

## **CAMA-Spotlight auf ausländische Automobilmärkte**

05/2010

### **Automobilmarkt und Automobilunternehmen in Japan im Sommer 2010**

#### **- langsame Erholung nach der Krise**

#### **Der japanische Pkw-Markt**

In Japan wurden 2009 4,6 Mio. leichte Fahrzeuge verkauft – davon 60 Prozent Pkws, die übrigen 40 Prozent Pick ups, Geländewagen und Vans. Japan ist damit der drittgrößte Pkw-Absatzmarkt weltweit.

Auch Japan wurde durch die Wirtschafts- und Finanzkrise stark getroffen. Der Inlandsabsatz ist 2009 – trotz Abwrackprämie – um fast 5 Prozent eingebrochen. Das Ausmaß der Krise wird noch deutlicher an dem Arbeitskräfteabbau in der Automobilindustrie von etwa 15 Prozent in einem Land, in dem Entlassungen lange sehr selten waren und an einer Kapazitätsauslastung von nur zwei Drittel. Dazu haben vor allem die gesunkenen Exporte in die USA beigetragen, wo zudem Japans größter Hersteller Toyota mit erheblichen Qualitäts- und Imageproblemen zu kämpfen hatte. 40 bis 60 Prozent der Gewinne der japanischen Automobilunternehmen werden in den USA erzielt.

Der Inlandsabsatz von 2007 wird wohl erst 2011 wieder erreicht, ein Absatz von 6 Mio. leichten Fahrzeugen im Jahr, zuletzt 2000, erscheint nicht mehr möglich.

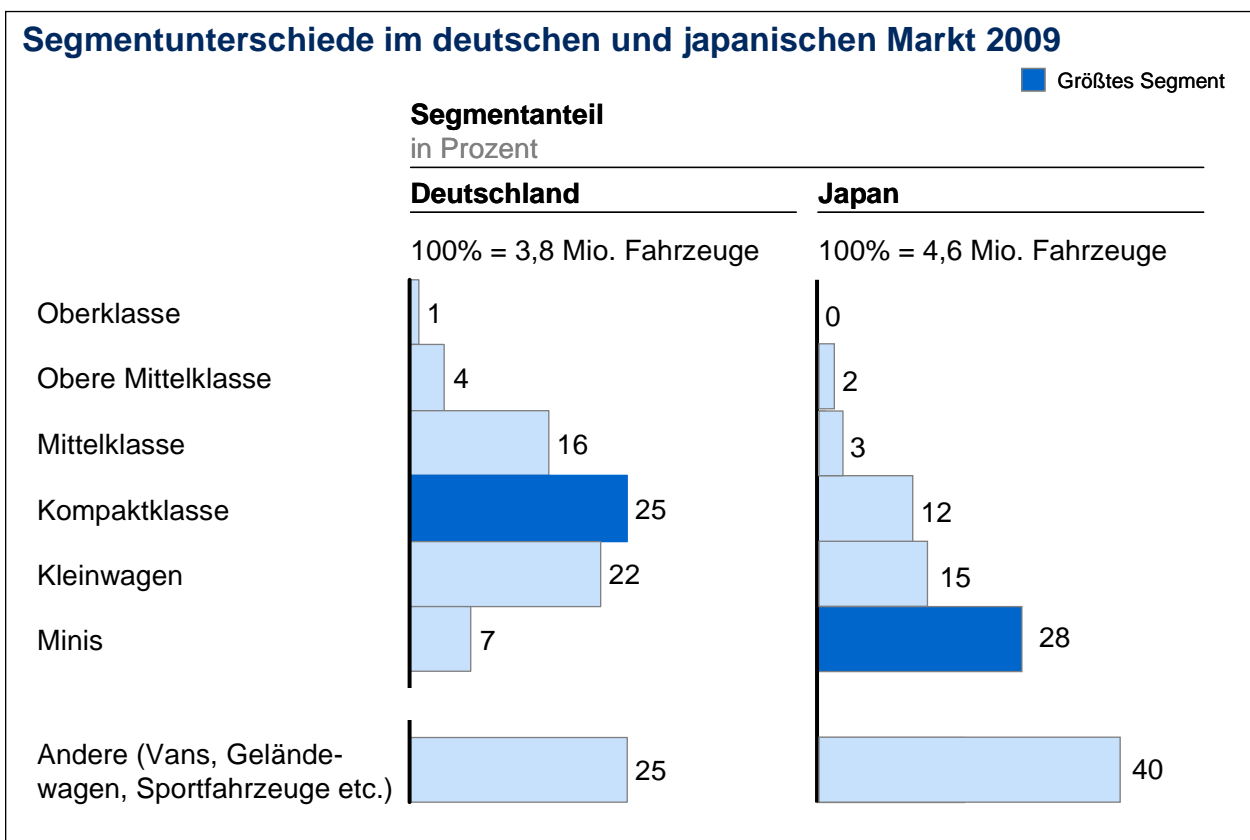
Den größten Marktanteil in Japan hatte 2009 Toyota mit 26 Prozent vor Nissan (14 Prozent), Honda und Suzuki (mit jeweils 13 Prozent). Ausländische Hersteller spielen auf dem japanischen Markt keine Rolle. Volkswagen hat als größter ausländischer Anbieter einen Marktanteil von weniger als einem Prozent.

Das Länderumfeld in Japan lässt nicht nur ökonomische Krisensymptome erkennen, sondern auch politische:

- mit etwa 127 Mio. Einwohnern und einem pro-Kopf Einkommen von 39.000 US-Dollar – mehr als zehnmal so hoch wie in China (3.200 US-Dollar) – hat Japan zwar einen sehr großen und sehr aufnahmefähigen Binnenmarkt,
- rutschte aber aufgrund der häufigen Regierungswechsel im EIU-Rating (Economist Intelligence Unit) aus der Spitzengruppe politisch stabiler Länder auf Rang 14

- und weist eher ungünstige wirtschaftliche Rahmenbedingungen auf. Die makroökonomischen Indikatoren Japans sind seit langem gespalten: einerseits anhaltende Deflation (-0,9 Prozent) und starke Wechselkursschwankungen gegenüber Euro und US-Dollar, andererseits eine sehr positive Leistungsbilanz (+ 140 Mrd. US-Dollar).
- Das verfügbare Einkommen ging 2009 leicht zurück; der BIP-Rückgang in Yen um 5 Prozent wurde durch den schwachen Dollar etwas verdeckt.
- Der private Verbrauch ist seit fünf Jahren nahezu unverändert. Nach Wachstumsraten nahe Null wird auch für die nächsten Jahre ein BIP-Wachstum von kaum mehr als ein Prozent erwartet.

Der Autoabsatz konzentriert sich in Japan auf die unteren Marktsegmente, was auch den geringen Anteil der ausländischen Hersteller erklärt.



Die Abbildung zeigt sehr große Unterschiede der Marktsegmente und damit Unterschiede der Bedarfsstruktur in Deutschland und Japan trotz eines ähnlich hohen pro-Kopf Einkommens: anders als in Deutschland fehlt in Japan das Oberklassensegment; auch das Segment der oberen Mittelklasse und der eigentlichen Mittelklasse ist mit einem Anteil von insgesamt nur fünf Prozent sehr gering (in Deutschland 21 Prozent). Hier wurden 2009 nur etwa 230.000 Fahrzeuge abgesetzt. Im dicht besiedelten Japan mit sehr schmalen Innerortstraßen werden auch vergleichsweise wenige Fahrzeuge der Kompaktklasse und auch nur wenige Kleinwagen gefahren, dagegen sehr viele Fahrzeuge mit weniger als 660 ccm und

höchstens 3,4 m Länge, sog. Kei-Cars. Für diese Fahrzeuge muss beim Kauf kein Parkplatz nachgewiesen werden, ein Grund ihrer großen Popularität in den Ballungsräumen.

Japaner haben ein sehr viel rationaleres Verhältnis zum Auto als Deutsche. Das Auto hatte hier nie dieselbe Bedeutung als Statussymbol. Vor allem bei jungen Japanern werden Kommunikationsmedien und Reisen immer wichtiger. Individuelle Mobilität wird in Japan weniger hoch eingeschätzt, da im städtischen wie im Fernverkehr öffentliche Verkehrsmittel deutlich schneller und billiger sind.

## **Automobilhersteller und –zulieferer in Japan**

Die Automobilindustrie war und ist eine Schlüsselindustrie der japanischen Wirtschaft mit einem Beitrag von etwa 8 Prozent zum BIP.

2009 wurden in Japan 6,8 Mio. Pkws leichte Fahrzeuge hergestellt. Größter Hersteller war Toyota mit einem Anteil von 34 Prozent (der auch weltweit größte Hersteller) vor Nissan, Suzuki und Honda mit einem Anteil von jeweils 13 Prozent. Nach dem Absatzeinbruch 2009 berichten Mitte 2010 alle Hersteller über zum Teil starke Produktions- und Absatzsteigerungen. Auch große globale Zulieferer wie Denso, Aisin Seiki und Fanuc haben den Hauptsitz in Japan.

Alle großen ausländischen Automobilhersteller und auch die größten ausländischen Zulieferer haben Technologieaußenposten in Japan, produzieren hier aber fast überhaupt nicht.

Japanische Hersteller, allen voran Toyota mit dem Prius, von dem bereits mehr als 1,4 Mio. Stück gebaut wurden, gelten als Weltmarktführer in der Hybridtechnologie. 2009 wurden mehr als 120.000 Hybridfahrzeuge exportiert. Auch die ersten in Großserie gebauten Elektroautos kommen aus japanischer Produktion: der Mitsubishi i-MiEV (37 kW (64 PS), Reichweite 140 km, Preis in Japan 37.000 Euro) ebenso wie die baugleichen Citroen C-Zero und Peugeot e-on. Die Aktivität der japanischen Hersteller und Zulieferer in den neuen Marktsegmenten beruht auch auf ihrem Wettbewerbsvorteil bei Elektronikkomponenten.

## **Zukunftsaussichten für die japanische Automobilindustrie**

Die Zukunftsaussichten der japanischen Automobilindustrie erscheinen eher unsicher, weil in Japan das Auto als Statussymbol und auch als Transportmittel an Bedeutung verliert.

Mittel- und langfristig stellt sich die Frage, welche Rolle die Elektromobilität in Japan spielen wird und ob hier die konventionellen Technologien (Verbrennungsmotoren) für den Binnen- und den Weltmarkt weiterentwickelt und gefertigt werden.

Ein Durchbruch der Elektromobilität wird bei einem Marktanteil *reiner* Elektrofahrzeuge von etwa fünf Prozent erwartet, da dann verstärkt Forschungs- und Entwicklungsgelder in die neue Technologie umgelenkt werden; nicht bereits bei einem hohen Exportanteil dieser Fahrzeuge. Für Hybridfahrzeuge gilt das nicht, da sie voraussichtlich nur eine Übergangs-

technologie sein werden. Hier wird die Elektromobilität nicht konsequent zu Ende gedacht und auch kein neues Fahrzeugkonzept entwickelt.

Würde in Japan die Elektromobilität forciert weiterentwickelt, wofür der hohe Anteil sehr kleiner und damit leichter Fahrzeuge und die relativ geringen durchschnittlichen Fahrleistungen sprechen, dann wird auch hier – wie in Europa – die Herstellung von Fahrzeugen mit Verbrennungsmotoren und traditioneller Technologie längerfristig in die Emerging Markets verlagert. Sonst bliebe bei steigendem Kostendruck die japanische Automobilindustrie kaum wettbewerbsfähig, ähnlich wie in Deutschland.

Haben Sie Anmerkungen zu diesem Spotlight?

[info@cama-automotive.de](mailto:info@cama-automotive.de) – wir antworten umgehend!