

PRESSEMITTEILUNG

CHINESISCHE MARKEN MIT GUTEN CHANCEN BEI DEUTSCHEN PREMIUM-AUTOFAHRERN

Innerhalb der 30 – 39-jährigen Kunden ist die Akzeptanz für Hersteller wie Aiyways, BYD, Nio und Polestar hoch.

- Berylls-Umfrage zeigt: chinesische Premium OEM drängen auf den deutschen Markt, und treffen hier auf eine überraschende Offenheit bei den Kunden.
- Selbst Käufer deutscher Oberklasse sind zum Wechsel zu chinesischen Konkurrenzprodukten bereit, vor allem wenn sie schon Erfahrungen mit einem chinesischen Auto gesammelt haben.
- Kunden erwarten in erster Linie ein gutes Preis-/Leistungsverhältnis. Die Positionierung der Marken aus China zielt dagegen überwiegend auf das teure Premiumsegment. Hohe Preise werden die Kundenakzeptanz allerdings schmälern.
- Deutsche Kunden nehmen bei den chinesischen Marken keine nennenswerte technische Überlegenheit wahr.

München, 17.11.2022 Die China Experten von Berylls Strategy Advisors um Soleiman Mansouri, haben gemeinsam mit dem Meinungsforschungsinstitut Civey eine Umfrage zur Akzeptanz chinesischer Premium-OEMs und ihrer BEV-Modelle bei deutschen Kunden durchgeführt. Die repräsentative Befragung fand unter den loyalsten deutschen Autokäufern, den Fahrern von Audi-, BMW- und Mercedes-Modellen statt.

Die Analyse zeigt, dass Aiyways, BYD, Nio, Polestar und Co. durchaus Erfolgchancen haben. Denn unter den Premium-Kunden ziehen beim Autokauf etwa 25 Prozent chinesische Marken in Betracht. Das ist bemerkenswert, schließlich haben die meisten chinesischen Hersteller noch nicht mit ihren Marketing-/Kommunikationsaktivitäten begonnen. Die Bekanntheit der Marken und ihrer Modelle bewegt sich daher noch auf einem eher niedrigen Niveau. Eine Ausnahme stellt Polestar dar. Der Volvo-Ableger ist bereits seit 2018 stark mit Werbung und Medienauftritten im deutschen Markt vertreten.

Kunden die bereits Erfahrung mit einem chinesischen Fahrzeug haben, zeigen sich wesentlich aufgeschlossener für den erneuten Kauf. Offensichtlich sind sie von ihrem bisherigen Modell aus China, dem zurückliegenden Kaufprozess und dem Service rund um ihr Auto nicht enttäuscht worden und wollen den Newcomern vielfach eine zweite Chance geben. Vor diesem Hintergrund kommt dem zwischen BYD und SIXT angekündigten Geschäft, das einer



großen Anzahl von Kunden die Möglichkeit bieten wird, chinesische Produkte aus erster Hand zu erleben, eine enorme Bedeutung zu. Insgesamt wird sich der Markt für Elektroautos mit den chinesischen Marktteilnehmern, auch dank solcher Kooperationen, stark verdichten.

Soleiman Mansouri, Associate Partner bei Berylls Strategy Advisors: „Der Kampf um die Aufmerksamkeit von Erstkäufern ist real. Vor allem deutsche Premiumhersteller wissen, wie wichtig es ist, die Altersgruppe der 30- bis 39-jährigen, die so genannte Generation Y, als Erstkunden zu gewinnen.“ Denn üblicherweise entscheiden sich deutsche Käufer ab etwa 40 Jahren erstmals für den Kauf eines Premium-Modells. Und gerade bei dieser Alterskohorte sind die Vorbehalte gegenüber chinesischen Fahrzeugen besonders niedrig.

Allerdings können sich die eigenen Ansprüche der OEM aus China als grobe Stolperfalle entpuppen. Denn die mit Parwiz Torgull, dem Leiter des Customer Success Teams von Civey, gemeinsam durchgeführte Umfrage zeigt, wie wichtig den deutschen Kunden ein gutes Preis-/Leistungsverhältnis ist. So ist annähernd jedem zweiten Umfrage-Teilnehmer der Preis das Kaufkriterium Nummer eins. Erst weit abgeschlagen folgen technische Inhalte, wie große Reichweite oder Ladezeiten. Features, die in China ganz oben in der Käufergunst stehen wie digitale Funktionen, spielen bei der Mehrzahl der deutschen Käufer eine nur sehr untergeordnete Rolle.

Kunden, die bereits Erfahrung mit chinesischen Autos haben, geben abweichende Gründe für die Kaufentscheidung an. Bei Ihnen besitzt sehr wohl die Reichweite ein großes Gewicht, das Design spielt ebenfalls eine wichtige Rolle. Aber auch für sie ist der Preis an Platz zwei, ein ganz entscheidendes Kriterium für den erneuten Erwerb eines Autos aus China. Und genau in diesem Punkt sehen die deutschen Kunden die Chinesen bisher den deutschen OEM als überlegen an, während sie technische Unterschiede kaum wahrnehmen.

Die Studie legt damit nahe, dass sich jene Hersteller mit dem Erfolg auf dem deutschen Markt sehr schwertun werden, die ihre Produkte preislich auf Augenhöhe oder zu nah bei der deutschen Konkurrenz ansiedeln. Problematisch ist auch, dass sich die Modelle aus China zu wenig voneinander unterscheiden. Es existieren kaum Markendifferenzierungspunkte, weder technische und nicht einmal im Design. Den chinesischen Modellen fehlt das Besondere, das Kunden suchen, die bereit sind einen Premiumpreis zu bezahlen.

BYD-Chef Shu will dennoch bereits 2026 120.000 seiner Modelle in Deutschland absetzen, wie er am Rande einer Händlerkonferenz verlauten ließ. Andere Hersteller kommen mit ähnlich ambitionierten Zielen auf den deutschen Markt. Wie die Berylls Umfrage zeigt, treffen sie hier zwar auf Kunden, die ihnen eine Chance geben wollen. Dass es in kurzer Zeit aber derart viele sein werden ist unrealistisch, vor allem wenn das Angebot ausschließlich aus E-Autos besteht. Denn noch ist der deutsche BEV-Markt, 2021 wurden lediglich 365.000 E-Autos zugelassen, viel zu klein und wächst zu langsam, um den ambitionierten Zielen der chinesischen Anbieter gerecht zu werden. In der Folge müssen sich die Newcomer mit bescheideneren Stücken vom Kuchen zufriedengeben. Immerhin sind ihre Plätze am Kaffeetisch aber gedeckt.



Pressekontakt | Christian Bangemann | Head of PR & Media Relations

Berylls Strategy Advisors GmbH | Maximilianstraße 34 | 80539 München

Mobile +49 151 1111 0261 | **E-Mail** christian.bangemann@berylls.com

Berylls Group – ist eine auf die Automobilitätsindustrie spezialisierte Unternehmensgruppe.

Mit Experten in Deutschland, China, Großbritannien, Südkorea, Nordamerika und in der Schweiz deckt Berylls alle Zukunftsthemen ab, um im Ökosystem der Automobilität erfolgreich, zukunftsfähig und digital zu sein. Unsere Experten vernetzen sich dabei über vier spezialisierte Einheiten, um unseren Kunden End-to-End-Unterstützung von der Strategie bis zur finalen Umsetzung anzubieten. Wir nennen das unser Berylls Quartett.

Berylls Strategy Advisors – Die Expertise unserer Top-Management-Berater erstreckt sich über die gesamte Wertschöpfungskette der Automobilität - von der strategischen Konzeption bis hin zur Verbesserung der operativen Performance. Basierend auf der Vordenkerrolle im Bereich der Automobilität zeichnen sich Berylls' Beratungsteams durch langjährige Erfahrung, fundiertes Wissen sowie innovative Lösungskompetenz und unternehmerisches Denken aus.

Berylls Digital Ventures – Strategische Konzepte unserer Kunden sehen immer häufiger die Entwicklung und den Betrieb digitaler Produkte oder den Aufbau neuer Geschäftsmodelle vor. Die Mannschaft von Digital Ventures nimmt sich dieser Herausforderung gemeinsam mit unseren Kunden an - End-to-End. Darüber hinaus beteiligen wir uns an vielversprechenden Startups und bauen in eigenem Auftrag digitale Lösungen, die wir unseren Kunden marktreif zur Verfügung stellen. Alles mit dem Fokus auf Automobilität.

Berylls Mad Media – Die radikale Digitalisierung der Kundenschnittstelle lässt Grenzen im automobilen Vertriebsmodell verschwimmen. Die Experten von Mad Media entwickeln und implementieren Lösungen von daten-getriebenem Marketing über integriertem Portfolio- und Service-Design bis hin zu agilen Umsetzung ganzheitlicher Prozess- und IT-Architektur. Alles zur Steigerung der Kundenloyalisierung, Marktausschöpfung sowie Profitabilitätssteigerung unserer Kunden - für den digitalen Vertrieb von Fahrzeugen und Services von morgen.

Berylls Equity Partners – ist eine durch starke Ankerinvestoren unterstützte, unternehmerisch agierende Beteiligungsgesellschaft, die Unternehmen der Mobilitätsindustrie mit Perspektive in Sondersituationen erwirbt, operativ verbessert und strategisch langfristig ausrichtet.

Gemeinsam mit seinen spezialisierten Kooperationspartnern verfügt Berylls über tiefes technologisches Know-how, breites Marktverständnis und leistungsfähige Netzwerke zur Entwicklung von umsetzungsstarken Lösungen.