

Audi: China als größter Absatzmarkt

Nach dem Ausbau seiner Kapazitäten will Audi auf dem chinesischen Markt kräftig Gas geben. Nirgendwo in der Welt verkauft Audi inzwischen mehr Autos als in China - auch nicht in Deutschland.

Peking. China hat Deutschland als größter Absatzmarkt für Audi überholt. Mit 87.788 Autos verkaufte die Volkswagen-Tochter in den ersten vier Monaten dieses Jahres erstmals mehr Autos im Reich der Mitte als auf ihrem deutschen Heimatmarkt. Wie Audi-China-Chef Dietmar Voggenreiter am Montag in Peking sagte, rechnet er im ganzen Jahr mit einem Absatzplus von "gut 20 Prozent" auf 280.000 Autos in China.

In diesem Monat erreicht der Verkauf den dritten Monat in Folge eine Bestmarke. "Nach März und April legen wir auch im Mai einen Monatsrekord beim Absatz im chinesischen Markt hin", sagte Dominique Boesch, Präsident der Audi-Verkaufsabteilung in China. Die Grundlage für den Absatzschub legte der Umbau des Werkes in Changchun in Nordostchina. Die Kapazität wurde um 50 Prozent auf 300.000 Autos erhöht. Auch wurde mehr Flexibilität geschaffen. Allerdings musste das Werk dafür ein paar Wochen stillgelegt werden.



Montagehalle in Changchun/China: Erstmals hat Audi in den ersten vier Monaten mehr Autos in China als in Deutschland verkauft. (Foto: Audi)

"Wir waren in der Boxengasse und jetzt kommen wir mit neuem Schwung wieder heraus", benutzte Voggenreiter ein Bild aus dem Autorensport. "Jetzt können wir richtig Gas geben." Er rechnet mit weiteren Absatzrekorden in diesem Jahr. Nach den beiden Boom-Jahren 2009 und 2010 zeige sich in diesem Jahr auf dem chinesischen Automarkt gleichwohl eine Beruhigung und "Normalisierung des Wettbewerbs". "Vorher hatten wir schon eine Überhitzung", sagte Voggenreiter. "Das tut jetzt der ganzen Branche gut."

Vom größten Auslandsmarkt hin zum größten Markt überhaupt

Im vergangenen Jahr verkaufte Audi mit einem Plus von 43,4 Prozent 227.938 Autos in China und Hongkong - nur etwas weniger als in Deutschland mit 229.157 Autos. In den ersten vier Monaten stieg China dann vom bislang größten Auslandsmarkt zum größten Markt für die Ingolstädter überhaupt auf. In der Zeit wurden in Deutschland nur 78.487 Audis verkauft. Trotz starker Konkurrenz von BMW und Mercedes, die deutlich später nach China gekommen sind, will Audi auch in diesem Jahr seine Marktführerschaft im Segment der Oberklassenhersteller verteidigen.

Die Marke Audi habe sich in China vom früheren Image des Behördenautos "weit entfernt". Durch neue, sportliche Modelle wie seine Geländewagen stehe die Marke in einem anderen Licht, sagte Voggenreiter. "Das Regierungsgeschäft bewegt sich ohnehin nur noch im einstelligen Prozentbereich." Der Oberklassemarkt in China wird nach Erwartungen von Experten in diesem Jahr mit einem Plus von etwa 25 Prozent schneller wachsen als der Gesamtmarkt für Personenwagen mit zehn bis 15 Prozent.

Zur Profitabilität in China äußerte sich Voggenreiter positiv: "Das Geschäft macht uns viel Freude." Die Kosten für den Ausbau des Werkes mit dem chinesischen Joint Venture-Partner First Automotive Works (FAW) bezifferte er auf einen "dreistelligen Millionen-Euro-Betrag". Angesichts des Wachstums in China könnten in Zukunft neue Investitionen nötig werden. In Changchun könnten die Kapazitäten noch deutlich in der Struktur und Fläche ausgebaut werden. Bis 2013 will Audi auch die Zahl seiner Händler in China von 180 auf mehr als 400 ausbauen.

Die Ingolstädter arbeiten auch "mit Hochdruck" an einem Elektroauto. Doch rechnet Voggenreiter hier eher in der zweiten Hälfte des Jahrzehnts mit einer "nennenswerten Entwicklung". Audi wolle eine technisch versierte und kundenfreundliche Lösung anbieten. "Es kommt nicht darauf an, der Erste zu sein, sondern mit der besten Lösung zu kommen." (dpa/nib)

Artikel zum Thema:

Montag, 30. Mai 2011, 12.00 Uhr