

Diekmann, Achim

Article — Digitized Version

Abflachung der Exportkurve

Wirtschaftsdienst

Suggested Citation: Diekmann, Achim (1971) : Abflachung der Exportkurve, Wirtschaftsdienst, ISSN 0043-6275, Verlag Weltarchiv, Hamburg, Vol. 51, Iss. 2, pp. 97-100

This Version is available at:

<https://hdl.handle.net/10419/134229>

Standard-Nutzungsbedingungen:

Die Dokumente auf EconStor dürfen zu eigenen wissenschaftlichen Zwecken und zum Privatgebrauch gespeichert und kopiert werden.

Sie dürfen die Dokumente nicht für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, öffentlich zugänglich machen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Sofern die Verfasser die Dokumente unter Open-Content-Lizenzen (insbesondere CC-Lizenzen) zur Verfügung gestellt haben sollten, gelten abweichend von diesen Nutzungsbedingungen die in der dort genannten Lizenz gewährten Nutzungsrechte.

Terms of use:

Documents in EconStor may be saved and copied for your personal and scholarly purposes.

You are not to copy documents for public or commercial purposes, to exhibit the documents publicly, to make them publicly available on the internet, or to distribute or otherwise use the documents in public.

If the documents have been made available under an Open Content Licence (especially Creative Commons Licences), you may exercise further usage rights as specified in the indicated licence.

Automobilindustrie

Abflachung der Exportkurve

Achim Diekmann, Frankfurt/M.

Seit 15 Jahren behauptet die Bundesrepublik unangefochten die Spitzenposition unter den Automobilexportländern. 2 Mill. Fahrzeuge, mehr als die Hälfte ihrer Inlandsproduktion, setzten die deutschen Automobilhersteller im vergangenen Jahr im Ausland ab. Zusammen mit der Ausfuhr von Kraftfahrzeuganhängern, -aufbauten und -teilen erreichten ihre Auslandslieferungen einen Wert von 17,3 Mrd. DM. Damit bestreitet die Automobilindustrie fast 18 % der deutschen Fertigwarenausfuhr. Das gegenwärtige Exportvolumen sichert fast 750 000 Beschäftigten ihre Arbeitsplätze.

Aufbau von Absatzorganisationen

Seine überragende Stellung verdankt der deutsche Automobilexport in erster Linie dem zu Beginn der 50er Jahre eingeleiteten und seither zielstrebig fortgesetzten Aufbau einer leistungsfähigen Verkaufs- und Kundendienstorganisation in den europäischen und überseeischen Abnehmerländern. Der hohe Qualitätsstandard des Kundendienstes hat das Image der deutschen Automobilindustrie auf den Auslandsmärkten mindestens ebenso stark geprägt wie die von ihr gelieferten Produkte. Dabei wurde das Vordringen der deutschen Fabrikate auf dem Weltmarkt durch eine maßvolle Preispolitik und eine vor allem in den 50er Jahren überwiegend defensive Absatzstrategie der britischen und französischen Automobilhersteller erleichtert.

Die Entwicklung des Nachkriegsexports der deutschen Automobilindustrie läßt sich in zwei Phasen untergliedern. Die erste Phase, die etwa den Zeitraum 1949 bis 1959 umfaßt, stand im Zeichen des schrittweisen Aufbaus einer weltumspannenden Absatzorganisation und war durch ein in jeder Hinsicht bemerkenswertes Wachstum der Ausfuhr gekennzeichnet. Der sich während dieser Phase vollziehende Wandel in der regionalen Struktur

der deutschen Automobilausfuhr spiegelt die zunehmende Aufmerksamkeit wider, mit der sich die deutsche Automobilindustrie nach der Erschließung der europäischen Märkte den überseeischen Absatzräumen zuwandte. Nachdem zu Beginn der 50er Jahre noch 75 % der Auslandslieferungen auf den europäischen Markt entfielen, setzte die deutsche Automobilindustrie 1959 fast 60 % ihrer Exporte außerhalb Europas ab, die Hälfte hiervon in den USA.

Verlagerung der Produktion

In der folgenden Phase verlangsamte sich der Anstieg der deutschen Automobilexporte. Ursache dafür waren die zunehmende Verlagerung der Produktion in die ausländischen Absatzgebiete und das allmähliche Schwinden der komparativen Kostenvorteile, über die die deutsche Automobilindustrie in den 50er Jahren verfügte. Die Fertigung deutscher Automobile außerhalb der Bundesrepublik erreichte schon 1961 über 100 000 Fahrzeuge und beträgt heute über 0,5 Mill. Fahrzeuge. Diese Entwicklung – jedes fünfte im Ausland abgesetzte deutsche Fahrzeug entsteht bereits im Ausland – mußte sich natürlich auf die Ausfuhr kompletter Fahrzeuge hemmend auswirken.

Mit dem Beginn der 60er Jahre wurde der Exportanstieg auch zunehmend durch den wachsenden inländischen Kostendruck gebremst. Der steigende Trend der Produktionskosten und die DM-Aufwertung im Jahre 1961 machten die Preisvorteile der deutschen Fabrikate gegenüber der in-

Achim Diekmann, 40, Dipl.-Volkswirt, ist Geschäftsführer des Verbandes der Automobilindustrie eV (VDA), Frankfurt/M.

zwischen stärker auf den Weltmarkt drängenden ausländischen Konkurrenz weitgehend zunichte. Die daraus resultierende Stagnation im Export wurde zwar dank der kräftigen Ausweitung der Automobilmachfrage in Europa und den USA verhältnismäßig rasch überwunden, die tendenzielle Abschwächung des Wachstumstempos im Export setzte sich jedoch fort. 1966 blieb erstmals ein Teil der ins Ausland gelieferten Fahrzeuge unverkauft. Wachsende Lagerbestände zwangen in dem darauffolgenden Jahr die deutschen Automobilhersteller zu einer Einschränkung ihrer Lieferungen. Zum ersten Mal in der Nachkriegszeit hatte die deutsche Automobilindustrie damit im Export einen Rückschlag erlitten. Zwar konnte 1968 und 1969 das verlorene Terrain wieder weitgehend zurückgewonnen werden, die Tendenz zur Abflachung der Ausfuhrkurve war jedoch unverkennbar geworden. Das abermalige Zusammentreffen von DM-Aufwertung und massiven Kostensteigerungen dürfte für die künftige Entwicklung ein kaum zu unterschätzendes Handikap darstellen.

In der regionalen Struktur des deutschen Automobilexports haben sich in den vergangenen 4 Jahren keine nennenswerten Gewichtsverlagerungen ergeben. Nachdem in der ersten Hälfte der 60er Jahre der europäische Markt vorübergehend stärker in den Vordergrund getreten war, entfallen gegenwärtig 50 % der Lieferungen auf die europäischen, knapp 40 % auf die nordamerikanischen und die restlichen 10 % auf die übrigen überseeischen Länder.

Künftiges Exportvolumen

Das in der Zukunft realisierbare Exportvolumen und seine regionale Struktur werden von drei Faktoren bestimmt:

- dem Wachstum des Marktvolumens in den genannten Absatzräumen,
- dem Anteil, den sich die deutsche Automobilindustrie an diesen Märkten zu sichern vermag, und
- dem Ausmaß der künftig zu erwartenden Verlagerung der Produktion deutscher Fahrzeuge in ausländische Produktionsstätten.

Vergleicht man die Entwicklung des nordamerikanischen Automobilmarktes, des europäischen Marktes und die der sonstigen überseeischen Märkte (ohne Japan) während der letzten 10 Jahre, so wird eine deutliche Verschiebung der Gewichte in diesen Absatzräumen sichtbar. Sie ist gekennzeichnet durch ein relatives Zurückfallen des nordamerikanischen Marktes. Während sich die Zahl der in Europa und in den überseeischen Absatzgebieten (ohne Japan) abgesetzten Fahrzeuge von 1960 bis 1969 etwa verdoppelte, machte

die Zunahme der Fahrzeugzulassungen in den USA und in Kanada kaum mehr als 50 % aus. Setzt sich diese Entwicklung fort, so wird spätestens Mitte der 70er Jahre der Automobilabsatz in Europa das Absatzniveau des nordamerikanischen Marktes übertroffen haben.

Dezentralisierung in Europa

Betrachten wir zunächst den europäischen Markt. Hier verfügt die deutsche Automobilindustrie über eine relativ starke Position. Nahezu jedes dritte während der vergangenen 10 Jahre in Europa abgesetzte Fahrzeug trug ein deutsches Markenzeichen. Geht man davon aus, daß der Automobilabsatz in Europa im Laufe der nächsten 5 Jahre auf etwa 11 Mill. Einheiten ansteigt, so wären – wenn es der deutschen Automobilindustrie gelänge, ihre Position auch weiterhin zu halten – hiervon fast 3,8 Mill. Einheiten deutsche Fabrikate, von denen höchstens die Hälfte in der Bundesrepublik selbst abgesetzt werden dürfte. Rein rechnerisch würde das einen Anstieg des Absatzes deutscher Fahrzeuge in den übrigen europäischen Ländern von gegenwärtig 1,1 Mill. auf 1,9 Mill. Einheiten, also um fast 73 %, jährlich bedeuten.

Dabei ist jedoch zu berücksichtigen, daß keinesfalls alle in den übrigen europäischen Ländern abgesetzten „deutschen“ Fahrzeuge auch in Deutschland hergestellt werden. Bereits 1969 fertigte die deutsche Automobilindustrie in ihren belgischen, spanischen und portugiesischen Produktionsstätten weit über 300 000 Fahrzeuge, von denen 120 000 in die Bundesrepublik geliefert, ein kleiner Teil nach Übersee exportiert und schätzungsweise 150 000 auf den übrigen europäischen Märkten abgesetzt wurden. Eine weitere Dezentralisierung der Fertigung im europäischen Raum empfiehlt sich allein schon aus Gründen der Risikoverteilung. Hinzu kommen Standortvorteile. Der seit Mitte der 60er Jahre zu beobachtende Anstieg der Lohnquote in den inländischen Produktionsstätten wird den Verlagerungsprozeß zweifellos beschleunigen.

Eine Exportprognose für den europäischen Raum zu stellen, ist unter diesen Voraussetzungen besonders schwierig. Eines jedoch erscheint sicher: Der tendenzielle Anstieg der deutschen Automobillieferungen sowie der Lieferungen von Kraftfahrzeuganhängern und -teilen in den europäischen Raum wird sich fortsetzen. Dafür spricht auch die zunehmende gegenseitige Durchdringung der Märkte der europäischen Herstellerländer.

Die Bedeutung des nordamerikanischen Marktes für die deutsche Automobilindustrie steht hinter

der des europäischen Absatzraumes nur wenig zurück. Jeder fünfte in der Bundesrepublik produzierte Pkw wird in einem der beiden nordamerikanischen Staaten abgesetzt. Allein 1969 beliefen sich die Automobillieferungen nach den USA und Kanada auf 774 000 Einheiten im Werte von über 4 Mrd. DM. Der deutschen Automobilindustrie fällt das Verdienst zu, den nordamerikanischen Markt für Importfahrzeuge erschlossen zu haben. Durch einen für amerikanische Verhältnisse beispielhaften Kundendienst konnten neue Maßstäbe für die Zuverlässigkeit ausländischer Fahrzeuge gesetzt werden. Die Bereitschaft der amerikanischen Automobilkäufer, kleineren Importfahrzeugen als Zweit- und Drittwagen gegenüber den von der amerikanischen Industrie angebotenen Fahrzeugen den Vorzug zu geben, wächst. Importfahrzeuge sind nicht nur in den Anschaffungs- und Instandhaltungskosten billiger; sie sind auch handlicher und zeichnen sich durch größere Beweglichkeit im Stadtverkehr aus – Eigenschaften, die auch in den USA und Kanada angesichts des sich ständig weiter verdichtenden Verkehrs in den Ballungsräumen an Bedeutung gewinnen.

Konfrontation in den USA

Deutsche Automarken stehen auf dem nordamerikanischen Markt nach wie vor an erster Stelle. Sieht man von einer vorübergehenden Abschwächung im Jahre 1962 ab, so hat sich in den vergangenen 10 Jahren der Marktanteil deutscher Fahrzeuge auf dem nordamerikanischen Markt ständig erhöht. Doch ist es unverkennbar, daß auch die japanische Automobilindustrie in den vergangenen 5 Jahren ihre Position auf dem nordamerikanischen Markt spürbar festigen konnte. Inwieweit die japanischen Erfolge die Absatzentwicklung deutscher Fahrzeuge bisher in Mitleidenschaft gezogen haben, ist schwer zu sagen. Auf längere Sicht dürfte es jedoch auf dem nordamerikanischen ebenso wie auf zahlreichen anderen Exportmärkten in zunehmendem Maße zu einer Konfrontation der beiden nach den USA größten Automobilhersteller kommen. Der japanische Exportdrive wird sich angesichts der begrenzten Aufnahmefähigkeit des japanischen Binnenmarktes weiter verstärken. Die deutschen Hersteller werden jedoch alles tun, um die in den USA und Kanada aufgebaute Position gegenüber den Japanern zu halten. Von entscheidender Bedeutung ist dabei die Entwicklung der Produktionskosten in beiden Ländern. Sollten sich die Kostenvorteile der japanischen Automobilindustrie gegenüber ihren europäischen Konkurrenten vergrößern, so werden auf die Dauer Markteinbußen der deutschen Hersteller auf dem nordamerikanischen Markt kaum zu vermeiden sein.

Als weniger gefährlich werden dagegen die von der amerikanischen Automobilindustrie auf den Markt gebrachten Kleinwagen angesehen, nach europäischen Maßstäben allerdings eher Wagen der oberen Mittelklasse, mit denen die amerikanischen Automobilhersteller versuchen, den Vormarsch der ausländischen Kleinwagen zu stoppen. Die neuentwickelten Kleinwagen dürften, wie bei der Entwicklung der „compact cars“, auch diesmal weniger ihren europäischen Konkurrenten Abbruch tun als den relativ großen und unhandlichen Standardfahrzeugen der amerikanischen Automobilindustrie selbst.

Geht man nun davon aus, daß der nordamerikanische Markt in den kommenden 5 Jahren eine weitere leichte Expansion erfährt, und legt man die heute von der deutschen Automobilindustrie in den USA und in Kanada erreichten Marktanteile auch für die weitere Entwicklung zugrunde, so dürfte sich der deutsche Export in diesen Raum in den kommenden fünf Jahren bei etwa 800 000 bis 900 000 Fahrzeugen jährlich bewegen. Natürlich müssen hierbei konjunkturelle Nachfrageschwankungen, für die der amerikanische Markt besonders anfällig ist, mit einkalkuliert werden. Die hier genannte Zahl ist also lediglich als Durchschnittswert für den vor uns liegenden Fünfjahreszeitraum zu verstehen. Für die zweite Hälfte der 70er Jahre dagegen erscheint es nicht ausgeschlossen, daß die Belieferung des amerikanischen Marktes in zunehmendem Maße von den überseeischen, vor allem im lateinamerikanischen Raum aufgebauten Produktionsstätten der deutschen Automobilindustrie aus erfolgt. Bereits heute liefert die vom Volkswagenwerk in Mexiko errichtete Automobilfabrik Ersatzteile für den nordamerikanischen Markt.

Überseeische Absatzräume

Wie die bisherige Analyse zeigt, ist der Expansionspielraum für die Lieferungen der deutschen Automobilindustrie in den europäischen Raum und nach Nordamerika für die kommenden Jahre begrenzt. Wie steht es nun um die Absatzchancen der deutschen Automobilindustrie auf den sonstigen überseeischen Märkten, die in dem vor uns liegenden Jahrzehnt wesentlich rascher expandieren dürften als die traditionellen europäischen und amerikanischen Märkte? Blendet man auf die vergangenen 10 Jahre zurück, so zeigt sich, daß der deutsche Export in diesem Absatzraum seit 1960 stagniert. Die Abflachung der in den 50er Jahren sehr kräftigen Expansion des deutschen Automobilexports nach Lateinamerika, Afrika, Asien und Australien beruht auf dem wachsenden Trend zur Eigenfertigung in den wichtigsten der diesem Absatzraum zuzurechnen-

den Länder. Bereits in den 50er Jahren wurde der größte Teil der in diesem Raum abgesetzten Fahrzeuge in zerlegtem Zustand exportiert und in den Abnehmerländern montiert.

Im Zuge der Industrialisierungspläne, mit denen diese Staaten in der Vergangenheit bemüht waren, ihre einseitig auf landwirtschaftliche Erzeugnisse ausgerichtete Produktionsstruktur zu verändern und ihre Abhängigkeit von den Industrieländern zu vermindern, sah sich die deutsche Automobilindustrie gegen Ende der 50er Jahre veranlaßt, in den wichtigsten Abnehmerländern den sogenannten „local content“, d. h. den Anteil der einheimischen Zulieferungen, schrittweise zu erhöhen und damit einen wachsenden Teil der mit dem Automobilbau verbundenen Wertschöpfung in die betreffenden Empfängerländer zu verlagern. Die deutschen Fahrzeugexporte in diese Länder gingen damit zwangsläufig zurück.

Direkter Export nimmt ab

Klammert man Nordamerika und Japan einmal aus, so zeichnen sich damit für die Exportmöglichkeiten in den überseeischen Absatzräumen folgende Perspektiven ab:

Die in der Umstrukturierung vom Agrar- zum Industriestaat am weitesten fortgeschrittenen Länder, die gleichzeitig die wichtigsten Märkte für die Automobilindustrie sind, verfügen bereits über eine eigene Automobilindustrie. Dies sind Brasilien, Argentinien, Mexiko, Südafrika, Indien, Australien.

In einer Anzahl weiterer Staaten ist der Prozeß der Weiterführung der Montage bis zur weitgehend nationalen Produktion in vollem Gange und dürfte im Laufe des vor uns liegenden Jahrzehnts seinen Abschluß finden. Zu dieser Ländergruppe gehören folgende Staaten: Peru, Chile, Venezuela, Kolumbien, Iran, Malaysia, Marokko.

Darüber hinaus gibt es noch eine Anzahl von Ländern, die bereits über kleinere Montageanlagen verfügen und – obwohl die Voraussetzungen für den Bau eigener Produktionsanlagen fehlen, weil das Marktvolumen nicht ausreicht – bemüht sind, die Herstellerländer durch handelspolitische und steuerliche Maßnahmen zum Übergang von der Montage zur Produktion zu veranlassen.

Die Zahl der für Automobilimporte noch offenen Länder nimmt also ab. Ob der Nachfrageanstieg in den verbleibenden Ländern ausreicht, um einen Ausgleich für die durch den Übergang zur Eigenfertigung verlorengegangenen Exportmärkte zu schaffen, muß bezweifelt werden. Im Vordergrund der Geschäftsbeziehungen zwischen der deut-

schen Automobilindustrie und den überseeischen Abnehmerländern werden daher in den kommenden 10 Jahren der verstärkte Export von know-how, ein stärkeres finanzielles Engagement und die Ausbildung ausländischer Fachkräfte stehen. Der direkte Export von Fahrzeugen wird demgegenüber an Bedeutung verlieren.

Japan und Osteuropa

In den bisherigen Betrachtungen wurden zwei Märkte ausgeklammert, deren Bedeutung jedoch erheblich ist. Es handelt sich um den japanischen und um den osteuropäischen Markt. Was den japanischen Markt anbelangt, so ist er ungeachtet der Leistungsfähigkeit, die die japanische Automobilindustrie in den zurückliegenden Jahren erlangt und auf vielen Märkten der Welt unter Beweis gestellt hat, für die europäische Automobilindustrie bisher kaum zugänglich. Selbst nach der in Aussicht gestellten Beseitigung der noch bestehenden Einfuhrhemmnisse werden es nicht-japanische Hersteller schwer haben, im Direktexport in diesen Markt einzudringen. Hier bietet sich die unmittelbare Zusammenarbeit mit in Japan bereits tätigen Unternehmen an. Der Export fertiger Fahrzeuge in diesen Absatzraum wird auch in Zukunft gering bleiben.

Was den osteuropäischen Markt anbetrifft, so haben die politischen Ereignisse der jüngsten Zeit in der Öffentlichkeit Hoffnungen erweckt, die sich kaum erfüllen lassen werden. Obgleich dem Potential des osteuropäischen Marktes in Zukunft erhebliche Bedeutung zukommen wird, dürfen die Chancen, das gegenwärtige Exportvolumen, das für die gesamte westliche Automobilindustrie 1969 etwa 64 000 Fahrzeuge betrug und an dem die deutsche Automobilindustrie mit 8500 Fahrzeugen beteiligt ist, rasch und nachhaltig anzuheben, nicht allzu hoch veranschlagt werden. Schlüssel für die weitere Entwicklung wird die bis jetzt noch sehr begrenzte Fähigkeit der RGW-Staaten zu Gegenlieferungen sein. Nicht die Ausweitung des Automobilexports, sondern die Hilfestellung beim Aufbau eigener Produktionsanlagen wird hier auch künftig im Vordergrund stehen.

Faßt man die unterschiedlichen Tendenzen der Lieferungen in die einzelnen Absatzräume zusammen, so zeichnet sich für die 70er Jahre deutlich eine weitere Abflachung der Exportkurve der deutschen Automobilindustrie ab. Das Volumen der Automobilexporte wird während dieses Zeitabschnitts wie bisher in erster Linie vom europäischen und vom nordamerikanischen Markt bestimmt werden. Von kaum zu unterschätzender Bedeutung wird jedoch neben den direkten Exporten der „unsichtbare“ Export von Patenten und know-how sein.