Stückzahlen anziehen.



Was können wir für Sie tun?

Wer sind die zukünftigen Kunden im entstehenden Markt für Elektromobilität in China? Welche Produkte werden eine Nachfrage finden, und welche Größenordnung wird der Markt in den kommenden Jahren erreichen? Über welche Vertriebswege können die potentiellen Kunden erreicht werden? Alle Unternehmen, die im Bereich Elektromobilität in China tätig werden wollen, stehen vor strategischen Herausforderungen, die sich von bestehenden Märkten grundsätzlich unterscheiden.

Wir unterstützen Sie gerne dabei, im Markt für Elektromobilität in China erfolgreich zu sein:

- Wenn Sie bereits über ein Produktkonzept für Elektromobilität verfügen, suchen wir für Sie Vertriebswege und Partner und ermöglichen Ihnen den Zugang zu Entscheidungsträgern in den relevanten chinesischen Unternehmen und Institutionen.
- Wenn Sie Chancen und Risiken der Elektromobilität in China für Ihr Unternehmen abschätzen wollen, stehen wir Ihnen als Sparringpartner zur Verfügung in einem Strategieworkshop, den wir inhaltlich vorbereiten und moderieren.
- Wenn Sie vor Ort einen ersten Eindruck von den Trends der Elektromobilität in China erhalten wollen, betreuen wir Sie bei der Teilnahme an Messen oder Konferenzen der Branche.
- Wenn Sie den Markt systematisch untersuchen wollen, erarbeiten wir Ihnen gemeinsam mit unseren Partnern belastbare Entscheidungsgrundlagen.

Sprechen Sie uns einfach an!

Kontakt aufnehmen!

Tel. +49 7161 983 44 57

Fax +49 7161 983 44 58

christoph.hoene@hoene-consult.de



Quellenangaben:

- Economist, 28.02.2015, The Xiaomi Shock
- Global Times 30.12.2014:
China to extend new-energy car subsidies to 2020
- Global Times 09.01.2015:
Geely launches electric car rentals
- GTAI – German Trade and Invest:
Wirtschaftstrends VR China Jahreswechsel 2014/15
- Harvard - Harvard Kennedy School, Sabrina Howell
et al, 07/2014: Leapfrogging or Stalling Out? Electric
Vehicles in China
- Fraunhofer ISI -Fraunhofer-Institut für System- und
Innovationsforschung, Discussion Paper Nr. 30/2012:
Electric mobility in China – A policy review
- International Energy Agency, Global EV Outlook,
03/2013
- Mercator Institut for China Studies, China Monitor
Nr. 17/2014
- Tillemann, Levi - The Global Quest for the Car of the
Future, Simon & Schuster 01/2015
- ev-sales.blogspot.ca
- evobsession.com
- chinautoweb.com
- www.caam.org.cn

Bildnachweis: Fotolia, Tesla Motors, Kandi Technologies

Die Aussagen in diesem Dokument wurden den genannten Quellen entnommen oder entsprechen eigener Einschätzungen des Autors. Eine Gewährleistung für die Richtigkeit der Angaben wird nicht übernommen.



HOENE CONSULT

CHINA MARKET EXPERTS

Hoene Consult
Brehmstr. 8
D-73033 Göppingen
Tel. +49 7161 983 44 57
Fax +49 7161 983 44 58
info@hoene-consult.de