

Diese Meldung kann unter <http://www.presseportal.de/pm/32847/1116208/wissmann-deutsche-marken-legen-auf-dem-us-markt-weiter-zu-clean-diesel-offensive-voll-in-fahrt> abgerufen werden.

VDA Verband der Automobilindustrie e.V.

Wissmann: Deutsche Marken legen auf dem US-Markt weiter zu
Clean-Diesel-Offensive voll in Fahrt - Absatz soll auf 1 Mio. Einheiten steigen

13.01.2008 - 07:00 Uhr, VDA Verband der Automobilindustrie e.V.

Frankfurt/Detroit (ots) - "Die deutschen Hersteller haben sich auf dem schwierigen US-Markt hervorragend geschlagen. Sie sind 2007 gegen den Trend gewachsen und haben ihren Absatz um 3 Prozent auf 948.000 Light Vehicles erhöht. Wir sind zuversichtlich, dass wir auch im laufenden Jahr unseren Marktanteil auf dem US-Markt weiter steigern können und sehen gute Chancen, die 1-Millionen-Marke in naher Zukunft zu knacken", betonte Matthias Wissmann, Präsident des Verbandes der Automobilindustrie (VDA), auf der VDA-Pressekonferenz in Detroit. Neben ihrer starken Position im Car-Segment legten die deutschen Marken vor allem bei Light Trucks zu, hier stieg der Absatz im Jahr 2007 um 14 Prozent. Wissmann: "Wir sind in diesem Segment damit schneller gewachsen als alle anderen Wettbewerber. Offensichtlich treffen unsere kraftstoffeffizienten Modelle den Geschmack der Kunden in einer Zeit, in der die Gallone Sprit immer teurer wird." Allein in den letzten 12 Monaten haben sich die Kraftstoffpreise in den USA um 43 Prozent erhöht.

Der VDA-Präsident erläuterte die erfolgreiche Strategie der deutschen Hersteller auf dem weltweit wichtigsten Automobilmarkt: "Wir setzen auf Premium, wir setzen auf Clean Diesel - und zwar bei Cars ebenso wie bei Light Trucks. Darüber hinaus greifen wir auch im Kleinwagensegment an."

Jedes zweite deutsche Auto, das in den USA verkauft wird, ist bereits ein Premiumfahrzeug, der Marktanteil der Deutschen stieg im Luxury Car-Segment auf 41 Prozent.

Wissmann: "Ein zweiter Pfeiler unserer Strategie liegt im Clean Diesel. Das Potenzial für den sauberen, sparsamen und leistungsstarken Selbstzünder wächst in den USA kontinuierlich. Die notwendige verbesserte Dieselmotorenqualität ist nun flächendeckend vorhanden. Immer mehr US-Kunden interessieren sich für die Vorteile des Clean Diesel als 'Effizienzweltmeister' und 'Verbrauchs-Champion', der zudem jede Menge Fahrspaß bietet."

Der VDA-Präsident unterstrich: "Es sind die deutschen Marken, die die großen Chancen des Clean Diesel in den USA als Erste offensiv nutzen und neue Maßstäbe setzen. Sie stellen hier in Detroit Modelle vor, die die schärfsten Abgasgrenzwerte erfüllen. Damit wird der Clean Diesel in allen 50 US-Staaten salonfähig, auch in Kalifornien."

Dass diese Botschaft in den USA angekommen ist, zeigen erste Zahlen aus dem Markt. So hat Mercedes bereits in den ersten neun Monaten des vergangenen Jahres den Absatz von Clean Diesel-Fahrzeugen mehr als verdoppelt. Audi, BMW und Volkswagen stehen ebenfalls in den Startlöchern.

Wissmann: "Es ist daher durchaus angebracht, 2008 als das Jahr des Clean Diesel-Durchbruchs in den USA zu bezeichnen. Der bislang noch niedrige Marktanteil von 3 Prozent sollte nicht fehl interpretiert werden: Das ist lediglich die 'Ruhe vor dem Sturm' und vor allem modellzyklisch bedingt. Der Dieselmotorenanteil an den Neuzulassungen in den USA wird sich nach der J. D. Power-Prognose bis zum Jahr 2015 auf 15 Prozent vervielfachen - die deutschen Marken werden hier ganz vorne dabei sein." Nach wie vor wurden in den USA im vergangenen Jahr mit rund 480.000 Light Vehicles mehr Dieselfahrzeuge verkauft als Hybridmodelle mit gut 350.000 Einheiten.

Im Light-Truck-Bereich, der mit einem Marktanteil von 53 Prozent immer noch größer ist als das Car-Segment, profitieren die deutschen Hersteller von Strukturveränderungen: Während der Absatz von großen SUV - traditionell die Domäne der US-Anbieter - im vergangenen Jahr um 11 Prozent zurückging, legten die kompakteren Cross Utilities (CUV) um beachtliche 18 Prozent zu. "Gerade in diesem CUV-Segment sind die Deutschen stark. Angesichts der gestiegenen Kraftstoffpreise ist es nicht verwunderlich, dass der Kunde sich nach effizienteren Fahrzeugen umschaut, die angemessene Leistung mit niedrigerem Verbrauch kombinieren. Diese Aufgabe ist nur durch technologisch anspruchsvolle Antriebe zu lösen - und entspricht damit der Kernkompetenz der deutschen Hersteller und Zulieferer", so Wissmann.

Während der gesamte Light-Truck-Markt in den USA in den letzten vier Jahren um 6 Prozent rückläufig war, haben die deutschen Marken ihren Absatz von Light Trucks auf dem US-Markt um 60 Prozent auf 180.000 Einheiten steigern können. Wissmann: "Noch gibt es offiziell das Segment der 'Premium-SUV' nicht - doch die deutschen Marken sind dabei, diesen neuen Standard erfolgreich zu setzen." So hat Audi den US-Absatz seines Q7 im vergangenen Jahr ebenso verdoppelt wie Mercedes den seiner G-Klasse. VW ist mit dem Touareg vertreten, der Porsche Cayenne hat um fast 20 Prozent zugelegt, der BMW X5 um über 30 Prozent. Und neue Produkte - wie der GLK von Mercedes - kommen auf den Markt. "All dies zeigt: Mit

intelligenten und anspruchsvollen Lösungen bietet auch der hart umkämpfte Light-Truck-Markt in den USA große Chancen", betonte der VDA-Präsident.

Auch im Car-Segment haben die deutschen Marken gegen den Trend den Absatz um 1 Prozent auf 768.000 Pkw gesteigert. Der Marktanteil der deutschen Marken liegt im Car-Bereich damit über 10 Prozent. Die Rangliste der Top-Seller deutscher Marken 2007 in den USA wird angeführt vom BMW 3er, gefolgt vom VW Jetta und Mercedes C-Klasse, BMW 5er und der Mercedes E-Klasse. Im Kleinwagensegment werden neue Akzente gesetzt - Stichwort smart fortwo, der offensichtlich auf dem US-Markt auf eine lebhafte Nachfrage trifft.

Trotz des Gegenwinds von der Währungsfront - der Euro hat seit Anfang 2007 um knapp 14 Prozent gegenüber dem US-Dollar zugelegt - haben die deutschen Hersteller ihre Exporte in die USA im vergangenen Jahr um 3 Prozent auf 570.000 Einheiten erhöht, gegenüber 1995 sogar nahezu verdreifacht. Insgesamt entfallen 13 Prozent der gesamten Pkw-Exporte aus Deutschland auf die USA. Wertmäßig entspricht dies sogar einem Anteil von 18 Prozent. Pro exportierten Pkw liegt der Wert mit knapp 27.000 Euro - umgerechnet fast 37.000 US-Dollar - deutlich über dem Durchschnittswert aller aus Deutschland ausgeführten Pkw (20.800 Euro).

Insgesamt wurden im vergangenen Jahr automobile Erzeugnisse im Wert von über 23 Mrd. Euro in die USA exportiert. Jeder achte durch den automobilen Export erwirtschaftete Euro entfällt damit auf das Geschäft mit den USA. Der automobiler Handelsbilanzüberschuss mit Nordamerika liegt bei 18 Mrd. Euro und beträgt damit 17 Prozent des gesamten deutschen Auto-Außenhandelsüberschusses. Knapp ein Drittel der deutschen Gesamtausfuhr in die USA (74 Mrd. Euro in 2007) waren im Jahr 2007 Automobile und Zulieferprodukte. Wissmann: "Damit hat das Automobil seine Qualität als Devisenbringer Nr. 1 in der deutschen Industrie erneut bewiesen. Jeder 12. Arbeitsplatz unserer Branche in Deutschland hängt inzwischen am US-Markt. Das sind rund 60.000 Mitarbeiter. Wir sind also gut beraten, wenn wir in einem transatlantischen Kooperationsfeld Wirtschafts- und Technologiepolitik gemeinsam betreiben."

Auch die deutschen Zulieferer bauen ihre strategische Position in Nordamerika aus. Rund 250 Tochterunternehmen, Joint-Ventures und Lizenznehmer deutscher Zulieferer sind heute in Nordamerika aktiv. Die Zahl ihrer Standorte hat sich in den letzten 10 Jahren mehr als verdreifacht. Der Export von Zulieferprodukten in die USA ist kontinuierlich gestiegen und beträgt derzeit über 3 Mrd. Euro pro Jahr.

Von der Währungsseite sei 2008 für das US-Geschäft kaum eine Entspannung zu erwarten, betonte Wissmann. Umso wichtiger werde das "Natural Hedging", um Wechselkursrisiken zu mindern. Mittlerweile kommen rund 250.000 Einheiten des Absatzes deutscher Marken in Nordamerika aus der Fertigung im Nafta-Raum. Damit wird bereits jedes vierte Auto einer deutschen Marke, das in den USA verkauft wird, in Nordamerika produziert.

Wissmann geht davon aus, dass die Belastungen im US-Markt - Immobilienkrise, schärfere Kreditlinien, höhere Kraftstoffpreise - weiter spürbar sein werden. Hinzu kommt, dass die private Nachfrage, die im Jahr 2007 noch um 2,8 Prozent wuchs, im laufenden Jahr nur noch um voraussichtlich 1,8 Prozent zulegen wird. Wissmann: "Vor diesem Hintergrund erwarten wir 2008 einen US-Gesamtmarkt von rund 15,7 Mio. Light Vehicles, das entspricht einem Rückgang um gut 2 Prozent. Der Druck im Markt bleibt also bestehen. Dennoch erwarten wir, dass die deutschen Marken weiter wachsen werden."

Ansprechpartner:

Eckehart Rotter
VDA Leiter
Abteilung Presse
Tel. +49 (0)69 9 75 07-2 66
E-mail: rotter@vda.de

Originaltext: VDA Verband der Automobilindustrie e.V.
Pressemappe: <http://www.presseportal.de/pm/32847/vda-verband-der-automobilindustrie-e-v>
Pressemappe als RSS: http://presseportal.de/rss/pm_32847.rss2