

Zwang zum Risiko

Die Ukraine-Krise lässt Bedenken bei westlichen Investoren aufkommen. Doch in Russland locken für die Automobilindustrie die letzten großen Wachstumschancen des Kontinents.

GERD SCHOLZ
AUTOMOBILWOCHE, 5.5.2014

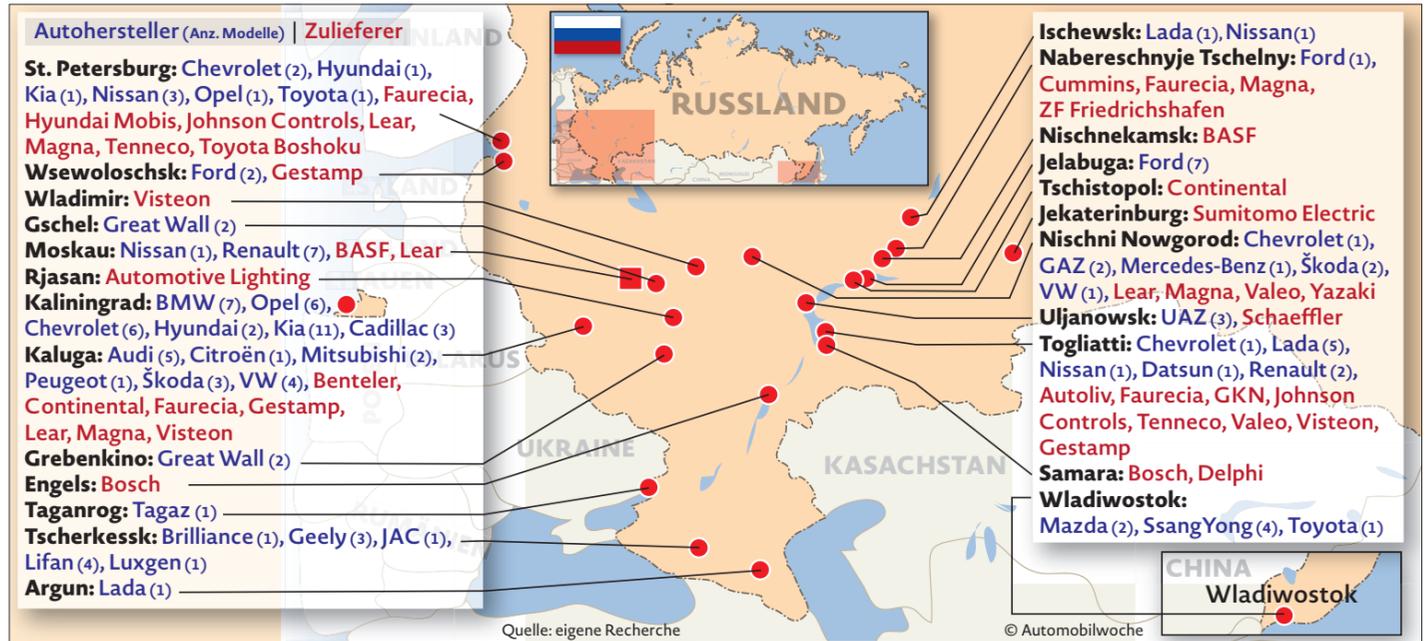
MÜNCHEN. Mit den Potenzialen von China können Mittel- und Osteuropa sowie Russland zwar nicht mithalten. Für die Automobilindustrie ist die Region dennoch höchst interessant. Ist sie doch die einzige europäische Region, die noch nennenswertes Wachstum verspricht – und teilweise mit günstigen Produktionskosten lockt. Mittlerweile ist etwa Tschechien das Land mit der weltweit höchsten Pkw-Produktion pro Einwohner.

Mit einer Bevölkerung von über 140 Millionen Menschen und etwa 2,8 Millionen verkauften Neuwagen lockt besonders Russland, das sich anschiebt, vor Deutschland zum größten Markt Europas zu werden. Die übrigen Länder der Region haben zusammen zwar mehr Einwohner, kommen aber nur auf etwa eine Million Fahrzeugverkäufe.

Gerade im Russland-Geschäft sorgt die Ukraine-Krise für neue Unsicherheit. Doch wer in Russland mitspielen will, muss dort investieren, weil Regierung und Rubel-Kurs hohen Local Content erzwingen (siehe Interview unten und Beitrag auf Seite 20).

Zwar macht sich Volkswagen-Chef Martin Winterkorn keine Sorgen um die VW-Investitionen in Russland, wie er der *Automobilwoche* sagte. Bis 2018 sollen sogar noch 1,2 Milliarden Euro hinzukommen. Mancher Zulieferer sieht die Lage aber weniger entspannt. Das merkt man beim Fo-

PRODUKTIONSSTÄTTEN IN RUSSLAND



rum Russland an den Teilnehmerzahlen einer Russland-Reise im Mai. Dirk Meyer, Geschäftsführender Partner, zählte bei früheren Unternehmerrreisen für Automobilzulieferer nach Russland 30 bis 35 Teilnehmer. „Diesmal ist die Zahl auf 19 gesunken. Einige Absagen wurden konkret mit der Ukraine-Krise begründet.“ Die Teilnehmerzahl belege aber auch, „dass es Zulieferer gibt, die trotz aller Unsicherheiten ihre Pläne in Russland weiterverfolgen“.

Die Hoffnung besteht, dass es sich nur um eine vorübergehende Belastung handelt. Martin Jung, Vorstand des Beratungsunterneh-

mens ROI, sagt: „Sofern sich nicht aus der aktuellen Situation eine dauerhafte und schwere Krise entwickelt, werden Automobilhersteller und Zulieferer dort auch weiterhin Produktionen auf- und ausbauen.“

Messe in Kiew abgesagt

Auswirkungen zeigen sich auch in der Ukraine: Die für Mai geplante erste Automechanika in Kiew wurde auf 2015 verschoben. Während Russland in erster Linie als Markt lockt, ziehen die anderen Länder der Region als teilweise bereits etablierte Produk-

tionsstandorte der Automobilindustrie weitere Investitionen an. Neben Tschechien, der Slowakei und Ungarn holt vor allem Polen auf, wo VW ein neues Werk für die Crafter-Fertigung baut. Während sich die Autohersteller auf die bereits etablierten Standorte konzentrieren, zieht es Zulieferer auch in Länder mit niedrigeren Lohnkosten wie Rumänien oder Bulgarien.

Zu den Zulieferern, die bereits intensiv in Osteuropa produzieren und weiter investieren, zählt Webasto. Für den Thermo- und Dachsystemlieferanten ist die Region als Produktionsstandort und

Markt gleichermaßen wichtig, wie Webasto-Chef Holger Engelmann gegenüber *Automobilwoche* betonte. Für das Heiz- und Klimageschäft bestehe dort bereits ein wichtiger Wachstumsmarkt.

Schiebe- und Panoramadächer fertigt der Zulieferer im rumänischen Arad in unmittelbarer Nähe der belieferten Automobilhersteller. Im slowakischen Velky Meder dagegen betreibt Webasto sein Textilkompetenzzentrum für Cabriodächer für ganz Europa. „Das Erstausrüstungsdachgeschäft in Russland befindet sich im Aufbau“, beschreibt Engelmann einen der nächsten Schritte.

„Die Rubel-Abwertung ist eine große Herausforderung“

Gerhard Pfeifer, Präsident von Bosch Russland, über die Lokalisierung der Fertigung und die Schwierigkeit, Zulieferer zu finden

MÜNCHEN. Einfuhrabgaben, der abgestürzte Rubel und Vorgaben der Regierung zwingen Automobilhersteller und Zulieferer, verstärkt in Russland zu produzieren, wenn sie dort Pkw verkaufen wollen. *Automobilwoche* sprach mit Gerhard Pfeifer, Präsident der Bosch-Gruppe in Russland.

Herr Pfeifer, schon lange vor der Ukraine-Krise ging der Rubel auf Talfahrt. Wie stark belastet das deutsche Automobilhersteller und -zulieferer in Russland?

Die Abwertung des Rubels seit dem zweiten Quartal 2013 um rund 23 Prozent stellt eine große Herausforderung dar. Importe sind deutlich teurer geworden. Vor diesem Hintergrund ist eine verstärkte Lokalisierung vorteilhaft. Der Aufbau unseres neuen Automobilstandorts in Samara ist damit wichtiger denn je.

Der Druck, den lokalen Wertschöpfungsanteil zu steigern, resultiert auch aus hohen Einfuhrabgaben und den Dekreten 166 und 566, mit denen die russische Regierung Vorteile bei diesen Ab-

gaben gewährt, wenn bestimmte Local-Content-Anforderungen erfüllt werden. Wie wichtig sind diese Vereinbarungen?

Für Unternehmen, die die Vorgaben der Dekrete nicht erfüllen, ist der Marktzugang erschwert. Die hohen Einfuhrabgaben für Import-



Gerhard Pfeifer, 53, ist Präsident der Bosch-Gruppe in Russland und gehört dem Vorstand der Deutsch-Russischen Auslandshandelskammer an.

te schwächen die Wettbewerbsfähigkeit. Neben der Nähe zu unseren Kunden ist das ein weiterer Grund, unsere Produktion in Russland stärker zu lokalisieren. Ein Beispiel hierfür ist unser neues Werk in Samara. Dort wollen wir ab Frühjahr 2015 Kraftfahrzeugtechnik für lokale Kunden fertigen.

Um im Werk in Samara einen hohen Local Content zu erreichen, benötigen Sie Zulieferer im Land. Sind die vorhanden?

Der Zuliefermarkt stellt in Russland eine deutlich größere Herausforderung dar als in Ländern, in denen der Automobilsektor bereits weit entwickelt ist, wie beispielsweise in Westeuropa. Einerseits existieren nur relativ wenige Zulieferer. Andererseits gibt es Nachholbedarf etwa bei der Prozessstabilität und -qualität sowie der Zertifizierung. Der Anteil von Zulieferern, die nach Automobilqualitätsstandards wie ISO/TS 16949 zertifiziert sind, liegt im einstelligen Prozentbereich. Ausgewählte Zulieferer unterstützt Bosch daher in ihrer Entwicklung.

Kleine und mittelgroße Zulieferer stehen Russland besonders reserviert gegenüber – zu Recht?

Der Schritt nach Russland stellt für kleine und mittlere Zulieferer immer noch eine große Herausforderung dar. Bosch ist bereits seit 110 Jahren in Russland präsent. Wir sind seit vielen Jahren auf dem russischen Markt erfolgreich und fühlen uns in der Region wohl. Deshalb werben wir auch bei kleineren Unternehmen dafür, sich dort zu engagieren. Mit uns als Ankerkunde können sie eine Grundaustlastung erwarten und von dieser Basis aus ihr Russland-Geschäft weiterentwickeln.

Können Sie Zulieferer auch bei der Ansiedlung unterstützen?

Ja. Lieferanten, die sich in Russland ansiedeln, um uns lokal zu beliefern, erhalten die gleiche Unterstützung und haben die gleichen Bedingungen wie wir. Das haben die Regionalverwaltungen an unseren Standorten angeboten. Ein kleinerer Zulieferer, der allein nach Russland geht, wird so gute Einstiegsbedingungen oft nicht vorfinden.

Sie wirken trotz aller Probleme nicht entmutigt. Mit welchen Chancen lockt Russland die internationalen Automobilhersteller und -zulieferer?

Vorausgesetzt, die politische Situation entspannt sich wieder, ist Russland mittel- und langfristige ein wichtiger Wachstumsmarkt mit 142 Millionen Konsumenten, die nach einem höheren Lebensstandard streben. Das Bruttoinlandsprodukt pro Kopf hat sich in den vergangenen 15 Jahren etwa versechsfacht und rund 18.000 Dollar erreicht. Zudem mögen russische Konsumenten hochwertige technische Produkte, bevorzugt aus Westeuropa, insbesondere aus Deutschland. Das bietet gerade für Bosch als Technologie- und Dienstleistungsunternehmen enorme Chancen. Durch den Export von Energieträgern und anderen Rohstoffen ist Russland auch sehr finanzstark.

Das Interview führte Gerd Scholz

Das komplette Interview lesen Sie unter automobilwoche.de/10-14-161