

VW in der Krise: Scharfer Wettbewerb in Chinas Playoff-Saison !

Volkswagen erwartet im chinesischen Automarkt einen harten Wettbewerb und stellt neue Modelle auf der Automesse in Shanghai vor.



Shanghai, China - Volkswagen steht vor einem verschärften Wettbewerb auf dem chinesischen Automarkt, der durch große Tech-Unternehmen angeheizt wird. Ralf Brandstätter, das Vorstandsmitglied von Volkswagen für China, äußert sich dazu und schildert die gegenwärtige Marktsituation als eine Art „Playoff-Saison“, in der nicht alle Marktteilnehmer überleben werden. Trotz der intensiven Konkurrenz ist sich Brandstätter sicher, dass VW gut positioniert ist, um den Herausforderungen zu begegnen. Die Ankündigung einer großen Produktoffensive zur bevorstehenden Automesse in Shanghai, die am Mittwoch beginnt, soll dies untermauern. Bereits am Vorabend der Messe stellte Volkswagen fünf Weltpremierer vor, darunter ein SUV als Range Extender mit Elektroantrieb und Verbrennermotor, ein

vollelektrisches Fahrzeug und ein kostengünstiges Kompaktmodell, das etwa 17.000 Euro kosten soll.

Der Markt für Elektro- und Hybridfahrzeuge in China, der sich schnell weiterentwickelt, stellt eine erhebliche Herausforderung dar. Wie [autopreneur.de](https://www.autopreneur.de) berichtet, machen neue Energiefahrzeuge (NEVs) im Jahr 2024 bereits 38 % der in China produzierten Autos aus und überholen somit die klassischen Verbrenner bei den Zulassungen. VW muss sich in einem Markt behaupten, der nicht nur stark fragmentiert ist, sondern auch von einer Vielzahl an lokalen Herstellern dominiert wird, die agile Strategien und schnelle Reaktionen auf Kundenwünsche verfolgen.

Produktion und Marktstrategie

Volkswagen wird zudem ein selbst entwickeltes automatisiertes Fahrsystem (ADAS) vorstellen, das Funktionen wie Spurhalteassistenten und Geschwindigkeitskontrolle umfasst. Dieses System soll bis zu Level 2++ erreichen und somit eine signifikante Entlastung für den Fahrer bieten. Diese Innovation könnte VW helfen, sich von Wettbewerbern abzugrenzen, die in dieser Hinsicht möglicherweise hinterherhinken.

Die anhaltenden Herausforderungen zeigen sich auch in den finanziellen Zahlen des Unternehmens. Im vergangenen Jahr hat Volkswagen einen Gewinnrückgang von 31 Prozent auf 12,4 Milliarden Euro im Vergleich zum Vorjahr verzeichnet, was auf die hohen Umbaukosten und den estrengen Wettbewerb zurückzuführen ist. Der Gewinn aus dem chinesischen Markt ist drastisch gesunken, was die Dringlichkeit verdeutlicht, sich effektiv in dieser dynamischen Landschaft zu positionieren.

Kritik an Wettbewerbern und Preisgestaltung

Stefan Mecha, der VW-Markenchef, kritisiert die unrealistischen

Preise der Wettbewerber in China, die seiner Ansicht nach das Doppelte kosten müssten. Diese Preisstrategien könnten für Volkswagen eine Schlüsselrolle bei der Preisgestaltung ihrer Produkte spielen, insbesondere in einem Markt, in dem NEVs und Elektrofahrzeuge stark an Bedeutung gewinnen. China hat den Trend sowohl zu Elektroautos als auch zu Hybriden klar erkannt und stellt damit einen wichtigen Innovationsmotor für die Branche dar.

Zusammengefasst sieht sich Volkswagen in einem sich schnell verändernden Markt, in dem lokale Hersteller und neue Wettbewerber zunehmend Einfluss gewinnen. Das Unternehmen muss innovative Produkte und Strategien entwickeln, um seinen Platz im wichtigen chinesischen Automarkt zu sichern und die Herausforderungen der Konkurrenz zu meistern. Der Fokus bleibt auf der Entwicklung von Fahrzeugen, die den Bedürfnissen der Verbraucher gerecht werden, und der Anpassung an die neue Realität der Automobilindustrie in China.

Details	
Ort	Shanghai, China
Quellen	<ul style="list-style-type: none">• www.zvw.de• www.autopreneur.de

Besuchen Sie uns auf: n-ag.de