

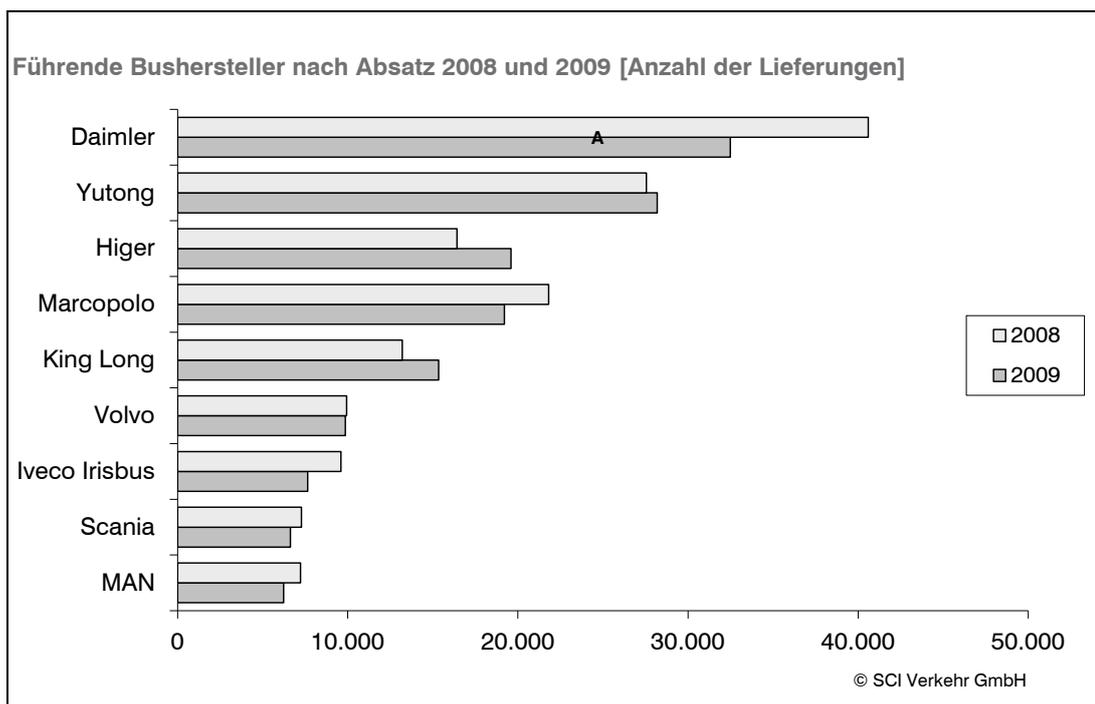
Weltweiter Busmarkt von China dominiert - bisher unangefochtene Stellung westlicher Hersteller gefährdet

[31.03.2011] [SCI Verkehr](#) legt eine umfassende [Studie des weltweiten Busmarktes](#) vor, in der zum ersten Mal eine Analyse der verschiedenen Märkte für Busse, deren Strukturen, Entwicklungstrends und die Strategien der wichtigsten Players dargestellt werden. Demnach wurden im Jahr 2009 rund 420 000 neue Busse verkauft. Der Markt wurde nur mäßig von der Krise betroffen: Er verzeichnete nur einen Rückgang um 11% gegenüber dem Vorjahr. Dieser relativ geringe Einbruch ist wesentlich auf die positive Dynamik des asiatischen Busmarktes zurückzuführen, auf den sich der größte Teil der Lieferungen konzentriert. Als Konsequenz daraus gewinnen asiatische und insbesondere chinesische Busersteller weitere Marktanteile auf Kosten der westlichen Busersteller.

Ausgehend von einem hohen Niveau in 2008 ist auch der weltweite Busmarkt von der Wirtschaftskrise getroffen worden: Er verzeichnete insgesamt in 2009 einen Rückgang von 11% und ging auf 420 000 Einheiten zurück. Während Nordamerika und Japan aufgrund der Krise erhebliche Absatzrückgänge hinnehmen mussten, wiesen Asien und Australien/Pazifik im gleichen Zeitraum sogar Steigerungen der Nachfrage auf. Insgesamt jedoch waren die Auswirkungen der globalen Wirtschaftskrise in auf den Busmarkt moderat.

Die stärkste Nachfrageregion weltweit ist Asien und wird insbesondere von der gewaltigen Erweiterung der chinesischen Busflotte getrieben. Somit konzentriert China 2009 rund 22% der weltweiten Busnachfrage und ist eine der am schnellsten wachsenden Busmärkte weltweit. Die Entwicklung der Infrastruktur sowie die zunehmende Mobilität in ländlichen Gebieten lassen erwarten, dass die Nachfrage nach zusätzlichen Bussen in den nächsten Jahren noch steigern wird.

Aufgrund des großen Heimatmarktes verwundert nicht, dass die chinesischen Busersteller rapide wachsende Marktanteile aufweisen können.



Derzeit wird jedoch der weltweite Busmarkt noch von dem deutschen Hersteller Daimler Bus angeführt: 2009 lieferte er mehr als 32 000 Einheiten. Trotz der schwierigen wirtschaftlichen Rahmenbedingungen konnte das Unternehmen seine weltweite Führerschaft und insbesondere seine Position in Europa, Nordamerika und Japan behalten. Allerdings ist seine bisher unangefochtene Stellung durch die zunehmende Bedeutung der chinesischen Hersteller gefährdet. Im Jahr 2009 verkaufte Daimler-Herausforderer, Yutong 4 300 Fahrzeuge weniger als das deutsche Unternehmen. Im Jahr 2008 betrug die Differenz noch 13 000 Einheiten. Während westliche Hersteller durch die Krise rückläufige Absatzzahlen hinnehmen mussten, waren chinesische Busersteller die einzigen, die zwischen 2008 und 2009 wachsen konnten.

In der Zukunft ist mit einer noch zunehmenden Bedeutung der chinesischer Hersteller zu rechnen. Die globale Wirtschaftskrise hat die die Finanzkraft der Buskäufer geschwächt und mehrere Regierungen zur der Umsetzung von Konjunkturpaketen gezwungen, die die Nachfrage nach neuen Bussen (und damit auch die lokale Wirtschaft) stimulieren sollten. Dies war beispielsweise in Nordamerika oder Westeuropa der Fall, wo solche Maßnahmen ermöglicht haben, die negativen Auswirkungen der Krise auf die Busbranche zu verringern. SCI Verkehr rechnet mit dem Auslaufen der Konjunkturprogramme und der Verknappung öffentlicher Mittel mit einem Absatzzrückgang und damit einer Verschiebung der Nachfragerregionen. Des Weiteren wird der Busmarkt in Westeuropa aber auch in Japan zum Beispiel aufgrund der stagnierenden und alternden Bevölkerung ein langsames Wachstum im Vergleich zu den Entwicklungsländern erleben. Damit wird die Dominanz chinesischer Busersteller weiter wachsen.



Kontakt:

SCI Verkehr GmbH

Christian Beßler

Tel: +49 221 9317820

E-mail: c.bessler@sci.de