

Chinesische Herausforderungen nehmen zu

Apple hat im Vergleich mit dem US-Aktienindex gerade das schlechteste Quartal seit einem Jahrzehnt hinter sich. Einzig Leerverkäufer verdienen eine goldene Nase am Apfel, dessen Aktienkurs bereits 12 Prozent tiefer als zu Jahresbeginn und 21 Prozent unter seiner Messlatte (S&P 500) liegt.

Mehr als 300 Milliarden Dollar Marktkapitalisierung wurden ausradiert. Insbesondere in China stottert der Absatz, trotz massiven Preissenkungen und neuen Shops. In der Vergangenheit sah man immer wieder, wie sich die Firma aus dem kalifornischen Cupertino zu neuem Wachstum aufrappelte, doch momentan fehlt dem Kapitalmarkt der Glauben an die Auferstehung.

Für einen Technologiegiganten tut sich Apple zudem schwer, eine attraktive Story rund um Künstliche Intelligenz zu erzählen. Ohne KI fühlt sich Apple eher wie Coca-Cola an. Zudem wurden die Ambitionen im Automobilgeschäft aufgegeben, im Gegensatz zum chinesischen Smartphone-Hersteller Xiaomi, der höchst erfolgreich ins Geschäft mit Elektromobilen eingetreten ist. 89 000 Bestellungen in den ersten 24 Stunden sind eine klare Kampfansage an Tesla: Das moderne Vehikel ist günstiger und verfügt über eine grössere Reichweite sowie ein schnittigeres Design.

Bei Tesla hat die Preissenkungsstrategie im Kampf um globale Marktanteile mit der chinesischen Konkurrenz indirekt dafür gesorgt, dass die

Preise der Gebrauchtfahrzeuge runterpurzelten. Das hat dem CEO des Autoverleihers Hertz nach nur zwei Jahren den Kopf gekostet. Er hatte auf eine hohe Nachfrage nach Elektro-Mietautos gesetzt, die nicht eintraf. Ein grosser Teil der Flotte wird derzeit veräussert – mit unerwartet hohen Abschreibungen.

Viele westliche Unternehmen tun sich in einer rasend rasch wandelnden Welt schwer, eine adäquate Antwort zu finden. Vor drei Jahren zählte die chinesische BYD in China noch nicht mal zu den zehn bedeutendsten Automobilproduzenten. Mittlerweile hat BYD Tesla als weltweit grössten Produzenten von Elektrovehikeln abgelöst und sich in China, dem grössten Automobilmarkt der Welt, zur wichtigsten

Marke entwickelt. Die Kapazitäten sind so ausgerichtet, dass ab 2024 die Exportmärkte vorangetrieben werden.

Das Wirtschaftsleben ist ein harter Wettbewerb. Leistungen zu erbringen ist das eine, der Preis muss dann ebenfalls passen. Die Kunden entscheiden und immer mehr spielt auch die Regulierung eine Rolle. Die Amerikaner haben den Chinesen das Entweichen des Covid-Virus aus einem Labor in Wuhan und die darauf folgende Verschleierung nicht verziehen. Mit einer umfassenden «Biosecurity»-Gesetzgebung zielen sie gegen eine Gruppe chinesischer Biopharmazeutikaunternehmen in den USA. Das nutzt die schweizerische Lonza geschickt, um die Marktposition in den USA auszubauen. Gleichzeitig stellt Lonza

die Fertigung von Biotech-Medikamenten in China ein.

Misstrauen prägt auch die Gesetzgebung um das soziale Medium Tiktok. Mit einer klaren Mehrheit hat die grosse Kongresskammer in den USA eine Gesetzesvorlage verabschiedet, die Tiktoks chinesischen Mutterkonzern Byte-dance zwingt, entweder die Videoplattform an einen amerikanischen Investor zu verkaufen oder aus App-Stores in den USA verbannt zu werden.

Dass der übermässige Konsum psychische Leiden hervorruft, gilt inzwischen als gesichert. Aber was den USA wirklich aufstösst, ist die Datenspeicherung und damit der Gebrauch von Nutzerdaten. Denn jedes chinesische Unternehmen muss zum Zweck der Staatssi-

cherheit mit der Kommunistischen Partei kooperieren. Chinas KP nutzt soziale Medien als Propagandawaffe. Es handelt sich in den USA deshalb vielmehr um ein Risiko für die Demokratie. Indien, die grösste Demokratie der Welt, hat Tiktok aus Sicherheitsgründen bereits verbannt.



Maurice Pedernana
wirtschaft@luzernerzeitung.ch

Maurice Pedernana ist Professor für Banking und Finance an der Hochschule Luzern und Studienleiter am Institut für Finanzdienstleistungen Zug.