

CAMA-Spotlight auf ausländische Automobilmärkte

Update 04/2012

Automobilmarkt und Automobilunternehmen in Japan im Sommer 2012 - deutliche Erholung

Der japanische Pkw-Markt

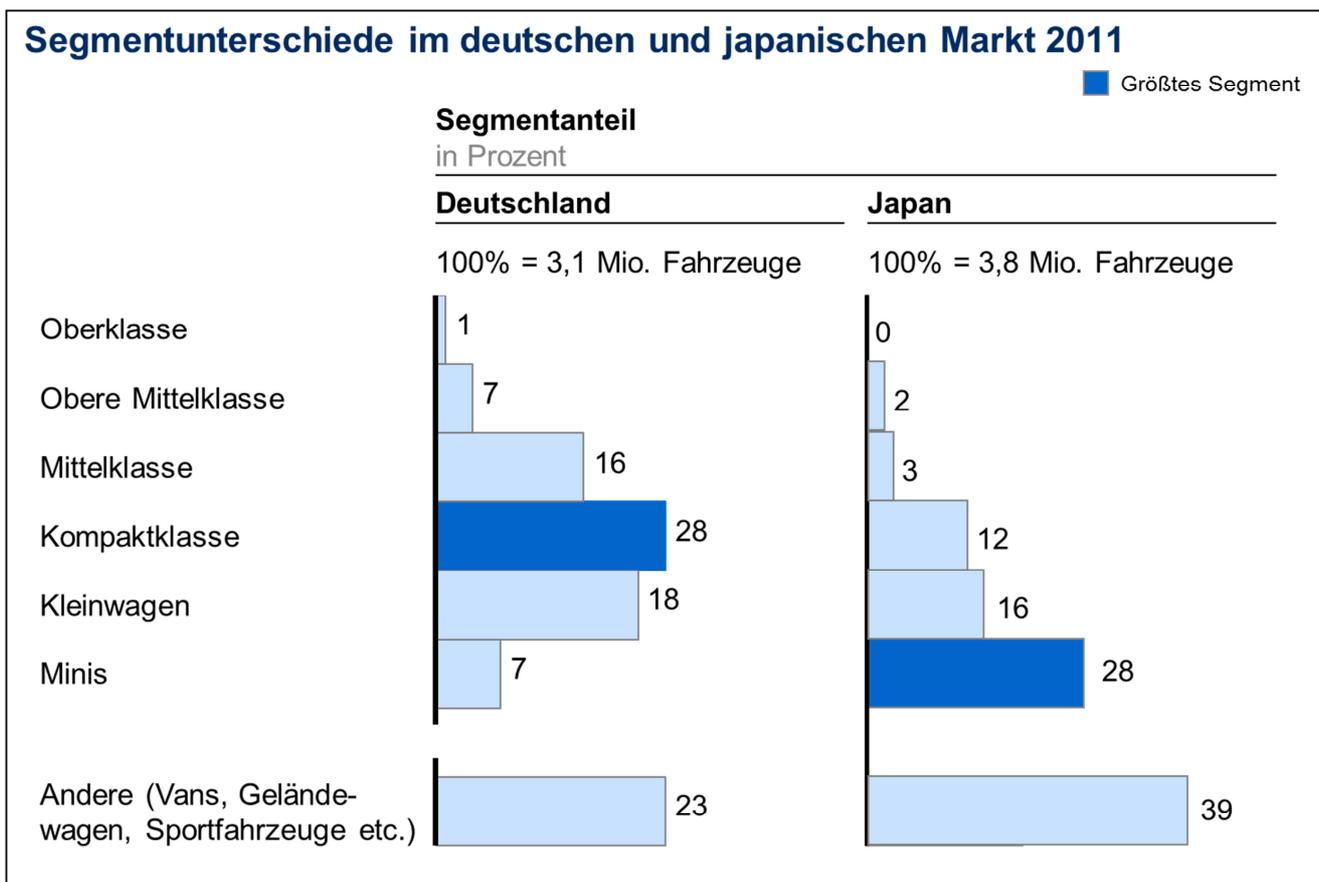
Japan wurde im März 2011 von einer der größten Katastrophen seiner Geschichte heimgesucht. Ausgehend von einem Seebeben mit anschließendem Tsunami wurde das Kernkraftwerk Fukushima schwer beschädigt, wodurch radioaktive Strahlung austrat. Infolge der Katastrophe wurden weitere Kernkraftwerke abgeschaltet. Aufgrund der Schäden und Ausfälle in der Energieversorgung mussten mehrere große Automobilhersteller und -zulieferer die Produktion einstellen, mit erheblichen Auswirkungen nicht nur in Japan. Dadurch wurde Automobilunternehmen die Anfälligkeit einer eng geknüpften Lieferkette deutlich bewusst.

Nach der Finanzkrise 2009 waren in Japan die Pkw-Zulassungen 2010 um 9,5 Prozent von 4,2 auf 4,6 Mio. Fahrzeuge (Pkw und LCV) gestiegen. Durch die Katastrophe im März 2011, die Flut in Thailand im Herbst und eine konjunkturelle Abschwächung kam es dann zu einem starken Absatzeinbruch auf 3,8 Mio. Fahrzeuge (- 17,4 Prozent) 2011. Japan ist damit der drittgrößte Kraftfahrzeug-Absatzmarkt weltweit. Mit der Beseitigung der Schäden wird 2012 eine deutliche Erholung erwartet.

Günstig sind die Absatzchancen für Elektroautos (rein batteriebetriebene Elektroautos und Elektroautos mit zusätzlichem Verbrennungsmotor), da sie dem Mobilitätsbedarf der Ja-

paner entgegenkommen. Nissan Leaf, Mitsubishi i-MiEV und Toyota Prius Plug-in werden schon in größerer Stückzahl verkauft. Die Anschaffung energiesparender Fahrzeuge wird in Japan subventioniert. Nach der neuen japanischen Wachstumsstrategie soll 2020 jedes zweite in Japan zugelassene Auto einen alternativen Antrieb haben. Dadurch soll nicht nur der Umweltschutz verbessert werden, sondern auch die Wettbewerbsstärke der japanischen Automobilindustrie.

Trotz der ähnlich hohen Pro-Kopf-Einkommen unterscheiden sich die Marktsegmente in Deutschland und Japan sehr deutlich, insbesondere durch den sehr geringen Anteil der Ober- und Mittelklassefahrzeuge und den sehr hohen Anteil der Kleinstfahrzeuge (Kei-Cars) in Japan. Selbst Kompakt- und Kleinwagen haben hier nur geringe Marktanteile. Topographie und Siedlungsstruktur erklären die Nachfrageunterschiede. In dem dicht besiedelten Land mit den schmalen Innerortstraßen werden aber vor allem deshalb viele Kei-Cars gekauft, weil für Fahrzeuge mit weniger als 660 ccm und höchstens 3,4 m Länge beim Kauf kein Parkplatz nachgewiesen werden muss.



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

Automobilhersteller und –zulieferer in Japan

Die Automobilindustrie ist eine Schlüsselindustrie der japanischen Wirtschaft. Die Branche hat einen Anteil von 15 Prozent an den Exporten des Landes. In der Automobilindustrie sind direkt etwa 790.000 Menschen beschäftigt, mit allen Zulieferern, Dienstleistungen und verbundenen Industrien sogar 5,3 Mio., was 8,5 Prozent der Gesamtbeschäftigten Japans entspricht.

Im Jahr 2011 wurden in Japan 8,4 Mio. Fahrzeuge produziert, 12,8 Prozent weniger als 2010 (9,6 Mio.). Größte Hersteller in Japan sind Toyota (2010 3,28 Mio.) vor Nissan und Honda. Toyota hatte auch den weitaus größten Marktanteil (28,2 Prozent) vor Nissan (14,4 Prozent), Suzuki (13,5 Prozent), Daihatsu (13,4 Prozent) und Honda (12,3 Prozent). Der Anteil ausländischer Fahrzeuge ist gering – so kam Volkswagen als größter Anbieter 2011 auf nur etwa ein Prozent Marktanteil.

Marktstellung und Rentabilität der japanischen Hersteller wie Zulieferer sind sehr unterschiedlich und in erheblichem Maße abhängig von Standorten und Produkten. Das Erdbeben und die Flut haben 2011 die Ergebnisse aller Unternehmen gedrückt, wobei sich insbesondere Toyota aber schneller als erwartet von den Folgen dieser Katastrophen erholt hat. Die Gewinnprognose des Unternehmens wurde deutlich erhöht. Durch eine Verbesserung der Produktqualität, der Kundenbindung (Aufgabe von Weltautos und Anpassung an die regionale Nachfrage) und durch Kostensenkung soll die Umsatzrendite steigen. Toyota erreichte durch die frühe Entscheidung für den Hybridantrieb und die kontinuierliche Fortentwicklung von Plug-in-Hybridfahrzeugen einen großen Kompetenz- und Erfahrungsvorsprung vor allen Wettbewerbern. Das Unternehmen produzierte bereits mehr als dreieinhalb Millionen Hybridfahrzeuge. Nissan (in Verbindung mit Renault) setzt

dagegen stärker als Toyota auf reine batteriebetriebene Elektroautos, Honda entwickelt Fahrzeuge mit Brennstoffzelle. Mazda baut als einziger Hersteller Fahrzeuge mit Wankelmotor und erst seit 2012 Fahrzeuge mit Elektromotor. Insgesamt haben die japanischen Hersteller im vergangenen Jahrzehnt weltweit fast 80 Prozent aller Patente bei alternativen Antrieben angemeldet (ohne Biokraftstoff und Gas).

Für ausländische Unternehmen ist Japan ein schwieriger und durch Handelshemmnisse etwas abgeschotteter Markt. Exporte aus der EU nach Japan erreichen nicht ein Drittel der Exporte aus Japan in die EU (2011 560.000 Autos). Aber auch für die japanische Automobilindustrie ist durch den starken Yen das Marktumfeld schwierig. Der geringe Neubedarf einer alternden und abnehmenden Bevölkerung und die hohe Exportabhängigkeit belasten die Autoindustrie.

Durch den starken Yen, die Wirtschaftskrise und die konjunkturelle Abschwächung auf wichtigen Auslandsmärkten haben sich für die Automobilindustrie die Produktionsbedingungen in Japan verschlechtert. Deshalb verringern hier alle Unternehmen die Produktionskapazitäten, Toyota z.B. reduziert die Kapazität von 3,6 Mio. auf etwa drei Millionen Fahrzeuge, weniger als ein Drittel der Gesamtkapazität. Das Unternehmen produziert an 12 Standorten in Europa (mehr als 93.000 Beschäftigte) und beliefert den deutschen Markt zu 80 Prozent aus europäischer Produktion. Obwohl Nissan und Honda als zweit- und drittgrößte Hersteller noch weniger in Japan produzieren – nur etwa ein Viertel der Gesamtproduktion – werden sie ebenfalls weiter Kapazitäten abbauen. Nissan plant vor allem Produktionsverlagerungen nach Thailand, insgesamt soll der Japananteil auf weniger als 20 Prozent abnehmen. Durch die Produktion im europäischen Markt und die Kooperation mit Renault haben Wechselkursänderungen für Nissan in Europa keinen Einfluss mehr auf den Konzerngewinn. Honda macht hier Verlust, will aber den europäischen Markt nicht aufgeben und die Produktion wieder deutlich erhöhen (2007 237.000 Fahrzeuge, 2009 75.600, 2012 180.000). Eine andere Strategie verfolgen Daihatsu und Mitsubishi. Daihatsu wird wegen des starken Yen in Europa keine Fahrzeuge mehr verkaufen, Mitsubishi das einzige Werk in Europa – in den Niederlanden – schließen und den europäischen Markt von Japan und Thailand aus beliefern. Die Strategien werden auch durch die Rahmenbedingungen beeinflusst. So baut z.B. Toyota ein für Südkorea bestimmtes

Auto in den USA, weil das Freihandelsabkommen zwischen den USA und Südkorea den Export aus den USA begünstigt.

Stärker noch als die Hersteller werden die Zulieferer vom harten Yen getroffen. Der Anteil der Zulieferungen, die nicht auf Yen-Basis abgerechnet werden, nimmt zu, u.a. aus Korea nach Japan. Tier2- und Tier3- Lieferanten sind hiervon besonders stark betroffen, was wiederum zu einem verstärkten Globalisierungsdruck auf diesen Wertschöpfungsstufen führt. Unter den zehn größten Zulieferern weltweit sind drei japanische Unternehmen (Denso, Bridgestone und Aisin Seiki).

Zukunftsaussichten für die japanische Automobilindustrie

Toyota (2011 7,35 Mio. Fahrzeuge) will 2012 wieder größter Hersteller vor General Motors (2011 9,03 Mio.) und Volkswagen (8,36 Mio.) werden und im Geschäftsjahr 2012 (1.4.2012 - 31.3.2013) 9,58 Mio. Fahrzeuge absetzen (Toyota, Daihatsu und Hino), davon 1,63 Mio. (+36 Prozent) in Japan und 6,95 Mio. im Ausland (+16 Prozent). Auch die anderen japanischen Hersteller erwarten Produktionssteigerungen. In Japan wird der Marktanteil der Kleinstfahrzeuge weiter zunehmen, der Ober- und Mittelklasse sowie der Kompaktklasse aber abnehmen.

Die Zukunft der japanischen Automobilindustrie ist günstig, wenn es den Unternehmen gelingt, das Angebot weiter zu differenzieren und in Märkte auszuweiten, in denen sie bisher schwächer aufgestellt sind, z.B. Toyota und Suzuki in China und Südamerika, die Premiummarke Lexus von Toyota in Europa. Zusätzlich ist es für die japanischen Automobilhersteller von wesentlicher Bedeutung, den Erfahrungsvorsprung bei den alternativen Technologien zu halten. Aufgrund der globalen Nachfrageentwicklung werden die Produktionsverschiebungen in die Märkte außerhalb Japans als auch die Intensität des Wettbewerbs weiter zunehmen.

Haben Sie Anmerkungen zu diesem Spotlight?

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