

09.02.2021 09:12 CET

Automobiler Aftermarket in China: Wachsender Wettbewerb verlangt neue Strategien

- **2030 wird jedes zweite Auto in China älter als sieben Jahre sein**
- **Freier Ersatzteilmarkt wächst massiv zulasten der OEMs**
- **Zur Sicherung ihrer Wettbewerbsposition sollten OEMs auf dynamische Preismodelle setzen**

München/Münster, Februar 2021: Chinas Automobilmarkt boomt: Schon heute entfallen 31 Prozent aller Neuzulassungen auf das Land. Gleichzeitig steigt das Durchschnittsalter der Fahrzeuge und die Bereitschaft der Kunden, hohe Preise für Ersatzteile und Werkstatt-Services zu zahlen, lässt nach. Vor diesem Hintergrund sollten Hersteller ihre Aftermarket-Services weiterentwickeln und ihre Preispolitik neu justieren. Das sind einige der wichtigsten Ergebnisse der aktuellen Studie "Tapping the China Opportunity", in der Eucon und Roland Berger den automobilen Aftermarket in China analysiert haben.

Als weltweit wichtigster Wachstumsmarkt ist China derzeit der größte Hoffnungsträger der Automobilindustrie. So nimmt der chinesische Anteil am globalen Autobestand trotz Einbußen im Neuwagengeschäft von aktuell 20 auf 26 Prozent im Jahr 2030 zu. Parallel steigt das Durchschnittsalter der Fahrzeuge von 5,3 auf dann 6,6 Jahre. Wie die Studie zeigt, wächst dadurch auch der chinesische Aftermarket dynamisch, allein in den nächsten Jahren um 7 Prozent pro Jahr. Allerdings geht die Entwicklung zulasten der OEMs: Während ihr Marktanteil um 2 Prozent sinkt, wächst der des freien Ersatzteilmarkts um 11 Prozent. Der Grund: Vor allem preissensible Kunden aus dem Volumensegment suchen verstärkt Alternativen zu eher teuren Ersatzteilen und Werkstatt-Services.

„Um im lukrativen Aftermarket-Geschäft wettbewerbsfähig zu bleiben, müssen die Original-Hersteller massiv in ihren Aftersales-Lebenszyklus investieren und ihren Kunden wesentlich individueller zugeschnittene Angebote machen“, sagt Roland Berger-Partner Alexander Brenner.

Digitale Wettbewerber verschärfen den Preisdruck

Plattformen, die ihren Kunden einen umfassenden On- und Offline-Service bieten, sorgen im stark fragmentierten chinesischen Markt für zusätzliche Konkurrenz. So verbindet etwa die zur Jingu-Gruppe zählende Plattform QCCR.com ein B2B-Online-Portal mit Offline-Werkstattservices. Mit Tmall & Taobao betreibt Online-Gigant Alibaba Chinas größte Aftermarket-Retail-Plattform. Der führende nationale Ersatzteihändler Carzone punktet wiederum mit einer leistungsfähigen Supply Chain. Bis 2023 will das Unternehmen ein Netz aus 50.000 zertifizierten Werkstätten etablieren, die Autobesitzern hochwertige Wartungs- und Reparaturarbeiten zu transparenten Preisen anbieten.

Preispolitik: Ungenutzte Potenziale der OEMs

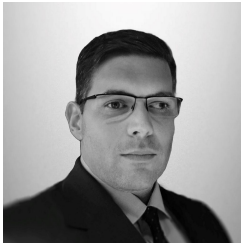
Während Premium-Anbieter auf dem chinesischen Markt im Vergleich zur EU im Durchschnitt höhere Ersatzteilpreise durchsetzen können, ist das der Studie zufolge im Volumensegment häufig nicht der Fall. Insgesamt sind sowohl die Preisdifferenzierung zwischen den verschiedenen Segmenten als auch die Korrelation zwischen Ersatzteilpreis und Fahrzeugsegment dort schwächer ausgeprägt. „Um den Herausforderungen im Aftermarket erfolgreich zu begegnen, sollte eine ganzheitliche Pricing-Strategie implementiert werden, bei der sämtliche Entscheidungen nicht auf dem Bauchgefühl, sondern auf datengestützten Analysen beruhen“, sagt Osvaldo Celani, Managing Director von Eucon. Wie die Untersuchung zeigt, sei ein wertbasierter, an der jeweiligen Zahlungsbereitschaft der Kunden orientierter Ansatz (value-based Pricing) das erfolgversprechendste Konzept.

Roland Berger, 1967 gegründet, ist die einzige der weltweit führenden Unternehmensberatungen mit deutscher Herkunft und europäischen Wurzeln. Mit rund 2.400 Mitarbeitern in 34 Ländern ist das Unternehmen in allen global wichtigen Märkten erfolgreich aktiv. Die 50 Büros von Roland Berger befinden sich an zentralen Wirtschaftsstandorten weltweit. Das Beratungsunternehmen ist eine unabhängige Partnerschaft im ausschließlichen Eigentum von rund 250

Partnern.

Eucon ist ein digitaler Pionier der Daten- und Prozessintelligenz. Als Wegbereiter für den digitalen Wandel unterstützt Eucon seit 1997 Unternehmen in den Branchen Automotive, Versicherungen und Real Estate dabei, ihre Prozesse zu digitalisieren, Datenschätze wertbringend zu nutzen und digitale Geschäftsmodelle umzusetzen. Eucon verfügt über umfassende Marktdaten und tiefes Expertenwissen und kombiniert dieses Know-how mit modernen Technologien wie Künstlicher Intelligenz und Robotic Process Automation zu intelligenten Automatisierungslösungen. Mit rund 400 Mitarbeitern betreut das Unternehmen 250 Kunden in mehr als 80 Ländern von Niederlassungen in Europa, Nord- und Lateinamerika und im asiatisch-pazifischen Raum.

Kontaktpersonen



Raphael Dörr

Pressekontakt

Head of Corporate Communications & PR

raphael.doerr@rolandberger.com

+49 89 9230 8792



Silvia Constanze Zösch

Pressekontakt

Press Contact Global PR

silvia.zoesch@rolandberger.com

+49 89 9230 8750