Institut für Automobilwirtschaft

Neue Fahrzeugmarken aus Fernost: BYD, NIO, Great Wall und Co.

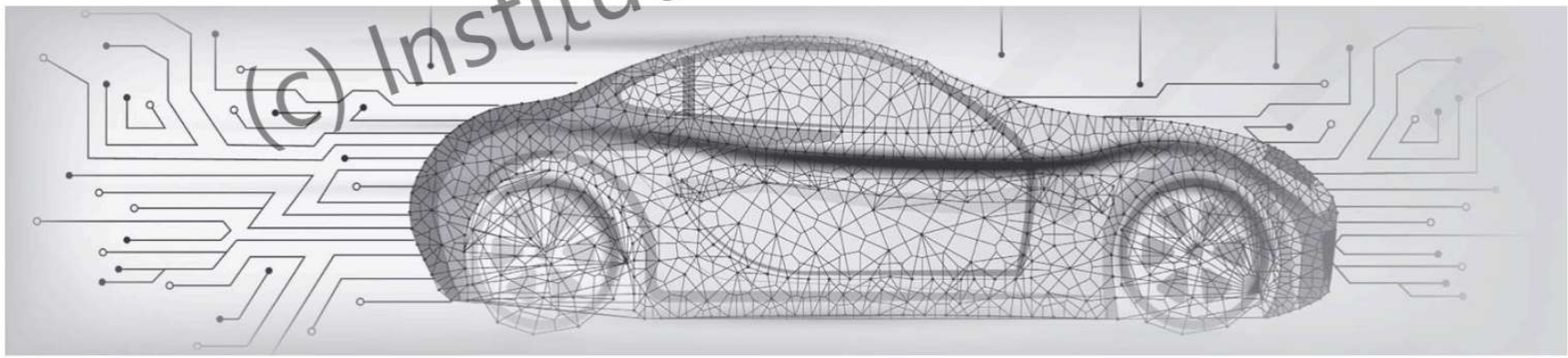
Wer kommt, wer bleibt?

© Institut für Automobilwirtschaft (IfA)

Prof. Dr. Benedikt Maier

September 2024

(c) Institut für Automobilwirtschaft



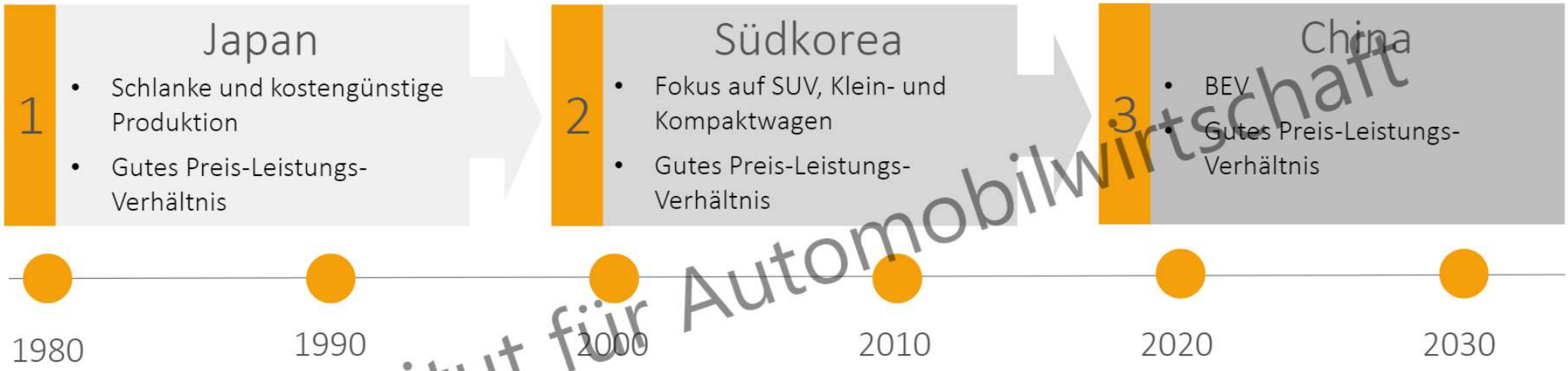
Chinesischen Automobilmarken gelingt der Markteintritt

Chinesische Marken verändern die stationäre Retaillandschaft

(c) Institut für Automobilwirtschaft

Chinesischen Automobilmarken gelingt der Markteintritt

Wettbewerber aus Asien sind nicht neu – nun kommt die dritte Welle aus Fernost



(c) Institut für Automobilwirtschaft

In einem gesättigten Markt wie dem deutschen Automobilmarkt,
kann ein Markteintritt neuer Marken ausschließlich über Verdrängung erfolgen!

Quelle: Maier, B. 2023

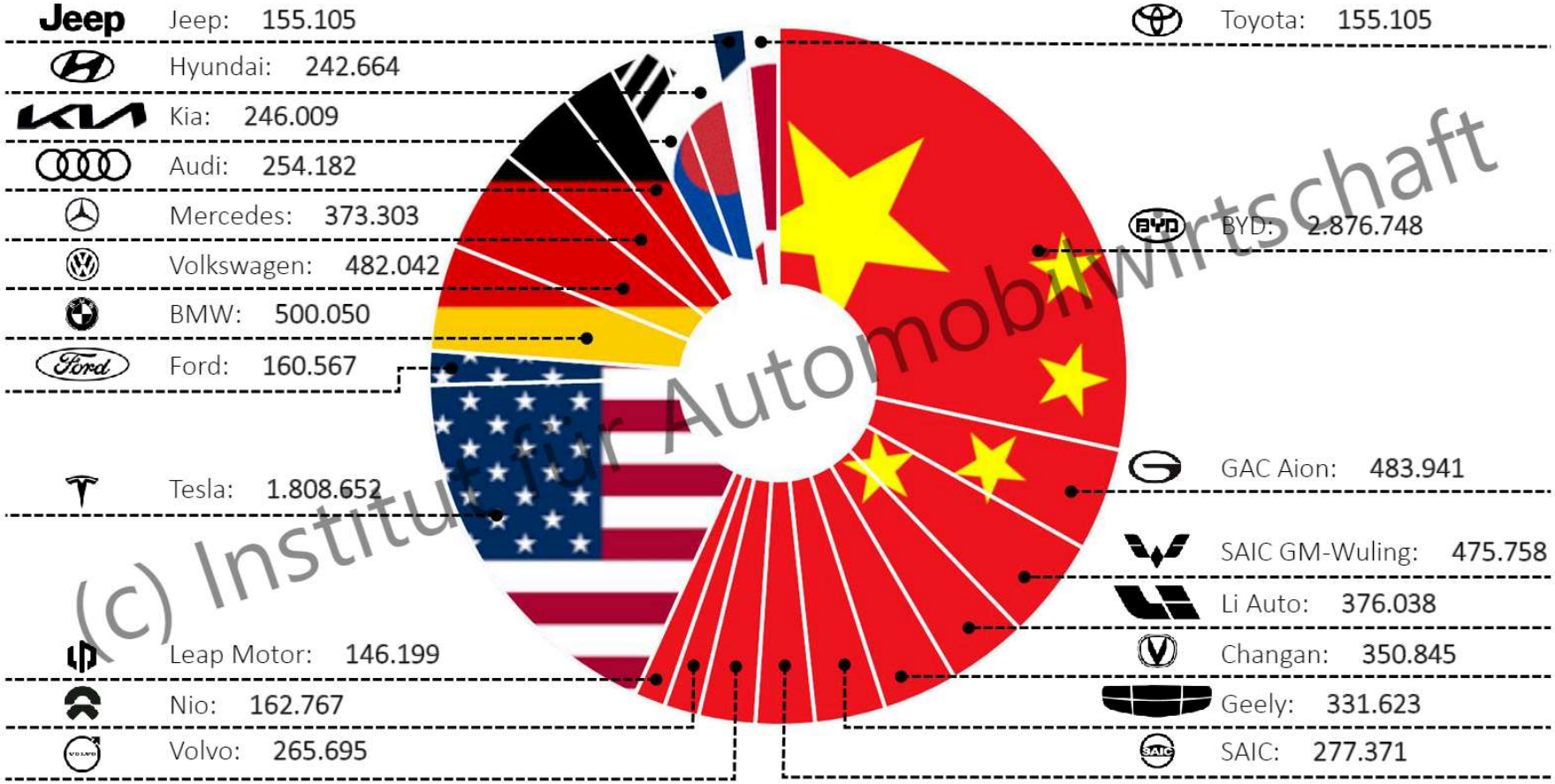
(c) Institut für Automobilwirtschaft

1 Marktvolumen und -entwicklung

ifa Institut für Automobilwirtschaft

Marktvolumen und -entwicklung

BYD lieferte 2023 mehr BEV und PHEV als alle deutschen Hersteller zusammen aus

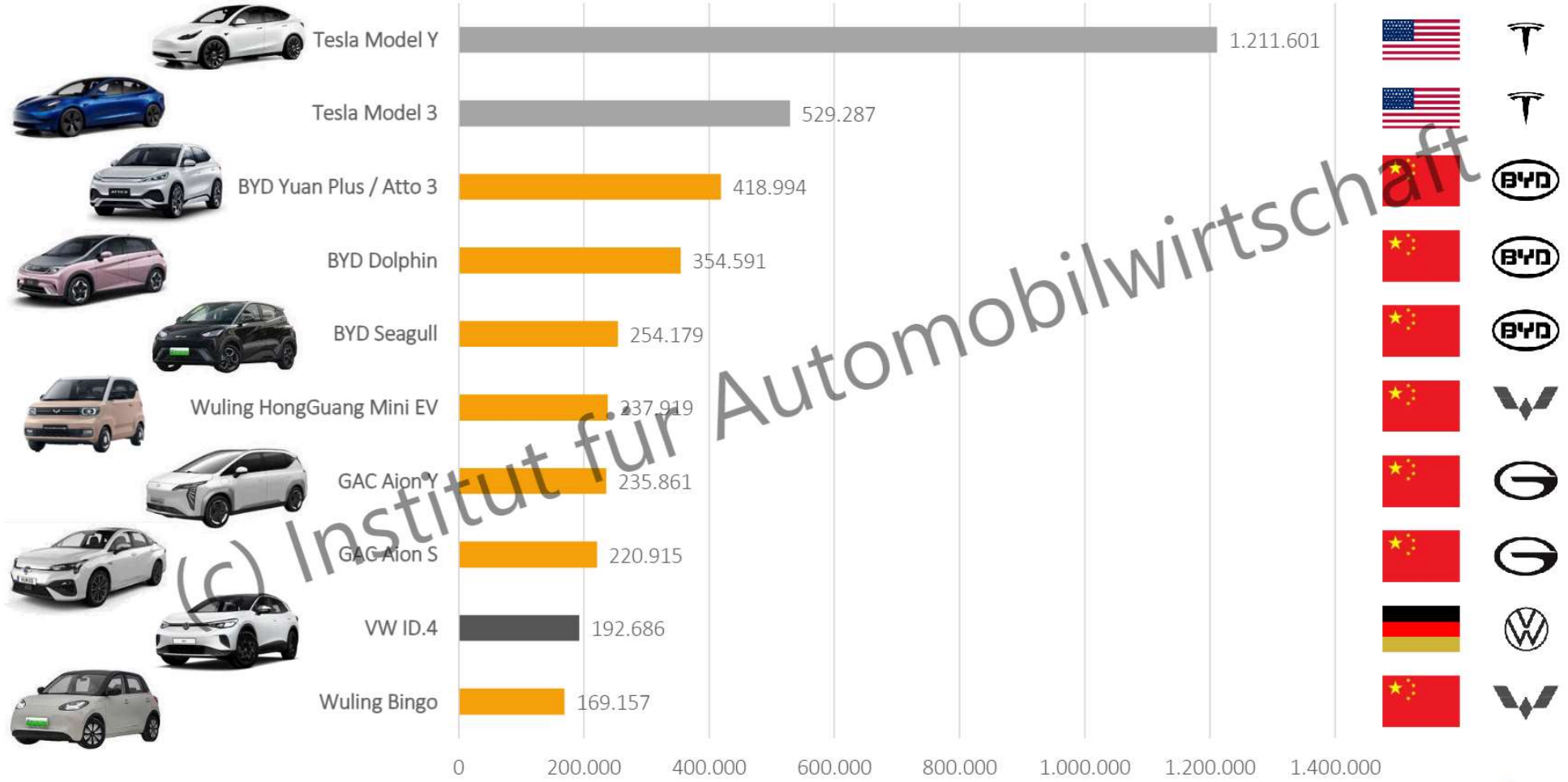


(c) Institut für Automobilwirtschaft

Quellen: CleanTechnica 2024 | Maier, B. (2023): Digitalisierung und Transformation, Springer Fachmedien (Hrsg.): München 2023

Marktvolumen und -entwicklung

Globales Modellranking bestätigt Vorreiterstellung der chinesischen Fabrikate 2023

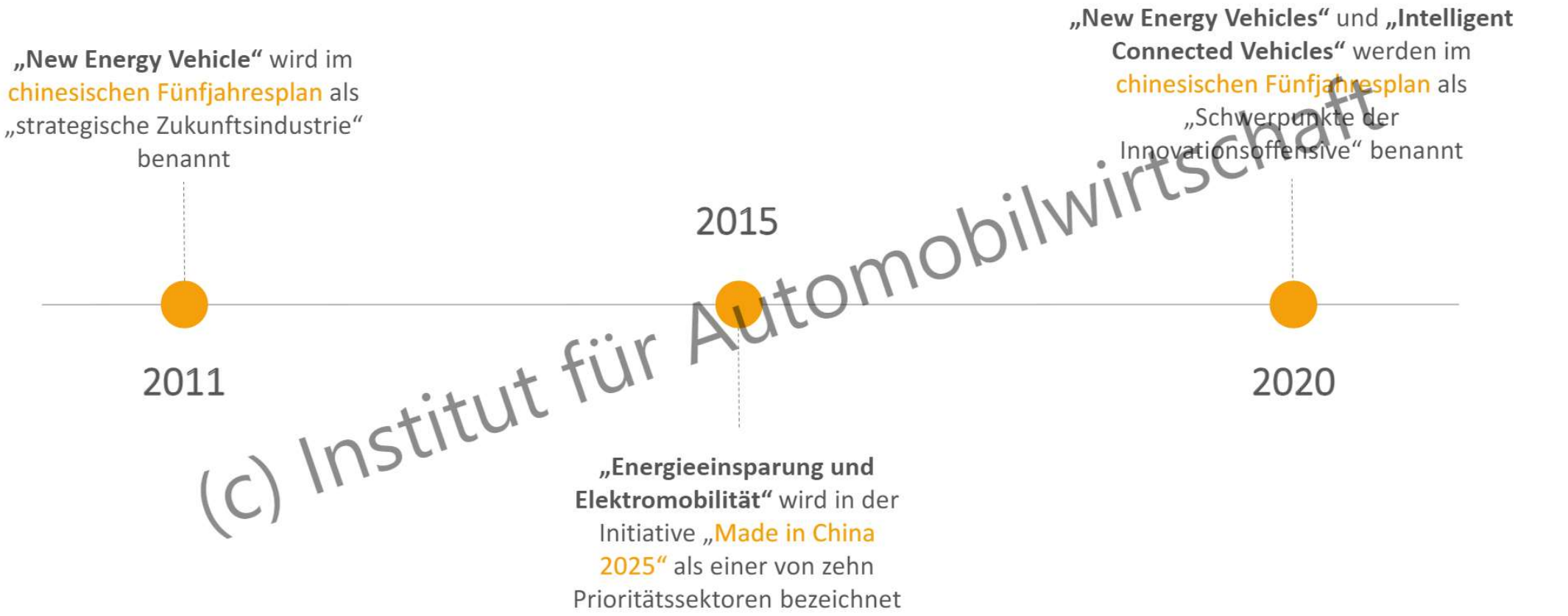


(c) Institut für Automobilwirtschaft

Quelle: https://cleantechnica.com/2023/02/07/world-ev-sales-report-tesla-model-y-wins-1st-best-seller-title-in-record-year/ (2023)

Marktvolumen und -entwicklung

Staatlich forcierte Innovationsoffensive ließ in kurzer Zeit wettbewerbsfähige Produkte entstehen

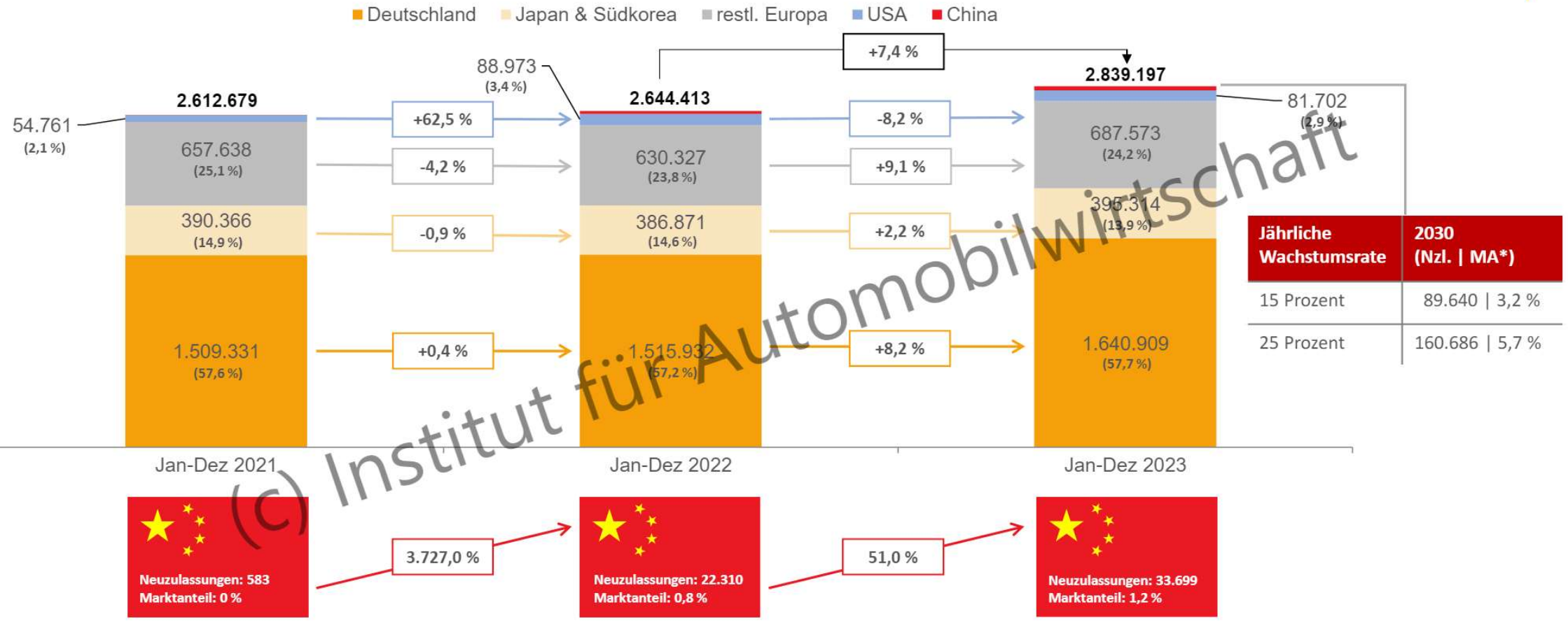


(c) Institut für Automobilwirtschaft

Quellen: Maier, B. (2023): Digitalisierung und Transformation, Springer Fachmedien (Hrsg.): München 2023

Marktvolumen und -entwicklung

Anteil der chinesischen Marken an den Neuzulassungen wächst (Marktanteil in Klammern)



Jährliche Wachstumsrate	2030 (Nzl. | MA*)
15 Prozent	89.640 | 3,2 %
25 Prozent	160.686 | 5,7 %

(c) Institut für Automobilwirtschaft

Quellen: Kraftfahrtbundesamt (KBA), lfd. Jgg.
Hinweis: Für China berücksichtigte Marken: AIWAYS, BYD, GWM, LEVC, LYNK & CO, MAXUS, MG, NIO
*Kalkulation basiert auf 2,8 Mio. Neuzulassungen im Jahr 2030

2 Produkte und Segmente

Institut für Automobilwirtschaft

Produkte und Segmente

Auswahl in Deutschland verfügbarer Modelle

Ora Funky Cat

NIO eT5

NIO eL7

Aiways U5

Wey Coffee 01

BYD Han

MG 4

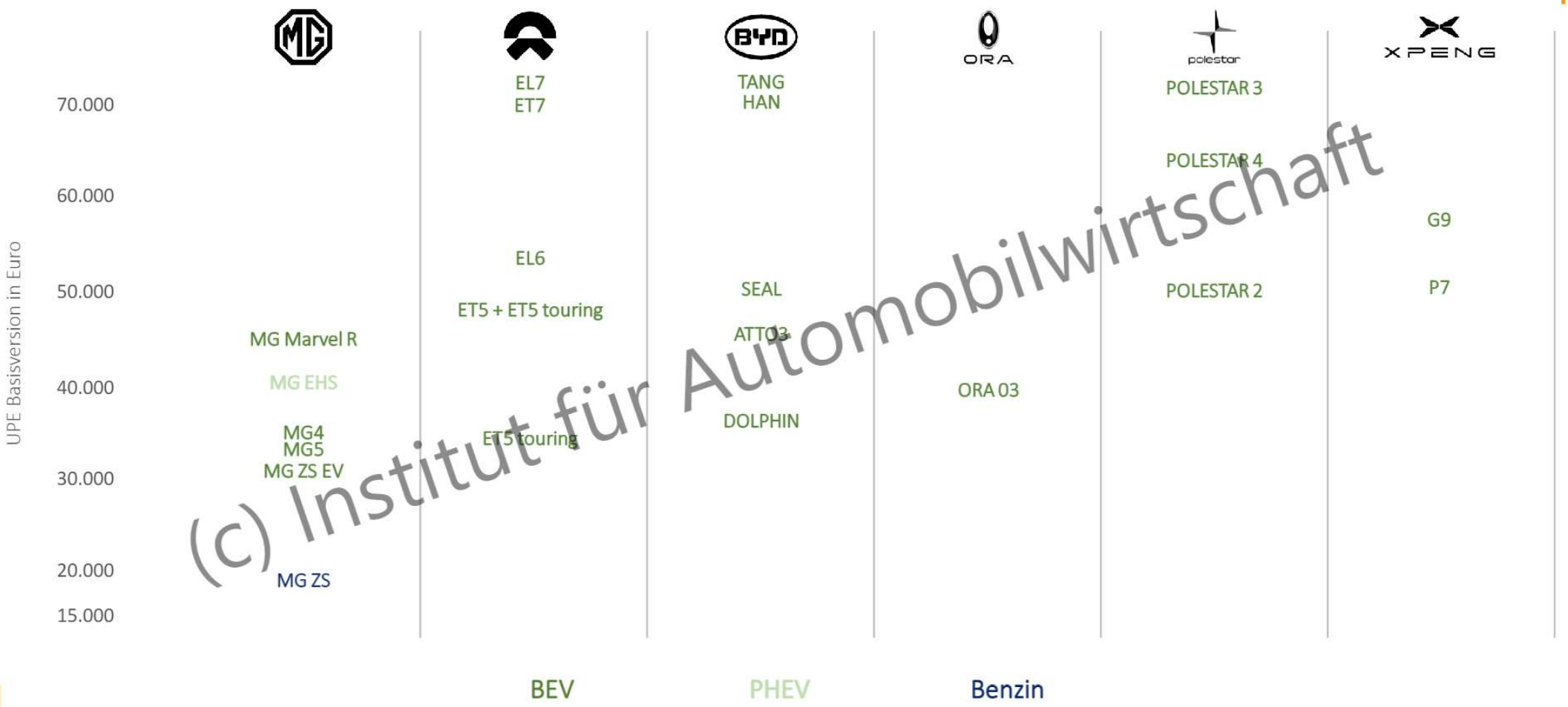
MG Marvel R

BYD Atto 3

(c) Institut für Automobilwirtschaft

Produkte und Segmente

Modellangebot in der Preis-Antriebskonzept-Matrix (Stand Sep. 2023)



(c) Institut für Automobilwirtschaft

Quellen: Maier, B. (2023): Digitalisierung und Transformation, Springer Fachmedien (Hrsg.): München 2023

2 Konzernstrukturen und Marktbearbeitungs-strategien

(c) Institut für Automobilwirtschaft

Konzernstrukturen und Marktbearbeitungsstrategien

Zwei grundsätzliche Strategien

Übernahme einer traditionsreichen Marke

- Mit Übernahme einer bestehenden Marke gelingt ein schneller und zugleich verdeckter Markteintritt.
- Vorteile eines hohen Bekanntheitsgrades und eines Vertrauensverhältnisses gegenüber der Marke können genutzt werden.
- Eine radikale Neupositionierung ist aufgrund der „Heritage“ nur mit hohem zeitlichen und finanziellen Invest möglich.

Verdeckter Markteintritt

Aufbau einer neuen Marke

- Aufbau und Etablierung einer neuen, bislang unbekannten Marke ist zeit- und kostenintensiv.
- “Greenfield” bezüglich der Markenpositionierung und der Ausgestaltung der Marktbearbeitungsstrategie.

Progressiver Markteintritt

(c) Institut für Automobilwirtschaft

Quellen: Maier, B. (2023): Digitalisierung und Transformation, Springer Fachmedien (Hrsg.): München 2023

Konzernstrukturen und Marktbearbeitungsstrategien

Strukturen ausgewählter chinesischer Automobilkonzerne für das Jahr 2023

SAIC
Shanghai Automotive Industry Corporation Limited

Produktion:	5.025.295
Absatz:	5.020.865
Umsatz:	94,62 Mrd. €
Gewinn:	2,54 Mrd. €

BYD
BYD Auto Company Limited

Produktion:	3.045.231
Absatz:	3.024.417
Umsatz:	76,52 Mrd. €
Gewinn:	3,81 Mrd. €

Geely
Geely Automobile Holdings Ltd

Produktion:	n.a.
Absatz:	1.686.516
Umsatz:	22,74 Mrd. €
Gewinn:	0,673 Mrd. €

Great Wall
Great Wall Motor Co., Ltd.

Produktion:	1.256.266
Absatz:	1.229.982
Umsatz:	22,00 Mrd. €
Gewinn:	0,89 Mrd. €

NIO
NIO Inc.

Produktion:	n.a
Absatz:	160.038
Umsatz:	7,09 Mrd. €
Gewinn:	-2,64 Mrd. €

XPENG
Guangzhou Xiaopeng Motors Technology Co., Ltd.

Produktion:	n.a.
Absatz:	141.601
Umsatz:	3,89 Mrd. €
Gewinn:	-1,31 Mrd. €

(c) Institut für Automobilwirtschaft

Quellen: Institut für Automobilwirtschaft (IfA) | Websites der einzelnen Unternehmen

Konzernstrukturen und Marktbearbeitungsstrategien

Der traditionsreiche Staatskonzern

SAIC

Shanghai Automotive Industry Corporation Limited

Produktion:	5.323.720
Absatz:	5.302.644
Umsatz:	101,12 Mrd. €
Gewinn:	9,42 Mrd. €

Joint-Ventures mit Automobilhersteller

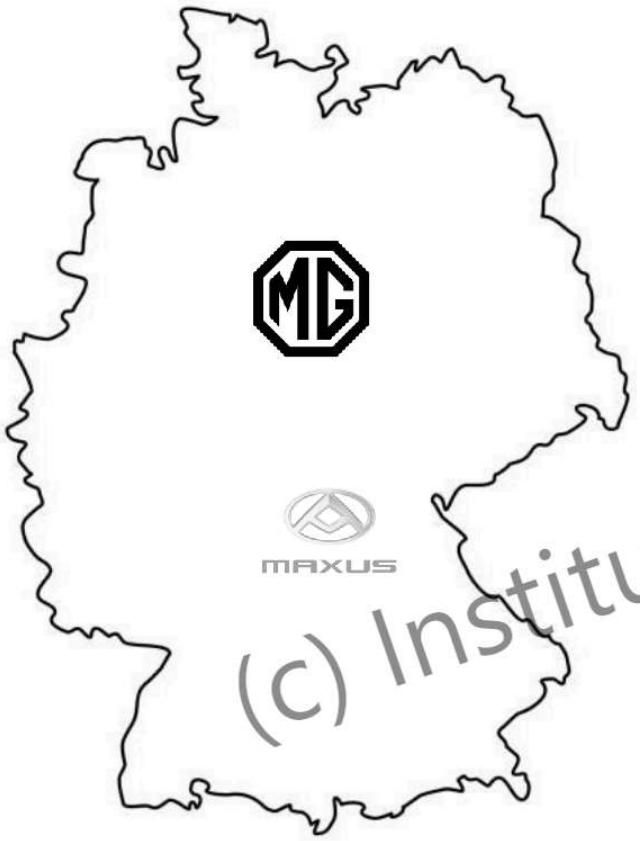
- Traditionsreicher Staatskonzern
- Erfahrener Automobilhersteller
- Produziert im Rahmen von Joint-Venture Fahrzeuge der Volkswagen AG
- Im deutschen Markt sorgt SAIC insbesondere durch die rasant ansteigenden Zulassungszahlen von MG für Aufsehen
- Spekulationen über Aufbau einer Produktionsstätte in Europa (200.000 Einheiten in Europa werden als kritische Schwelle bezeichnet)
- Kooperationen mit Tech-Unternehmen wie Zhangijang Hi-Tech und der Alibaba Group
- Möchte Markenportfolio ausbauen

(c) Institut für Automobilwirtschaft

Quellen: Maier, B. (2023): Digitalisierung und Transformation, Springer Fachmedien (Hrsg.): München 2023

Konzernstrukturen und Marktbearbeitungsstrategien

Deutschlandstrategie: MG



- MG und MAXUS werden in Deutschland über ein indirektes Vertriebssystem vertrieben
- Übernahme MG durch SAIC im Jahr 2007, 2019 Markteintritt in England, 2021 folgte Deutschland
- Neuzulassungen: 2021: 3.200 | 2022: 15.700 | 2023: 21.200
- Großhandel: SAIC-Tochter MG Motor Deutschland in München
- Vertrieb über unechte Agentur: 08/2023: 140 Agenten, mittelfristiges Ziel 200, längerfristiges Ziel 300
- Servicenetz: Servicevertrag mit den Agenten, mittelfristiges Ziel 250
- Bankenkooperation mit Arval und Consors

(c) Institut für Automobilwirtschaft

Quellen: Maier, B. (2023): Digitalisierung und Transformation, Springer Fachmedien (Hrsg.): München 2023
Kraftfahrt Bundesamt (KBA)

Konzernstrukturen und Marktbearbeitungsstrategien

Der Multikonzern auf dem Weg zum Vollsortimenter

BYD

BYD Auto Company Limited

Produktion:	1.881.669
Absatz:	1.802.464
Umsatz:	57,63 Mrd. €
Gewinn:	9,82 Mrd. €

Joint-Ventures mit Automobilhersteller

- 1995 im chinesischen Shenzen gegründet
- Börsennotierter Multitechnologiekonzern mit über 200.000 Beschäftigten in Bereichen Schienenverkehr, Elektronik, erneuerbare Energien und Batterietechnologie
- Tiefe vertikale Integration durch eigene Batteriezellenfertigung und Hochseeschiffe
- Nach CATL und LG Energy ist BYD weltweit drittgrößter Batteriehersteller. Beliefert zahlreiche Automobilhersteller, u.a. auch Tesla
- Mit weltweit 2,9 Mio. vermarkteter BEV/PHEV größter BEV-Produzent (2023)
- Erfolgreiche Elektro-Bus-Sparte

(c) Institut für Automobilwirtschaft

Quellen: Maier, B. (2023): Digitalisierung und Transformation, Springer Fachmedien (Hrsg.): München 2023

Konzernstrukturen und Marktbearbeitungsstrategien

Deutschlandstrategie: Build Your Dreams (BYD)

- Markteintritt im Oktober 2022
- Herstellereigene Tochtergesellschaft BYD Automotive GmbH (bis Q4/2024 fungierte die schwedische Hedin-Gruppe als Generalimporteur)
- BYD unterteilt Deutschland in acht Gebiete, für deren Erschließung sich große Handelsgruppen verantwortlich zeichnen
- 2024: 27 Vertriebsstandort | Mittelfristiges Ziel: 100 Vertriebsstandorte
- Servicenetz: Mittelfristiges Ziel sind 150 Servicestandorte
- Neuzulassungen 2023: 4.139
- Ausschließlich batterieelektrische Fahrzeuge
- Produktportfolio reicht vom Atto3 (Wettbewerber zu ID.4) bis hin zum Seal (Wettbewerber zu Tesla Model Y)
- Fahrzeuge sind gut ausgestattet, dennoch ambitioniertes Preisniveau
- Paketgeschäfte mit Großabnehmern (100.000 Einheiten an Vermieter Sixt)

(c) Institut für Automobilwirtschaft

Quellen: Maier, B. (2023): Digitalisierung und Transformation, Springer Fachmedien (Hrsg.): München 2023

Konzernstrukturen und Marktbearbeitungsstrategien

Der Strippenzieher im Hintergrund mit bester Vernetzung

Geely

Zhejiang Geely Holding Group Co. Ltd.

Produktion:	n.a.
Absatz:	1.432.998
Umsatz:	20,11 Mrd. €
Gewinn:	0,632 Mrd. €

Joint-Ventures mit Automobilhersteller

- Konzerngründer Li Shufu vereint unter seinem Konzerndach eine Vielfalt an Marken in unterschiedlichen Segmenten
- Markenportfolio weist Parallelen zum VW-Konzern auf
- Realisierung von Skaleneffekten ist Treiber dieser Strategie
- Wählt Strategie des „verdeckten Markteintritts" (siehe Volvo oder Lotus)
- Im Portfolio sind Vier- und Zweiräder
- Eng mit der deutschen Automobilindustrie verwoben
  - Nach der BAIC-Group mit 9,7 Prozent zweitgrößter Einzelaktionär der Mercedes-Benz Group AG
  - Im Joint-Venture mit MB ist Geely für die Entwicklung und Produktion von smart verantwortlich. Vertrieb liegt in der Hand der Stuttgarter
  - Kooperationen mit Zulieferern wie ZF, Bosch oder Schaeffler

(c) Institut für Automobilwirtschaft

Quellen: Maier, B. (2023): Digitalisierung und Transformation, Springer Fachmedien (Hrsg.): München 2023

Konzernstrukturen und Marktbearbeitungsstrategien

Deutschlandstrategie: Polestar

- Im Jahr 2015 verkauf an Volvo. Polestar hatte lange Zeit den Ruf als Tuning-Abteilung von Volvo
- Modellpalette umfasst lange Zeit nur ein Fahrzeug, den vollelektrischen Polestar 2. Polestar 3 und Polestar 4 werden in 2024 launciert.
- Für 2024 sind zwei weitere BEV-SUV angekündigt
- Europa ist für Polestar wichtigster Absatzmarkt. Zehn Prozent aller jemals gebauter Polestar 2 befinden sich im deutschen Fahrzeugbestand.
- Neuzulassungen 2023: 6.288. Große Beliebtheit im Bereich der Elektro-Dienstwagen. Jedoch weiterhin defizitär
- Vertriebssystem
  - Ausschließlich online-direkt
  - Deutschlandweit neun „Spaces“ in innerstädtischen Lagen
  - Spaces werden überwiegend von Volvo-Händler betrieben
  - Zusätzlich Handover-Zentren
- Werkstattnetz über die Volvo-Partner
- Polestar 0 soll erstes klimaneutrales Fahrzeug werden (2030)

(c) Institut für Automobilwirtschaft

Quellen: Maier, B. (2023): Digitalisierung und Transformation, Springer Fachmedien (Hrsg.): München 2023

Konzernstrukturen und Marktbearbeitungsstrategien

Die chinesische Interpretation von Tesla

NIO
NIO Inc.

Produktion:	n.a
Absatz:	122.486
Umsatz:	6,696 Mrd. €
Gewinn:	-1,96 Mrd. €

Joint-Ventures mit Automobilhersteller

- 2014 durch William Li als Start-up „NextEV“ in Shanghai gegründet
- Setzt ausschließlich auf eine Marke: NIO (Blue Sky Coming) – evtl. folgen preisgünstigere Submarken „Onvo“ und/oder „Firefly“
- Keine gesellschaftlichen Verflechtungen zu anderen Automobilherstellern
- Europäischer Markt im Blick: Designabteilung seit Unternehmensgründung in München
- Kundenzentrierter Ansatz weist Parallelen zu Tesla auf (Kunden: „User“)
- Sportliches Fahrzeugdesign, hohe Reichweiten, innovative Software und Wechselakkus
- Hohe Kosten für Aufbau eines Batterie-Tauschstation-Netzwerkes
- Preissenkungen lassen auf unbefriedigende Absatzzahlen schließen
- Laut Presseberichten Defizit in Höhe von 835 Mio. Dollar (Apr. bis Jul. 2023)

(c) Institut für Automobilwirtschaft

Quellen: Maier, B. (2023): Digitalisierung und Transformation, Springer Fachmedien (Hrsg.): München 2023

Konzernstrukturen und Marktbearbeitungsstrategien

Deutschlandstrategie: NIO Inc.

- 2021 Markteintritt in Norwegen, 2022 folgte Deutschland
- Ursprünglich war der Vertrieb in Deutschland ausschließlich über Abo-Modelle angedacht
- Tritt in Wettbewerb mit den deutschen Premiumherstellern
- Direktvertriebsansatz: online und stationär
- Zwei stationäre Formate
  - Drei NIO Houses (2024 +1)
  - Ein NIO Hub (2024 +5)
  - Zusätzlich acht Handover-Center zur Durchführung von Probefahrten und Auslieferungen
- Spekulation über Einbezug von Händlern
- Bankenkooperation mit LeasePlan und Santander
- Werkstatt: Kooperation mit G.A.S sowie Einsatz „Mobile Service Technicians“
- Neuzulassungen 2022: 501 | Neuzulassungen 2023: 1.263

(c) Institut für Automobilwirtschaft

Quellen: Maier, B. (2023): Digitalisierung und Transformation, Springer Fachmedien (Hrsg.): München 2023
Kraftfahrt Bundesamt (KBA)

Konzernstrukturen und Marktbearbeitungsstrategien

Zusammenfassung 1/2: Chinesische Automobilhersteller fokussieren sich auf elektrifizierte SUV

Marke	Markt-eintritt	Partner Finanzdienst-leistungen	Vertriebssystem	Vertriebsstandorte	Servicestandorte	Neu-zulassungen 2022	Neu-zulassungen 2023	Modell-programm 2023	Antriebs-art
MG	2021	• Arval (Leasing und Abo) • Consors (Finanzierung)	**Wholesale** ▪ Herstellereigene Tochtergesellschaft ▪ MG Motor Deutschland ▪ SAIC Motor Deutschland GmbH **Retail** ▪ Unechte Agentur ▪ Großabnehmergeschäft zentral über Keyaccount	• 2023: 140 Agenten • Mittelfristiges Ziel: 200 Agenten	• Heute: 140 Vertrags-werkstätten • Mittelfristiges Ziel: 250 Vertrags-werkstätten	15.684	21.232	MG 4, MG 5, MG Marvel R MG EHS MG ZS	BEV, ICE
BYD	2023	Santander	**Wholesale** ▪ Tochtergesellschaft ▪ BYD Automotive GmbH **Retail** ▪ Vertragshändelssystem ▪ Deutschland ist in 8 Gebiete eingeteilt (gr. Handelspartner tragen Verantwortung zur Erschließung dieser. ▪ Großflotten über den Importeur	• 2024: 27 Vertriebsstandorte • Mittelfristiges Ziel: 100 Vertriebsstandorte	Mittelfristiges Ziel: 150 Servicestandorte	1.276 (ausschließlich an Vermieter)	4.139	DOLPHIN, SEAL, ATTO 3, HAN, TANG	BEV
ORA	2022	Santander	**Wholesale** ▪ Generalimporteur ▪ O! Automobile GmbH (ein Unternehmen der Emil Frey Gruppe) **Retail** ▪ Stationärer Vertrieb über Vertragshändler	162 Vertragshändler	Wird über die 162 Vertragshändler als Komplettbetriebe abgedeckt	56	4.660 (GWM)	Ora 3	BEV

(c) Institut für Automobilwirtschaft

Quellen: Unternehmensangaben (2023)

Konzernstrukturen und Marktbearbeitungsstrategien

Zusammenfassung 2/2: Chinesische Automobilhersteller fokussieren sich auf elektrifizierte SUV

Marke	Markt-eintritt	Partner Finanzdienst-leistungen	Vertriebssystem	Vertriebsstandorte	Servicestandorte	Neu-zulassungen 2022	Neu-zulassungen 2023	Modell-programm 2023	Antriebs-art
	2022	• LeasePlan (Firmen-kunden) • Santander (Finanzierung)	**Wholesale** ▪ Herstellereigene Tochtergesellschaft ▪ NIO Deutschland GmbH **Retail** ▪ Direktvertrieb ▪ Online und Stationär ▪ 3 Houses, 1 Hub und 8 Handover-Center	• 2023: 3 Nio Houses (Berlin, Düsseldorf, Frankfurt) | 2024 kommt ein weiteres in Hamburg hinzu • 2023: 1 Hub in München | 2024 kommen 5 hinzu • 2023: 8 Handover-Center zur Durchführung von Probefahrten und Fahrzeugübergaben | Ausbau vorgesehen	▪ Kooperation mit G.A.S (Global Automotive Service) ▪ Mobile Service über „Mobile Service Technicians“	501	1.263	et5, et5 Touring, el7, et7, el6	BEV
AIWAYS	2020	• Arval (Leasing) • Bank11 (Finanzierung)	**Wholesale** ▪ Herstellereigene Tochtergesellschaft ▪ Aiways Automobile Europe GmbH **Retail** ▪ Online-Direktvertrieb ▪ Stationärer Vertrieb im Aufbau (voraussichtlich unter Einbezug von Partnern)	• „Der stationäre Deutschlandvertrieb wird gerade neu verhandelt“ • Bis 2023 erfolgte der stationäre Vertrieb über 48 spezialisierte Häuser von Euronics	Kooperation mit ATU	372	50	U5, U6	BEV

(c) Institut für Automobilwirtschaft

Quellen: Unternehmensangaben (2023)

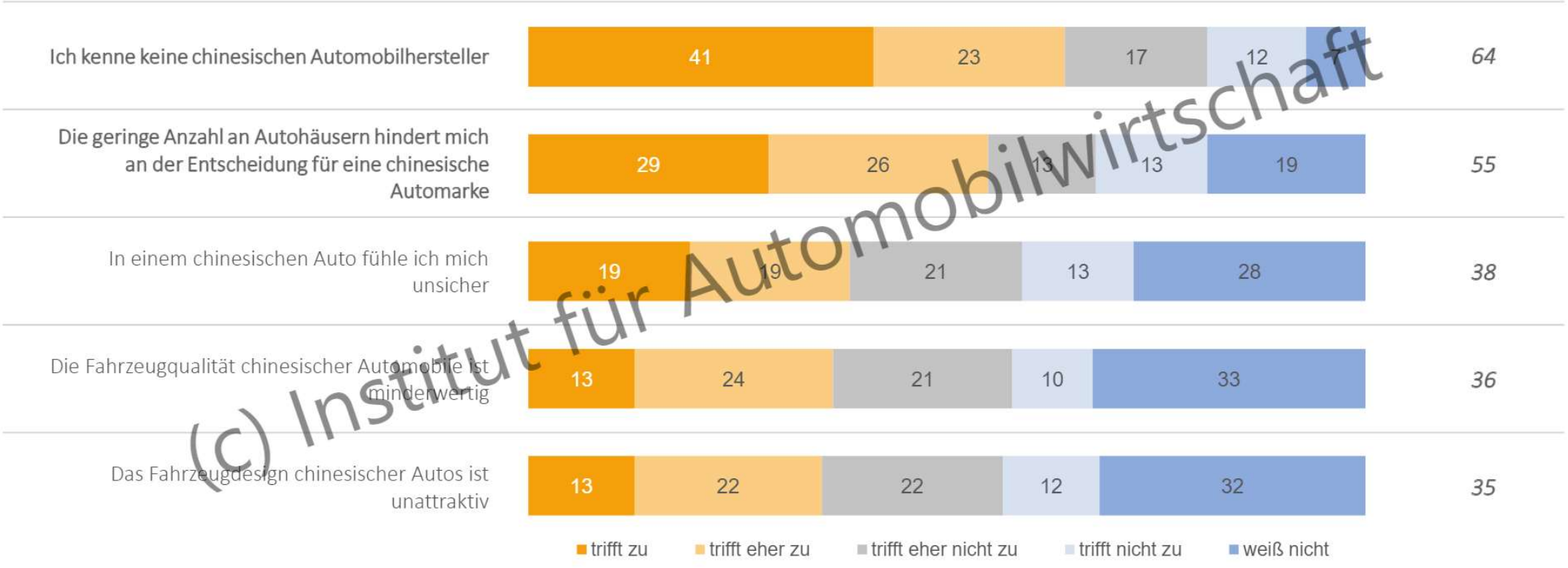
(c) Institut für Automobilwirtschaft

3 Kunden- und Händlerperspektive

Kunden- und Händlerperspektive

Kunden zeigen sich (noch) skeptisch

Inwiefern stimmen Sie den nachstehenden Aussagen zu?



(c) Institut für Automobilwirtschaft

Basis: Gesamt=519 | Angaben in % | Ranking nach Top2Box (trifft zu + trifft eher zu) | Quelle: Maier, B., München (2023)

Kunden- und Händlerperspektive

Marketingoffensive von BYD und MG

Sponsoring

Autopartner der Fußball-EM kommt aus China

16.01.2024 · Von Andreas Wehner · 1 min Lesedauer

Der chinesische Autohersteller BYD tritt in die Fußstapfen von Volkswagen und wird Autopartner der Fußball-Europameisterschaft. Das Fabrikat ist nicht der einzige chinesische Autobauer, der seine Bekanntheit über den Fußball zu steigern versucht.

Build your dreams: BYD hat große Träume in Europa. Damit sie wahr werden, muss die Marke bekannter werden.
(Bild: BYD)

Der chinesische Autobauer BYD stellt die offiziellen Fahrzeuge für die kommende Fußball-Europameisterschaft in Deutschland zur Verfügung. Wie das Unternehmen mitteilte, ist BYD offizieller E-Mobilitäts-Partner der Uefa Euro 2024, die am 14. Juni beginnt.

12.01.2024 - BUSINESS Teilen

BAYER 04 KOOPERIERT MIT MG MOTOR

Bayer 04 Leverkusen geht mit einem offiziellen Automobilpartner ins Jahr 2024. Der Tabellenführer der Fußball-Bundesliga kooperiert seit dem 1. Januar mit MG Motor. Als Partner im Sponsorenclub wird der Hersteller elektrischer Modelle wie MG Marvel R Electric, MG4 Electric und MG5 Electric zu einem wichtigen Unterstützer von Bayer 04.

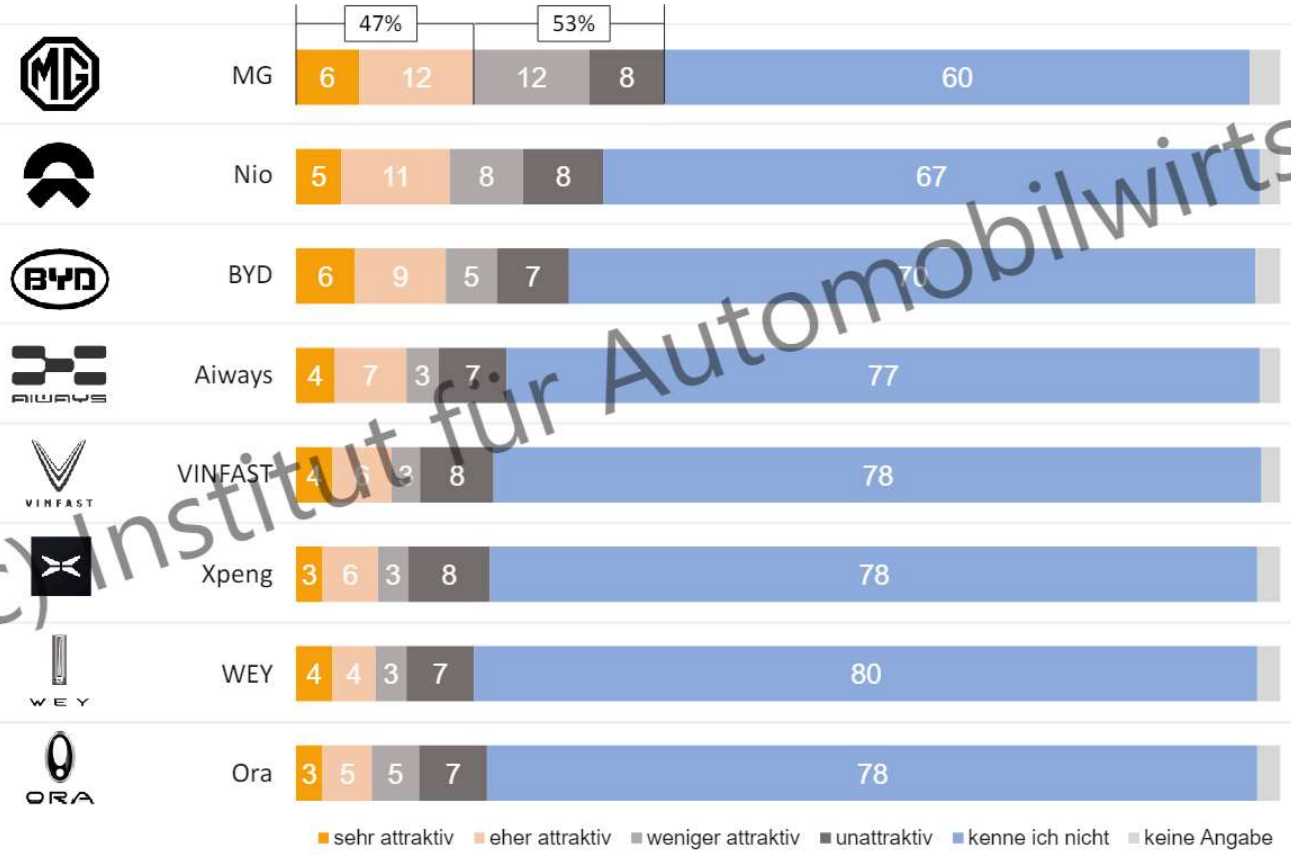
(c) Institut für Automob

Quellen: Maier, B. (2023): Digitalisierung und Transformation, Springer Fachmedien (Hrsg.): München 2023
https://www.kfz-betrieb.vogel.de/byd-autopartner-fussball-europameisterschaft-2024-a-e3118529db21f75dc76ebf46b20e2706/?cflt=rel
https://www.merkur.de/wirtschaft/fussball-em-2024-vw-sponsoring-byd-china-hersteller-uefa-partner-zr-92778056.html
https://www.bayer04.de/de-de/news/business/offizieller-automobilpartner-bayer-04-kooperiert-mit-mg-motor

Kunden- und Händlerperspektive

Bekanntheit ist der kritische Faktor

Wie bewerten Sie folgende asiatische Automarken in Bezug auf die Attraktivität ihrer Produkte?



	Top2Box Gesamt	Bis 29 Jahre	30 bis 49 Jahre	50 Jahre und älter
MG	**18**	23	22	12
Nio	**16**	19	20	10
BYD	**15**	18	20	10
Aiways	**11**	21	14	4
VINFAST	**10**	15	13	4
Xpeng	**8**	13	11	3
WEY	**8**	11	13	2
Ora	**8**	11	11	3

(c) Institut für Automobilwirtschaft

Basis: Gesamt=519 | Angaben in % | Ranking nach Top2Box (trifft zu + trifft eher zu) | Quelle: Maier, B., München (2023)

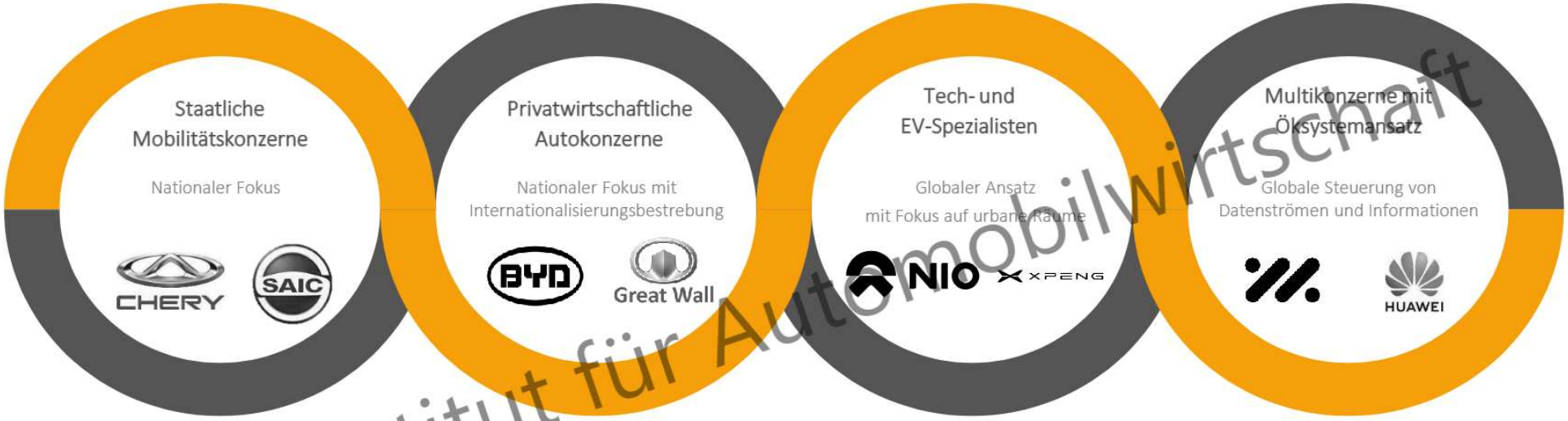
ifa Institut für Automobilwirtschaft

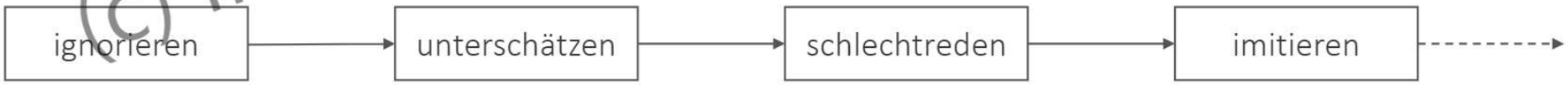
4 Fazit

Institut für Automobilwirtschaft

Fazit

Staatlich forcierte Innovationsoffensive ließ in kurzer Zeit wettbewerbsfähige Produkte entstehen





(c) Institut für Automobilwirtschaft

Quellen: Maier, B. (2023): Digitalisierung und Transformation, Springer Fachmedien (Hrsg.): München 2023

Fazit

Alibaba Group eröffnet neue Dienstleistungsökosysteme

SAIC

Alibaba Group

Digital Commerce (Core)	Digital Media and Entertainment	Technology	Retail	Financial Services
• Retail (China) • Wholesale (China domestic) • International/Cross-Border	• Film and Video • Entertainment • Digital Media	• Cloud Computing • Devices • VPA & AI • IoT	• Food • General Merch	• Payment • Banking • Investment

Logistics and Fulfillment	Automotive	Travel & Ticketing	Customer Insights	Healthcare

(c) Institut für Automobilwirtschaft

Quellen: Maier, B. (2023): Digitalisierung und Transformation, Springer Fachmedien (Hrsg.): München 2023
https://www.auto-motor-und-sport.de/verkehr/saic-neue-marke-im-premium-ableger-mg/

Rahmenbedingungen

1

- Industriepolitik des chinesischen Staates in Kombination mit entscheidungsschwachen und von hohen Kostengerüsten geplagten westlicher Hersteller öffnen eine Lücke
- Ambitionierte Emissionsvorschriften in Europa und die weniger angespannten Handelsbeziehungen im Vergleich zu den USA, haben Europa zu einem Schlüsselmarkt für batterieelektrische Fahrzeuge aus China werden lassen

(c) Institut für Automobilwirtschaft

- Hohe Innovationsgeschwindigkeit sowie produktseitige Konnektivitäts- und Infotainmentfokussierung
- Tiefe vertikale Integration der Wertschöpfung bis in die Rohstoffgewinnung hinein
- Hohe Absatzzahlen im Heimatmarkt zeigen sich in Realisierung von Skaleneffekten
- „High-Value for fair money“
- Kooperationen eröffnen Anschlussfähigkeit an ganze Ökosysteme außerhalb der Mobilität

2 Strategie

(c) Institut für Automobilwirtschaft

Markt

3

- Gewählte Vertriebs- und Serviceansätze sind sehr heterogen
- „Neue Marken“ bleiben hinsichtlich Absatzzahlen hinter ihren Erwartungen zurück
- Etablierung im Markt wird einige Jahre in Anspruch nehmen
- Traditionsreiche Marken mit chinesischen Eigentümern gelingt der Markteintritt schneller
- Schwächen im wichtigen Gewerbekundenbereich

(c) Institut für Automobilwirtschaft

- Chinesische Marken haben bei den Kunden mit Vorurteilen zu kämpfen (Produktqualität und Sicherheitsbedenken)
- Kennen die Endverbraucher die Marke, so erachten sie diese auch als attraktiv
- Ca. ein Viertel der Händler ziehen einen Vertriebsvertrag mit einer chinesischen Marke in Betracht
- Aufgeschlossenheit jüngerer Fahrzeughalter gegenüber der neuen Marken erkennbar
- Polestar und MG werden am attraktivsten wahrgenommen. Unter den neuen Marken führt BYD das Attraktivitätsranking an

(c) Institut für Automobilwirtschaft

4

Handel und Kunde

Fazit

Allen Marken wird der Markteintritt nicht gelingen

Finanzprobleme

Chinesische Edelmarke Hiphi stoppt Produktion

23.02.2024 · Quelle: sp-x · 1 min Lesedauer

Seit Jahren wächst in Deutschland die Zahl neuer Automarken aus China. Einige könnten allerdings kurzfristig wieder verschwinden. Die Edelmarke Hiphi jedenfalls steckt offenbar in Schwierigkeiten.

Mit dem „Z" bietet Hiphi ein in mehrfacher Hinsicht auffälliges und eindrucksvolles E-Auto an. Ob die Marke allerdings eine Zukunft hat, bleibt abzuwarten.
(Bild: Hiphi)

Great Wall Motor: Europa-Zentrale stellt Betrieb ein

29.05.2024 16:33 Uhr | Lesezeit: 3 min

Die GWM-Modelle Wey 03, Ora 03 und Wey 05
© Foto: Great Wall Motor

Wegen schwacher Geschäfte setzt der Autobauer GWM alle Mitarbeiter in Europa vor die Tür. Aus der Region wollen sich die Chinesen aber nicht verabschieden.

von AUTOHAUS

Fehlstart in Deutschland

Der große Knall beim chinesischen Autohersteller BYD

Gemeinsam mit Importeur Hedin wollte BYD den deutschen Markt erobern. Die Verkaufsbilanz ist so ernüchternd, dass es allem Anschein nach zu einem schweren Streit zwischen den Partnern kam. Die neue Europachefin Stella Li will die Zusammenarbeit nun offenbar beenden.

Von **Christoph Seyerlein**
22.08.2024, 12.41 Uhr

(c) Institut für Automobilwirtschaft

https://www.manager-magazin.de/unternehmen/autoindustrie/byd-aus-china-mit-deutschland-importeur-hedin-kommt-es-zum-grossen-knall-a-2b431d02-ac95-435a-a69e-05e9fcc4458e
https://www.kfz-betrieb.vogel.de/chinesische-edelmarke-hiphi-stoppt-produktion-a-cec415fd5181f98dc13ab1a65ad17341/
https://www.autohaus.de/nachrichten/autohersteller/great-wall-motor-europa-zentrale-stellt-betrieb-ein-3518039

Fazit

Von der Miene bis zum Hochseedampfer

BYD

SAIC

	BYD	SAIC
Mittelfristige Zielgröße Hochseeschiffe	10	30
Kapazität (Ro-Ro-Konzept)	7.000	6.500
Transportzeit (Shanghai -> Hamburg)	35 Tage + 4 Tage Hafenaufenthalt	35 + 4 Tage Hafenaufenthalt
Anzahl Fahrten (Shanghai -> Hamburg p.a.)	4,7	4,7
Fahrzeugkapazität p. a.	**329.000**	**916.500**

(c) Institut für Automobilwirtschaft

Quellen: Institut für Automobilwirtschaft, eigene Berechnung
https://www.stern.de/auto/e-mobilitaet/byd-fuer-europa--autohersteller-baut-mindestens-acht-eigene-schiffe-34269482.html
https://www.faz.net/aktuell/wirtschaft/unternehmen/chinas-e-auto-welle-rollt-nach-europa-erster-byd-frachter-in-betrieb-19441744.html
https://www.nord24.de/schiffe-haefen/dieser-mega-autotransporter-nimmt-kurs-auf-bremerhaven-187743.html#google_vignette
https://www.wiwo.de/unternehmen/industrie/autohersteller-chinesischer-autobauer-saic-baut-transportflotte-aus/29605944.html

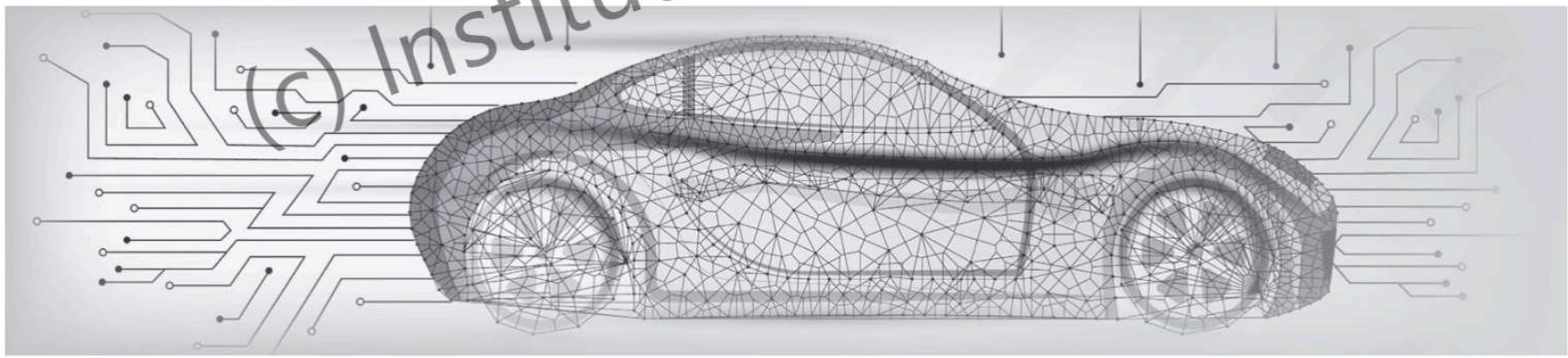
Institut für Automobilwirtschaft

Neue Fahrzeugmarken aus Fernost: BYD, NIO, Great Wall und Co.

Wer kommt, wer bleibt?

© Institut für Automobilwirtschaft (IfA)

Prof. Dr. Benedikt Maier

September 2024

(c) Institut für Automobilwirtschaft