TRAIBER.NRW
TRANSFORMATION DER AUTOMOTIVE INDUSTRIE IN DER BERGISCHEN REGION

FACTSHEET: MARKTENTWICKLUNG DER CHINESISCHEN AUTOMOBILINDUSTRIE

In den letzten Jahren hat sich China zu einem der bedeutendsten Akteure in der globalen Automobilindustrie entwickelt. Insbesondere im Bereich der Elektrofahrzeuge setzt das Land neue Maßstäbe und beeinflusst die weltweiten Marktpositionen internationaler Wettbewerber, Lieferketten sowie Technologietrends. Für die deutsche Automobilzulieferindustrie (AZI) ergeben sich daraus weitreichende Veränderungen in Bezug auf Partnerschaftsmodelle mit chinesischen Unternehmen sowie strategische Marktpositionierungen – sowohl in Europa als auch in China.

> *„Hier brauchen wir China als konstruktiven und wichtigen Partner, der schon jetzt künftige wirtschaftliche Projekte eng mit dem Klimaschutz verknüpft, etwa im Bereich Elektromobilität. Es gilt, mit entsprechendem Weitblick und unter Kenntnis der Rahmenbedingungen so pragmatisch wie möglich zu handeln.“*
> **IHK-Präsident Andreas Schmitz bei der Vorstellung des neuen IHK-Positionspapiers China.**

HINTERGRUND

Warum ist das Thema wichtig für die AZI?

China ist der weltweit größte Automobilproduzent, verfügt über den größten Automobilmarkt und nimmt eine führende Position im Fahrzeugexport ein. Insbesondere im Bereich der Elektrofahrzeuge hat das Land in den letzten Jahren eine rasante Entwicklung durchlaufen und verfügt weiterhin über Wachstumspotenzial.

Gleichzeitig expandieren chinesische Unternehmen in der Automobilindustrie weltweit rasant, während deutsche OEMs ihre Lokalisierung in China und ihre Zusammenarbeit mit chinesischen Unternehmen zunehmend verstärken. Diese Entwicklungen der chinesischen Automobilindustrie führen zu verschärfter Konkurrenz für deutsche AZI-Unternehmen. Das zwingt die Unternehmen, ihre Wettbewerbsstrategie zu überdenken.

Für kleine und mittlere Unternehmen (KMU) der AZI in der Bergischen Region ergeben sich daraus Risiken, wie die zunehmende Produktion von Elektrofahrzeugen in China sowie der Aufstieg chinesischer Automobilzulieferer zu konkurrenzfähigen Marktteilnehmern. Andererseits können sie aber auch von den Entwicklungen der chinesischen Automobilindustrie profitieren, indem sie sich beispielsweise in die Wertschöpfungsketten von Elektrofahrzeugen aus China integrieren. Dies erfordert Anpassungen der Produktportfolios und Innovationsstrategien sowie die Bildung von Kooperationen und Netzwerken.

Um diese Chancen zu nutzen und gleichzeitig mögliche Risiken zu vermeiden, ist es für deutsche KMU der AZI unerlässlich, den aktuellen Zustand, die Marktentwicklung der chinesischen Automobilindustrie zu analysieren, um Markt- und Kooperationspotenziale zu erkennen. So können sie zukünftig gezielt darauf reagieren und ihre Position in der globalen Lieferkette aufbauen und stärken.

Welche zentralen Themen sind dabei für die AZI von Bedeutung?

Die Daten zur Automobilproduktion, zum Automobilhandel und zu den Automobilexporten sind hilfreich, um den chinesischen Markt umfassend zu verstehen. Zusammen mit Informationen über die chinesischen OEMs und Zulieferer, deren Wachstumspotenziale und die Herausforderungen, vor denen das Land steht, ermöglichen sie eine fundierte Bewertung der Möglichkeiten eines Markteintritts. Um Marktpotenziale im Handel mit der chinesischen Automobilindustrie zu nutzen, können deutsche Automobilunternehmen von einer Zusammenarbeit mit chinesischen Unternehmen oder mit deutschen und ausländischen Kooperationspartnern, die bereits in China tätig sind, profitieren. Auch die Geschäftstätigkeiten deutscher Automobilunternehmen in China sowie chinesischer Automobilunternehmen in Deutschland sind für deutsche Automobilzulieferer von Bedeutung.

Chinas Pkw-Produktion, -Absatz und -Export

Seit 2009 führt China die weltweite Produktion und den Verkauf von Pkws an [1]. Laut der China Association of Automobile Manufacturers (CAAM) wurden im Jahr 2024 rund 27,48 Millionen Pkws produziert – ein Plus von 5,2 % gegenüber 2023 [2]. Besonders im Bereich Elektrofahrzeuge ist China führend und produziert rund 40 % aller weltweiten Elektro-Pkws sowie über 65 % der Elektrofahrzeuge und 70 % der Batterien [3].

Gleichzeitig besitzt China den größten Automobilmarkt der Welt. Im Jahr 2023 erreichte der Pkw-Absatz in China einen Höchststand, danach folgte 2024 ein Rückgang. Für 2025 werden wieder stabile Verkaufszahlen erwartet [2]. Elektrofahrzeuge, darunter vollelektrische Fahrzeuge und Plug-in-Hybride, machen seit 2024 etwa die Hälfte aller

Neuzulassungen aus (vgl. Abbildung 1). Der chinesische Markt für Elektrofahrzeuge wird 2025 voraussichtlich nahezu die Größe der Märkte der USA und von Europa zusammen erreichen [4].

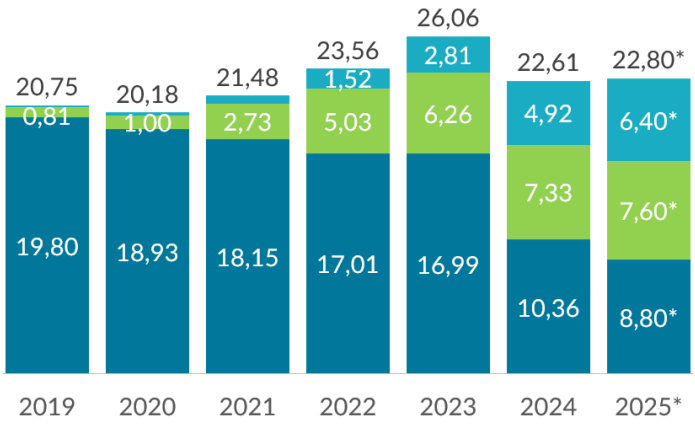

Abbildung 1: Pkw-Absatz in China von 2019 bis 2024 sowie Prognosen für 2025. eigene Darstellung basierend auf [2]

China exportiert seit 2023 die meisten Pkw aller Art weltweit [5]. Von den im Jahr 2024 in China produzierten etwa 28 Millionen Pkws wurden rund 5 Millionen exportiert [2]. Die wichtigsten Exportmärkte sind derzeit Russland, Mexiko, die Vereinigten Arabischen Emirate, Belgien, Saudi-Arabien und Brasilien.

Dabei machen Fahrzeuge mit Verbrennungsmotor weiterhin den Großteil der chinesischen Pkw-Exporte aus, jedoch steigt der Anteil exportierter Elektro-Pkws kontinuierlich und deutlich an (vgl. Abbildung 2).

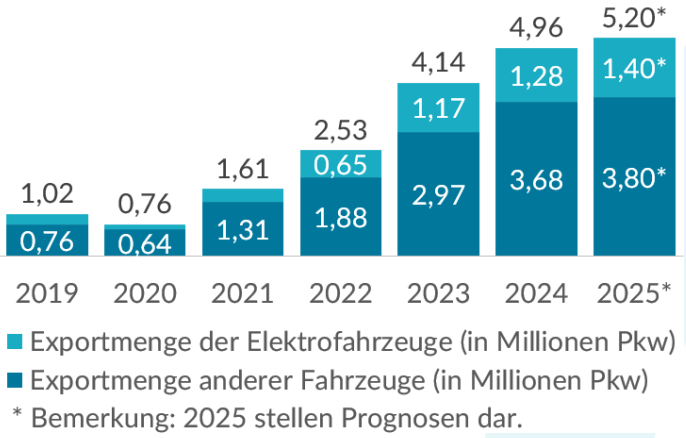

Abbildung 2: Die Exportmenge und Trends, der von China hergestellten Fahrzeuge und insbesondere die der Elektrofahrzeuge von 2019 bis 2024 sowie Prognosen für 2025, eigene Darstellung basierend auf [6] [2] [7]

Chinesische OEMs erobern Chinas Automobilindustrie

Anders als in Deutschland gibt es in China eine Vielzahl von Marktteilnehmern mit unterschiedlichem Hintergrund. Zu diesen zählen unter anderem

- **neue chinesische Hersteller**, die sich auf Elektrofahrzeuge spezialisieren, wie XPeng, NIO, Leapmotor und Xiaomi [8].
- **etablierte chinesische Hersteller** wie BYD und Geely, die sowohl Verbrenner- als auch Elektrofahrzeuge herstellen [8].
- **Joint Ventures** wie SAIC Volkswagen, BMW Brilliance und Beijing Benz, die aufgrund der ehemaligen chinesischen Marktzugangspolitik gemeinsam von ausländischen und chinesischen OEMs betrieben werden und sowohl Verbrenner- als auch Elektrofahrzeuge herstellen [8].

Das schnelle Wachstum des chinesischen Automobilmarkts – insbesondere im Bereich der Elektrofahrzeuge – wurde durch staatliche Förderprogramme, den frühen Einstieg in die Elektromobilität sowie den großen Inlandsmarkt begünstigt. Zwischen 2021 und 2024 konnten chinesische OEMs ihren Marktanteil in China um 17 % steigern (vgl. Abbildung 3) [9].

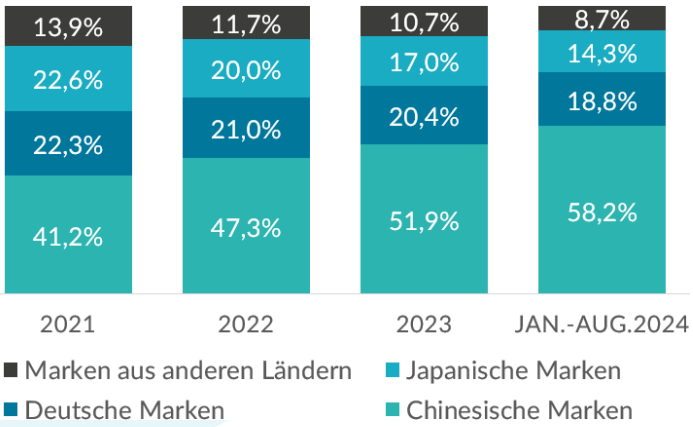

Abbildung 3: Vergleich der durchschnittlichen Pkw-Marktanteile (alle Arten von Pkw der Marken aus verschiedenen Ländern) in China von 2021 bis August 2024, eigene Darstellung basierend auf [9]

Sinkendes Interesse der chinesischer Verbraucher:innen an Fahrzeugen mit Verbrennungsmotor und die schwachen Verkaufszahlen der E-Auto-Modelle von Joint Ventures führen dazu, dass ausländische OEMs in China weiter Marktanteile verlieren. Bei Elektrofahrzeugen lag ihr Marktanteil im Jahr 2023 insgesamt nur bei 14,2 % [10].

So haben deutsche Marken zwischen 2021 und 2024 etwa 16 % ihres Marktanteils eingebüßt, japanische Marken sogar mehr als 36 %. Zusammen machen sie heute nur noch ein Drittel des chinesischen Pkw-Marktes aus (vgl. Abbildung 3) [9]. Im gleichen Zeitraum konnten chinesische OEMs ihren Marktanteil um fast 17 % steigern [9].

Wachstumspotenziale und Herausforderungen der chinesischen AZI

Das Wachstum der chinesischen AZI zeigt sich deutlich im Anstieg des Gesamtumsatzes von 521,7 Mrd. USD im Jahr 2019 auf 754,3 Mrd. USD im Jahr 2023; für 2025 werden Umsätze in Höhe von 834,8 Mrd. USD erwartet [12]. Die Anzahl chinesischer Zulieferer in der globalen Top-100-Liste nach Umsätzen stieg von zwei im Jahre 2015 auf 15 im Jahr 2023 [13]. Das chinesische Batterieunternehmen CATL erreichte 2023 den vierten Platz, unmittelbar nach Bosch, ZF und Magna. Die Zulieferer aus China decken Bereiche wie Batterien, Fahrwerke, Exterieur, Interieur, Elektronik und Wärmemanagement ab [11].

Innovative Fahrzeugkomponenten, wie etwa intelligente Cockpits, die bei chinesischen Verbraucher:innen beliebt sind, ergänzen die Liefer- und Wertschöpfungskette der Automobilzulieferindustrie in China. Laut KPMG China wird der Markt für intelligente Cockpits bis 2026 ein Volumen von 212,7 Mrd. CNY (ungefähr 26 Mrd. Euro) mit einer jährlichen Wachstumsrate von über 17 % erreichen [12]. Für Komponenten wie Infotainment, Sitzmassage, Kühlboxen, Laserprojektoren und bidirektionale Mensch-Fahrzeug-Interaktion gibt es in China ein großes Marktpotenzial [13]. Vor diesem Hintergrund eröffnen sich für die deutsche AZI Anschlussmöglichkeiten in spezialisierten Nischen, in denen deutsche Unternehmen wettbewerbsfähig sind. Dazu zählen beispielsweise hochwertige Innenraummaterialien, innovative Beleuchtungslösungen und spezifische Komfortfeatures, die in China auf eine wachsende Nachfrage stoßen könnten.

Gleichzeitig sieht sich die chinesische Automobilindustrie mit Herausforderungen konfrontiert. Im Bereich der Elektromobilität herrscht ein intensiver Preiskampf mit niedrigen Margen, da zahlreiche chinesische OEMs aggressiv um ihre Marktanteile konkurrieren. Dies führt zu sinkenden Gewinnmargen in der gesamten chinesischen Automobilindustrie – von 6,1 % im Jahr 2020 auf nur noch 4,6 % im dritten Quartal 2024 [14]. Dieser zunehmende Preisdruck und die verschärfte Konkurrenz in China machen es für deutsche Unternehmen der Automobilindustrie erforderlich, zu prüfen, ob in diesem wettbewerbsintensiven Markt Gewinnpotenziale existieren und wie sie zum richtigen Zeitpunkt durch eigene Stärken sowie geeignete Kooperationsmöglichkeiten in diesen Markt eintreten können.

Zudem ist eine Konsolidierungsphase der gesamten chinesischen Automobilindustrie erkennbar: Im Jahr 2024 machten die drei größten OEMs von Elektrofahrzeugen bereits 51 % des Marktes aus. Die zehn größten OEMs kamen sogar auf 85,4 % [1]. Während wettbewerbsfähige Zulieferer mehr Aufträge erhalten und ihre Marktposition stärken, geraten kleinere Zulieferer zunehmend unter Druck – viele von ihnen müssen schließen oder werden übernommen [15]. Weitere Konsolidierungen werden erwartet, die den chinesischen und ggf. sogar den globalen Markt beeinflussen dürften.

Lokalisierung deutscher Unternehmen in China und chinesischer Unternehmen in Europa

Deutsche OEMs verfolgen eine Lokalisierungsstrategie in China, während internationale Wettbewerber – etwa aus den USA oder Japan – ihre Investitionen zurückfahren oder Werke schließen.

Deutsche OEMs kooperieren intensiv mit chinesischen Partnern und entwickeln neue Elektrofahrzeugmodelle in China, die speziell auf die Bedürfnisse des chinesischen Marktes zugeschnitten sind [16]. Gleichzeitig nutzen sie China zunehmend als Forschungs- und Entwicklungsstandort („Local for Local“), um innovative Lösungen zu generieren, die auch global eingesetzt werden können („Local for Global“). Unternehmen wie VW, BMW, Mercedes-Benz sowie Zulieferer wie Bosch, Continental und Brose haben in den letzten Jahren ihre Präsenz in China durch neue Werke, Innovationszentren und lokale Partnerschaften deutlich ausgebaut [16].

Neben der verstärkten Lokalisierung in China verfolgen deutsche Unternehmen zunehmend auch eine „China+1“-Strategie. Ziel ist es, das Risiko einseitiger Abhängigkeiten zu reduzieren, indem neben China weitere Produktionsstandorte – etwa in Südostasien wie Indien und Vietnam – aufgebaut werden [16].

Parallel dazu intensivieren chinesische OEMs und Zulieferer ihre internationalen Geschäftsaktivitäten, wobei Europa ein zentraler Zielmarkt ist. Dennoch befindet sich die Lokalisierung in Europa größtenteils noch im Anfangsstadium. Die im zweiten Halbjahr 2024 angekündigten EU-Strafzölle auf chinesische Elektrofahrzeuge zeigen bereits erste Auswirkungen: So kündigte Great Wall Motor (GWM) seinen Rückzug aus dem europäischen Markt an – als Reaktion auf die schwache Nachfrage und wirtschaftliche Risiken [17]. Gleichzeitig beschleunigen andere chinesische OEMs wie BYD, Chery und Leapmotor ihre Lokalisierungsstrategien in Europa, insbesondere in Ländern wie Ungarn, Polen und Spanien [18]. Unter den chinesischen Zulieferern sind insbesondere Batterieproduzenten in Europa aktiv. Die meisten Fabriken haben die chinesischen Zulieferer bislang in Ungarn und Deutschland errichtet.

Solche Marktentwicklungen unterstreichen die strategische Bedeutung Deutschlands als einen der zentralen Standorte für chinesische Investitionen in Europa. Auch in Nordrhein-Westfalen und der Bergischen Region ist die Präsenz chinesischer Automobilunternehmen spürbar – beispielsweise durch NIO in Düsseldorf und Yanfeng in Neuss.

Wie können deutsche Unternehmen von der Entwicklung der Automobilindustrie in China profitieren?

Neben direkten Subventionen für die Automobilindustrie fördert die chinesische Regierung im Kontext des Außenhandels die „Bring-in“- und „Go-out“-Strategien mit verschiedenen Fördermaßnahmen. Dazu zählen die Förderung von Vernetzung und Kooperationen, Subventionen

sowie vergünstigte Kredite, die ausländische Investitionen anregen sollen. Auf diese Weise werden sowohl die Ansiedlung ausländischer Unternehmen in China als auch die Expansion chinesischer Unternehmen ins Ausland gefördert.

Das bedeutet, dass deutsche KMU der AZI sowohl in China als auch in Europa von Möglichkeiten zur Zusammenarbeit mit chinesischen Unternehmen profitieren können. Insbesondere in Nischenmärkten können Sie sich positionieren, beispielsweise mit hochwertigen Komponenten und als Qualitätsführer in bestimmten Bereichen.

Direkte Geschäftsaktivitäten mit China

KMU aus der Bergischen Region ohne China-Erfahrung sollten mit kleinen, risikoarmen Schritten beginnen, die ihren internen Ressourcen entsprechen. Ein bewährter Ansatz besteht darin, zunächst gemeinsame Projekte mit chinesischen Partnern auszuloten, etwa durch die Teilnahme an internationalen Messen wie dem „Automotive Supplier Summit“ oder an branchenspezifischen Delegationsreisen. So lassen sich Marktkenntnisse gewinnen, eine geeignete Rolle in der lokalen Wertschöpfungskette finden und konkrete Einstiegsmöglichkeiten nutzen.

Für KMU, die einen Markteintritt in China anstreben, kann es für eine nachhaltige Marktpräsenz sinnvoll sein, an bestehende deutsche Partnerunternehmen anzuknüpfen, die bereits vor Ort tätig sind. Die Sino-German Industrial Parks in China können für Automobilzulieferer aus Deutschland, insbesondere in den Bereichen Elektromobilität, autonomes Fahren und modernste Fertigungstechnologien, eine sehr gute Marktzugangsoption sein. Sie bieten staatliche Förderung, Anreize wie Steuervergünstigungen und Serviceleistungen inklusive deutschsprachiger Unterstützung sowie gezielte Programme für KMU. Ein Beispiel ist der Sino-German (Beijing) Industriepark, in dem sich momentan über 100 deutsche Unternehmen befinden (vgl.Deutsche Unternehmen im Sino-German Industrial Park in Peking Bild 1) [19].

KMU können auf bestehende Netzwerke und Kompetenzzentren in der Bergischen Region zurückgreifen, die professionelle Beratung, Kontakte und Unterstützung beim Markteinstieg bieten, wie zum Beispiel:

- die AHK Greater China
- das EU SME Centre
- die European Union Chamber of Commerce in China
- die Sino-German Industrial Parks und die jeweiligen lokalen Regierungen in China.

Kooperationen in Europa mit chinesischen Partnern

Mit eigenen Liefernetzwerken, staatlicher Unterstützung und hoher Effizienz erhöhen chinesische OEMs und Zulieferer den Wettbewerbsdruck in Europa, schaffen aber gleichzeitig auch Chancen für Kooperationen. Besonders in Ländern wie Ungarn investieren chinesische Unternehmen in Batterieproduktion, Fahrzeugmontage und F&E-Zentren. Dies eröffnet deutschen Zulieferern neue Chancen für Aufträge und Partnerschaften in Europa.

Ohne eigene Präsenz in China können Unternehmen der AZI der Bergischen Region durch Kooperationen mit chinesischen Unternehmen der Automobilindustrie in Europa profitieren. Wichtige Anlaufstellen und Netzwerke sind beispielsweise:

- automotiveland.nrw
- die China International Investment Promotion Agency (Germany)
- die Chinesische Handelskammer in Deutschland.

Durch strategische Allianzen mit Tier-1- und Tier-2-Zulieferern, die bereits Partnerschaften mit chinesischen Unternehmen der Automobilindustrie unterhalten, können sich für KMU in Europa neue Geschäftspotenziale eröffnen. Solche Kooperationen eröffnen KMU bessere Möglichkeiten zur Zusammenarbeit mit chinesischen Unternehmen und fördern den gezielten Wissensaustausch sowie gemeinsame Geschäftsprojekte.

Bild 1: Deutsche Unternehmen im Sino-German Industrial Park in Peking [19]

ZUSAMMENFASSUNG UND HANDLUNGSEMPFEHLUNGEN

Die Entwicklung der chinesischen Automobilindustrie ist besonders und unterscheidet sich deutlich von der deutschen Industrie in Struktur und Strategie. Ein tiefes Verständnis der Industrieentwicklung und des Marktes in China ermöglicht deutschen Unternehmen, die Entwicklungsrichtungen der chinesischen Automobilindustrie besser zu erfassen. Dadurch können sie Herausforderungen gezielt begegnen, Chancen erkennen und ihre zukünftigen Geschäftsentwicklungsmöglichkeiten besser nutzen.

Handlungsempfehlungen für AZI:

Nur wer sich frühzeitig mit dem Wandel auseinandersetzt, wird langfristig wettbewerbsfähig bleiben – sowohl in China als auch im globalen Automobilumfeld. Dazu gehören:

- die frühzeitige Marktbeobachtung und strategische Bewertung potenzieller Märkte,
- die aktive Einbindung in Kooperationsnetzwerke und Internationalisierungsplattformen,
- die Nutzung weiterer Anlaufstellen und Förderprogramme, um Informationen zur Internationalisierung effizient und effektiv zu erschließen.

Quellen:

[1] China Association of Automobile Manufacturers: Pressekonferenz im Dezember, 2025, [Zugriff im Mai 2025].
[2] Chinesischer Automobilindustrie-Verband, Statistik zur Produktion und zum Verkauf, 2019–2024, [Zugriff im Okt, 2024].
[3] International Energy Agency, Global EV Outlook, 2024, [Zugriff im Aug, 2025].
[4] Wittich, H., Globaler Auto-Absatz 2025 – Ein Horror-Jahr? 2024, [Zugriff im Juni 2025].
[5] Gaur, V., Chinas Aufstieg zum größten Automobilexporteur, 2024, [Zugriff im Mai 2024].
[6] China Automobile Dealers Association, Analyse des Automobilexports, 2022, [Zugriff im Juni 2025].
[7] Qianji Investment Bank, Bericht zur Elektrofahrzeugbranche, 2024, [Zugriff im Juni 2025].
[8] Xue, Y, S, / Wei, W, / Greeven, M, J,, Chinas automotive odyssey, 2024, [Zugriff im Juni 2024].
[9] China Automobile Dealers Association, Analyse des Pkw-Marktes , 2024, [Zugriff im Juni 2025].
[10] Yicai, Ausländische Hersteller drängen auf NEV-Markt, 2024, [Zugriff im Nov 2025].
[11] Design of Intelligent Vehicles, Top 100 Zulieferer 2024, 2025, [Zugriff im Juni 2025].
[12] KPMG, Smart Cabin White Paper, 2023, [Zugriff im Mai 2025].
[13] AWC, Chancen im Smart-Cockpit-Markt, 2025, [Zugriff im Juni 2025].
[14] Stockstar, Elektrofahrzeuge 2024, 2025, [Zugriff im Juni 2025].
[15] Rongzhong Finance, Rückblick auf NEV-Branche 2024, 2025, [Zugriff im Mai 2025].
[16] AHK, Business Confidence Survey 2023/24, 2024, [Zugriff im April 2024].
[17] Caijing, Great Wall Motors passt Europastrategie an, 2024, Zugriff im Nov, 2024].
[18] M, Bach, Chinas Antwort auf EU-Strafzölle, 2025, [Zugriff im Feb, 2025].
[19] Congying, Bao; Shiqi, Li, Mit dem chinesischen Markt gemeinsam wachsen, 2024, [Zugriff im Feb, 2025].

HERAUSGEBER

TRAIBER.NRW

GESCHÄFTSSTELLE TRAIBER.NRW

c/o Bergische Universität Wuppertal
TMDT - Institute for Technologies and Management of Digital Transformation

Lise-Meitner-Str. 27, 42119 Wuppertal
Telefon: 0202 439 1164
E-Mail: koordination@traiber.nrw
www.traibre.nrw

INHALTLICHE VERANTWORTUNG

TONG WANG
Bergische Universität Wuppertal
TMDT - Institute for Technologies and Management of Digital Transformation