

Volkswagen will im Asean-Raum angreifen: Wird der Amarok ein Filipino?

Von Tim Westermann

„Ich werde zurückkehren“, versprach US-General Douglas MacArthur, als er 1941 auf den Philippinen vor den Japanern weichen musste. Er hielt Wort und kam drei Jahre später zurück in den Inselstaat – mit Feuer und Schwert. Ganz so dramatisch und kriegerisch liegt Fall bei Volkswagen nicht. Die Marke hatte sich im Jahr 1996 aus diesem Asean-Markt auch wegen der übermächtigen Japaner zurückgezogen, feierte nun am vergangenen Wochenende in Manila aber seine Rückkehr auf die Philippinen. Mit der einheimischen „Ayala-Group“ als Importeur sollen zunächst Personenwagen der Marke Volkswagen verkauft werden.

Europa liegt immer noch darnieder, China als Nummer-Eins-Markt wankt: Das Autogeschäft ist in diesen Tagen nicht einfach. „Für Volkswagen zählt nicht die Momentaufnahme, sondern das langfristige Potenzial“, erklärt Volkswagens Konzernvorstand für Vertrieb und Marketing Christian Klingler und weiter: „China wächst nach wie vor, wenn auch – wie erwartet – weniger rasant. Der Markt wird um fünf bis sieben Prozent zulegen, wir wollen stärker wachsen. Klar ist: China ist und bleibt der wichtigste Markt für den Konzern.“

Dabei darf man die benachbarte Asean-Region nicht außer Acht lassen. Bis zu zehn Prozent Marktanteil peilt Volkswagen in den kommenden Jahren auf dem philippinischen Markt an. „Die Bedeutung der Region Asean ist im Konzern heute schon hoch. Denn uns als Volkswagen Konzern bietet die Region großes Potenzial. Verglichen mit anderen Wirtschaftsräumen sind wir aktuell klar unterrepräsentiert“, begründet Klingler den Schritt.

Zwar ist der philippinische Markt mit seiner Größe von derzeit 150 000 Fahrzeugen pro Jahr relativ klein. Doch Weiming Soh, Vize-Präsident der Volkswagen Group China, sieht nicht nur die Philippinen: „In China sprechen wir in diesem Fall von der Region Asien-Pazifik. Es sind zwölf Staaten, die aus strategischer Sicht zusammengehören und von

den japanischen Herstellern dominiert werden. Wir wollen den Kunden die Option auf einen Volkswagen bieten.“ Nach dem Start in Thailand, Malaysia und Indonesien ist der Sprung auf die Philippinen also eine logische Konsequenz.

Volkswagens Präsenz dort ist zugleich eine Kampfansage: Christian Klingler: „Ganz klar für uns ist: Wir wollen unseren Marktanteil von aktuell gut einem Prozent in der Region deutlich steigern und am Wachstum teilhaben. Das geht nicht nur über den Import und Verkauf. Mittelfristig wollen wir für die jeweiligen Märkte auch Fahrzeuge vor Ort bauen. Wir haben also noch einiges vor in der Region.“

Auf den Philippinen dient die Ayala Group als Importeur. Der Wirtschaftskonzern ist seit 180 Jahren im Geschäft und fest in familiärer Hand. Fernando Zobel de Ayala führt aktuell die Geschicke und hat ambitionierte Ziele. „Wir haben keine Angst vor den aktuell dominierenden asiatischen Marken. Wir positionieren Volkswagen oberhalb der asiatischen Wettbewerber, aber klar unterhalb der Luxus-Klassen. Dabei setzen wir ganz klar auf die typischen Merkmale eines deutschen Herstellers: Ingenieurskunst, Qualitätsanspruch, Zuverlässigkeit und Perfektion. Das sind Kernwerte, die nicht zuletzt aus der Historie von Volkswagen bei uns kommen. Die Filipinos nahmen und nehmen Volkswagen als genau das wahr“, erklärt Fernando Zobel de Ayala seine Strategie.

Entscheidend für deren Umsetzung werden die bevorstehenden Gespräche mit der Regierung sein. Die hohen Importzölle für Produkte aus Europa begünstigen den Vertrieb für japanische und koreanische Hersteller, die schon länger im ASEAN-Raum aktiv sind. Zudem werden kurioserweise Autos mit großvolumigen Motoren bevorzugt. Die Philippinen sind daher ein guter Absatzmarkt für Pickup-Typen. Eine Chance für den Amarok aus Hannover? Weiming Soh bringt es auf den Punkt: „Volkswagen Pkw und Volkswagen Nutzfahrzeuge liegen sehr nahe beieinander. Mit dem Einstieg der Pkw-Sparte legen wir zunächst eine Basis. Natürlich diskutieren wir auch über die Wünsche der Ayala-Group, künftig Nutzfahrzeuge auf die Philippinen zu bringen. (ampnet/tw)

Bilder zum Artikel:



Volkswagen wieder in Philippinen: Fernando Zobel und Weiming Soh (rechts).



Volkswagen wieder in Philippinen: Weiming Soh.



Volkswagen wieder in Philippinen.



Volkswagen wieder in Philippinen: Weiming Soh.