Ambitionierter Aufsteiger

Obwohl Geely in China zu den Billigmarken gehört, ist die Firma als Käufer westlicher Marken im Gespräch. Für Geely wäre das ein Sprung in eine völlig andere Liga.

Seit die Branchenkrise bei den großen amerikanischen Autoherstellern wütet, ist nichts mehr sicher - auch nicht das Schicksal von Traditionsmarken wie der Ford-Tochter Volvo. Gleichzeitig rücken potenzielle Käufer ins Rampenlicht, die bislang im Westen völlig unbekannt waren. Bereits im vergangenen Jahr verhandelte die chinesische Marke Geely über den Kauf von Volvo, wobei man sich damals nicht auf einen Preis einigen konnte. Heute ist Geely immer wieder im Gespräch, wenn es um westliche Marken geht, auch wenn ein Kauf Volvos erneut dementiert wurde.

In der Vergangenheit hat Geely eher mit Quasi-Plagiaten niedriger Qualität auf sich aufmerksam gemacht. Das erste Fahrzeug der Marke war der Haoqing, ein Lizenzbau des Daihatsu Charade, dessen Frontpartie ein seines Sternes beraubter Mercedes-Grill krönte. Ein solcher ziert auch den seit 2005 gebauten, gemeinsam mit den Modellen Vision und King Kong entwickelten CK. Die unter der Marke Maple verkauften Fahrzeuge haben wiederum deutliche Ähnlichkeit mit dem seligen Citroën ZX, der in China noch vom Hersteller selbst verkauft wird.

Derzeit besteht die Modellreihe aus folgenden Fahrzeugen :

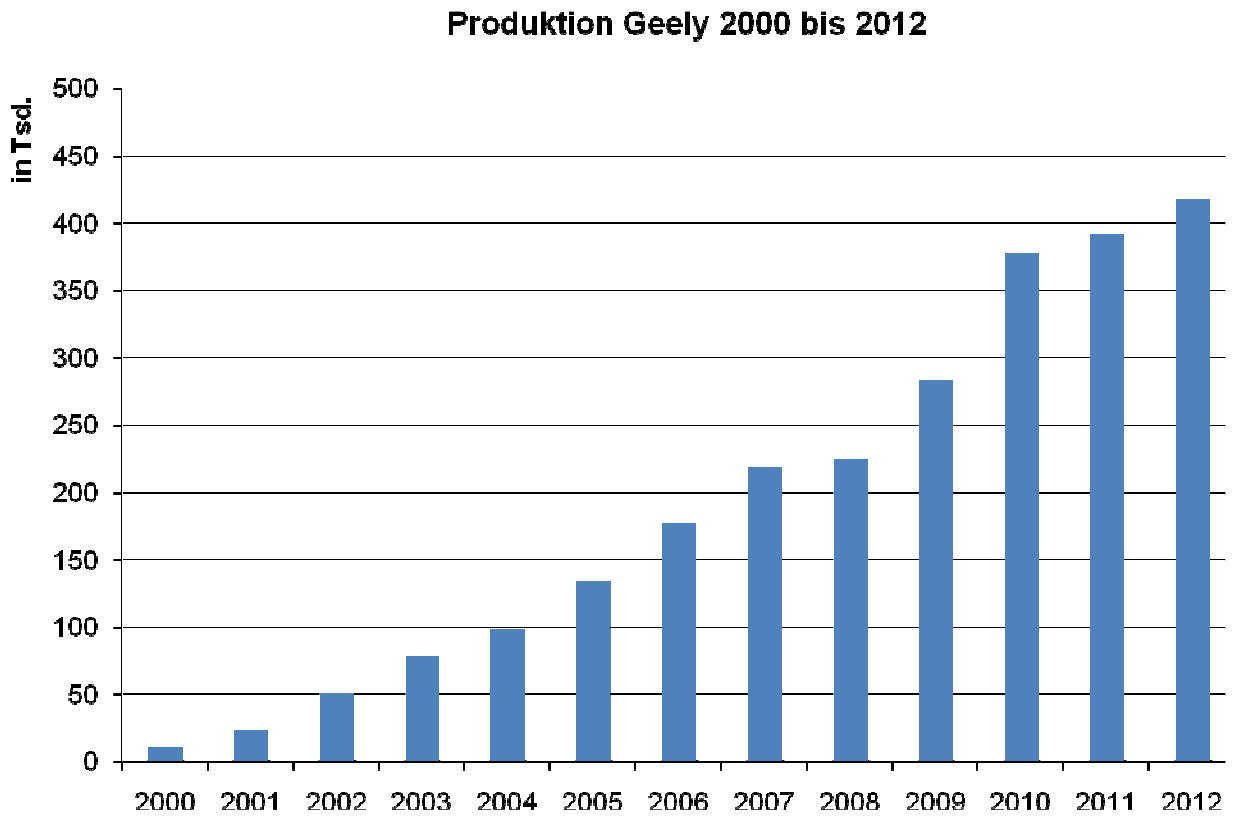
Name	**Gebaut seit**	**Segment**	**Preisspanne (EUR)**	**Absatz 2008**
Merrie	2001	Sub-Kompakt	3000 – 4000	1600
Ulio	2002	Sub-Kompakt	3000 – 4000	7000
Panda	2008	Sub-Kompakt	4000 – 5000	2000
Marindo	2006	Kompakt	4000 – 5000	20000
Free Cruiser (CK)	2005	Kompakt	5000 – 6500	81000
Hisoon	2004	Kompakt	5000 – 7000	6000
Haifeng	2007	Kompakt	5500 – 6000	4000
Hysoul	2005	Kompakt	5500 – 7000	6000
King Kong	2006	Kompakt	6000 – 7000	63000
Vision	2007	Kompakt	6500 – 10000	30000

Geely wurde 1986 von Li Shufu gegründet, einem ehemaligen Reisbauern, dessen Privatvermögen inzwischen auf etwa 200 Mio. Euro geschätzt wird. Er besitzt nach wie vor die Kontrolle an der Geely Automobile Holdings Ltd.: 60 Prozent der Anteile gehören seiner auf den Britischen Jungferninseln registrierten Proper Glory Inc. 15 Prozent hält ein britischer Hedge Fund, etwa 25 Prozent werden in Hongkong frei gehandelt. Damit ist Geely das einzige ausländische Unternehmen, das in China Fahrzeuge ohne lokalen Partner herstellt. Diese Ausnahme wurde nur genehmigt, weil Li Shufu selbst Chinese ist.

Copyright © Jochen Siebert Consulting 2009 All rights reserved

Es ist dem ehemaligen Produzenten von Kühlschränken und Motorrollern gelungen, sich seit 1998 trotz erheblicher Design- und auch Qualitätsmängel zum größten privaten Autohersteller in China hochzuarbeiten. Die Produktion stieg von 8000 Einheiten im Jahr 2000 auf etwa 220000 Einheiten in 2007, um dann zu stagnieren. Geely erreicht heute im Kompaktsegment einen Marktanteil von 15 Prozent. Die Autos sind mit einem Durchschnittspreis von knapp 6000 Euro erheblich niedriger als Chery positioniert - eine Marke, die ebenfalls für günstige Fahrzeuge bekannt ist.

Das Beratungsunternehmen Jochen Siebert Consulting (JSC) erwartet eine Steigerung der Pkw-Produktion auf etwa 415000 im Jahr 2012. Dieses Wachstum soll im wesentlichen von neuen Fahrzeugen getragen werden, die 2009 und 2010 eingeführt werden.



Quelle: Statistik Geely, Prognose Jochen Siebert Consulting

Die Modelle FC-2 und FC-3 zielen sogar ausdrücklich auf Europa. In China werden sie ab Juni 2009 zu Preisen ab 100000 Yuan (rund 11000 Euro) angeboten. An Großraumlimousinen und SUV-Varianten wird gearbeitet.

Copyright © Jochen Siebert Consulting 2009 All rights reserved

Kuriosum am Rande: Noch dieses Jahr soll die Neuauflage des London Taxi erscheinen. Geely hat sich an der britischen Firma Manganese Bronze, die das London Taxi fertigt, beteiligt. Nun soll das Mobil auch in China vom Band laufen lassen. Mehr noch: Auf dieser technischen Basis sollen unter einer neu einzuführenden Marke Oberklassefahrzeuge angeboten werden.

Die sonstige Markenstrategie erscheint seriöser: Die bisherigen Modelle laufen weiterhin unter den Marken Geely und Maple; der gerade eingeführte Panda, der mit dem gleichnamigen Fiat nichts zu tun hat, unter dem Label Eagle. Die am europäischen Geschmack ausgerichteten Modelle werden die Marke Imperial (bzw. Dihao in China) tragen. Bei aller Markenakrobatik bleibt offen, ob sich Geely vom Image eines Billigherstellers befreien kann.

Die Produktionskapazität jedenfalls wächst. Derzeit kann Geely in fünf Werken 500000 Einheiten bauen; 2009 wird in drei neuen Werken zusätzliche Kapazität von über 150000 Einheiten aufgebaut. Bei den Planungen für diese Werke wurde von wesentlich höheren Produktionszahlen ausgegangen, weshalb Geely noch einige Jahre die Bürde zu geringer Auslastung tragen wird.

In der Ukraine und in Indonesien hat Geely jeweils ein CKD-Werk. In Mexiko war ein Werk mit einer Kapazität von 300000 Einheiten geplant, von dem aus ab 2011 der US-Markt bedient werden sollte. Diese Pläne wurden im November 2008 nach dem Ausbruch der globalen Krise zunächst auf Eis gelegt. 2008 ist auch der Export eingebrochen, vor allem durch neue Handelshemmnisse in Russland, dem für Geely wichtigsten Auslandsmarkt.

Internationale Zulieferer wundern sich gelegentlich über die Gepflogenheiten bei Geely. So wurden einigen von ihnen Vorschläge zur Amortisierung der Entwicklungskosten über sechs Jahre angeboten - bei einem Programm, das nur fünf Jahre läuft. Außerdem gilt die Zahlungsmoral von Geely als stark verbesserungsfähig.

Trotzdem haben sich bisher Hella, Autoliv, TRW, Visteon, Freudenberg, Kolbenschmidt, Johnson Controls und Continental auf eine Geschäftsbeziehung eingelassen. Sollte Geely tatsächlich eine westliche Marke übernehmen, müssen sich weitere Traditionszulieferer auf einen Kulturschock einrichten.

Jochen Siebert

Copyright © Jochen Siebert Consulting 2009 All rights reserved