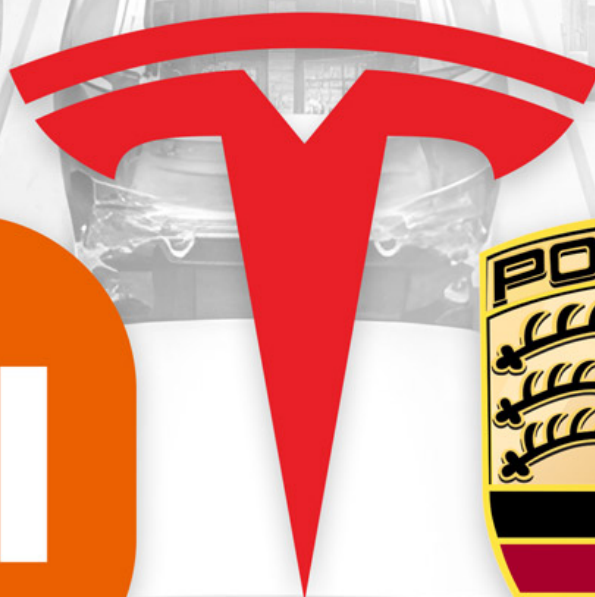


E X P R E S S

CHINA 2 INVEST

ERFOLGREICH IN CHINA INVESTIEREN



**E-AUTO-DUELL
DER SUPERSTARS:**

**XIAOMI vs. TESLA
vs. PORSCHE**

www.china2Invest.de



E-Auto-Duell der Superstars – Xiaomi vs. Tesla vs. Porsche

Liebe Leserinnen, liebe Leser,

[in seinem aktuellen YouTube-Video](#) hat mein Kollege Armin Brack die aktuelle Lage beim chinesischen E-Auto-Riesen BYD kritisch aufgearbeitet und einige potentielle Risiken beleuchtet – mit einem besonderen Fokus auf die zunehmende Schuldenlast und die strukturellen Risiken, die aus der aggressiven Produktionsausweitung erwachsen.

Dabei wurde klar: Auch ein Marktführer wie BYD steht unter Druck – ökonomisch, strategisch und nicht zuletzt im Hinblick auf seine Positionierung im landesinternen Wettbewerb.

Was viele außerdem verkennen: BYD will längst mehr als nur der König der Low-Cost-Elektroautos sein. Mit Premium-Marken wie Yangwang und Denza drängt der Konzern zunehmend in Segmente vor, die bisher Tesla, Porsche oder neuerdings Xiaomi dominierten.

Der Schritt nach Europa – unter anderem mit einem 1.300-PS-Luxus-SUV und Supercar-Auftritten beim Goodwood Festival of Speed – ist dabei mehr als PR. Es ist der Versuch, sich auf Augenhöhe mit westlichen Marken zu positionieren. Und es ist ein Zeichen dafür, dass der Wettbewerb nicht mehr nur um Volumen geführt wird, sondern um Wahrnehmung, Marke und Margen.





Besonders auffällig: Der Markt beginnt zunehmend, BYD nicht mehr isoliert zu bewerten, sondern im direkten Vergleich. Jüngst legte die Aktie zu, nachdem in Hongkong erstmals mehr BYD-Fahrzeuge als Teslas zugelassen wurden.

Das zeigt: Investoren wollen wissen, wer im direkten Duell wirklich die Nase vorn hat. Deshalb richten wir heute den Blick gezielt auf die prominentesten Wettbewerber – Xiaomi, Tesla und Porsche – und analysieren, wie sich diese drei ganz unterschiedlichen Player im E-Auto-Markt behaupten. Welcher von ihnen hat die überzeugendste Strategie? Und wo lauern die größten Risiken?

Xiaomi – Der System-Angriff aus dem Tech-Universum

Xiaomi ist nicht nur der jüngste Player im Vergleich, sondern möglicherweise auch der ambitionierteste. Erst 2021 gegründet, hat die Xiaomi-Auto-Sparte innerhalb von 3 Jahren zwei vollelektrische Modelle auf den Markt gebracht:

Den sportlichen SU7 als Model-3-Konkurrent sowie jüngst den SUV YU7, der preislich zwischen 254.000 und 330.000 RMB (rund 35.000-46.000 USD) liegt und sich direkt gegen Teslas Model Y positioniert. Allein am ersten Tag gingen über 200.000 Bestellungen ein. Die überraschend starken Absätze sorgten für ein Kursfeuerwerk bei der Aktie.

Ticker: 1810.HK / WKN: A2JNY1
XIAOMI CORPORATION · 1T · HKEX





Was Xiaomi auszeichnet, ist der Ökosystem-Ansatz: Die Fahrzeuge sind tief in die eigene IoT- und Smartphone-Welt integriert. Sprachassistenten, Navigation, Entertainment, Smart-Home-Steuerung – alles läuft über MiOS, was eine starke Kundenbindung schafft. Die Fanbase („Mi Fans“) sorgt zusätzlich für enorme Reichweite im Netz.

Viele heben auch das ansprechende Design der Fahrzeuge hervor. Ich persönlich würde nicht in Abrede stellen, dass man sich hier, vorsichtig formuliert, an Autos von Porsche orientiert hat. Doch selbst wenn man sagen würde, das Design wurde kopiert, spielt es letztendlich für die meisten chinesischen Verbraucher keine Rolle, die vor allem Funktionalität und Preis bewerten.

Und dass diese Faktoren momentan die Konsumenten überzeugen, belegen die Zahlen: Xiaomi lieferte im Juni über 25.000 Fahrzeuge aus – der neunte Monat in Folge mit über 20.000 Einheiten. Die Wartezeit für Modelle wie den YU7 beträgt inzwischen bis zu 62 Wochen, was auf enormen Nachfragedruck hinweist – aber auch auf Skalierungsengpässe.

Finanziell ist der Auto-Arm von Xiaomi noch nicht profitabel, verzeichnete aber im 1. Quartal 2025 bereits eine Bruttomarge von 23%, doppelt so viel wie im Vorjahr. Der Quartalsverlust lag bei etwa 500 Mio. RMB (70 Mio. USD), doch CEO Lei Jun zeigt sich zuversichtlich, dass der Break-even noch 2025 gelingt. Spekulationen über eine potenzielle Kooperation mit Nvidia diese Woche (nachdem CEO Jensen Huang öffentlich Interesse an einem Xiaomi-Auto zeigte) verstärken die Fantasie um eine technologische Zukunftsführerschaft.

Tesla – Der globale Pionier unter lokalem Druck

In der ersten Jahreshälfte 2025 sanken die Tesla-Auslieferungen in China um rund 13%, auf knapp 365.000 Fahrzeuge. Besonders problematisch: Im 2. Quartal lag das Minus bei 12%, während Konkurrenten wie BYD oder Xiaomi zulegten. In diesem Kontext präsentiert Tesla nun das Model Y L, eine 6-sitzige SUV-Version, die in Shanghai gefertigt wird und speziell auf die Bedürfnisse chinesischer Familien zugeschnitten ist. Der Preis dürfte bei ca. 400.000 RMB (55.000 USD) liegen.

Auch wenn die jüngsten Juni-Verkäufe leicht über dem Vorjahr lagen (+0,8%), bestätigen sie den Trend: Das Wachstum kommt nicht mehr automatisch. Die chinesische Konkurrenz bietet mehr Auswahl, mehr Innovation – und vor allem: günstigere Preise. Während Xiaomi mit dem YU7 auch preislich punktet, tut sich Tesla zunehmend schwer, Marktanteile zu verteidigen.

In westlichen Märkten, wo viele bisher wohl einen Tesla vielen chinesischen Marken gegenüber bevorzugt haben und mehr Kaufkraft

haben, hat Tesla außerdem auch durch die Verbindung zu Musk mittlerweile ein Imageproblem. Dieses Problem besteht in China im Übrigen gar nicht, dort ist Musk nach wie vor recht beliebt.



Der Tesla-Aktienkurs hat sich nach einem stärkeren Einbruch zu Jahresbeginn trotz weiter kriselnder Absatzzahlen wieder gefangen und das hat seine Gründe. Technologisch bleibt Tesla stark: Autopilot, Batterieeffizienz und der globale Aufbau des Energiespeichergeschäfts (z.B. Megapack in Shanghai) gelten als langfristige Wachstumstreiber. Hinzu kommt das Robotik-Geschäft, welches zukünftig mehr zum Umsatz beitragen wird.

Tesla reagiert also mit einer interessanten Doppelstrategie: Während in China maßgeschneidertere Premium-Modelle auf den Markt kommen, gewinnen neue, innovativere Bereiche wie KI, Robotik und das Energiespeichergeschäft zunehmend an Bedeutung. Auch geopolitisch hat Tesla gegenüber Xiaomi den Vorteil, in den USA, Europa und Asien gleichermaßen präsent zu sein – etwas, das viele Investoren nach wie vor zu schätzen wissen.

Porsche – Premium pur, aber ohne China-Dynamik

Porsche gilt nach wie vor als technologisch stark und markentechnisch weltweit etabliert und ist dennoch in China aktuell im Rückwärtsgang. Im 1. Halbjahr 2025 sanken die Auslieferungen um 6%, der Rückgang in China betrug sogar 28%, auf nur gut 21.000 Fahrzeuge. Seit dem Hochpunkt 2021 (rund 100.000 Verkäufe) sinken die Zahlen kontinuierlich. Inzwischen denkt man laut darüber nach, den Verkauf von E-Autos in China ganz einzustellen.

Porsches Probleme im chinesischen Markt sind symptomatisch für die Krise der europäischen Premium-Hersteller. Der Hauptgrund: fehlende lokale Anpassung. Während chinesische Anbieter wie Xiaomi, NIO oder BYD Modelle spezifisch für ihr Heimatland entwickeln, setzt Porsche auf globale Plattformen, die in China teils als zu teuer, zu konservativ oder zu

langsam gelten.

Der Taycan etwa war einst ein Hoffnungsträger – heute sind die Verkaufszahlen ernüchternd. Und ganz persönlich finde ich im SUV-Segment, das Porsche mit dem Cayenne bedient, die chinesischen Modelle von XPeng und Li Auto sogar optisch ansprechender – gut möglich, dass einige chinesische Verbraucher diese Ansicht teilen.



Auch im Vergleich zur US-Konkurrenz wie Tesla oder Lucid verliert Porsche Terrain. Und obwohl der Macan zuletzt mit 15% Zuwachs glänzte, bleibt der Anteil vollelektrischer Fahrzeuge mit 25% überschaubar. Zwar plant man mit dem E-Cayenne eine Offensive, doch sie kommt spät – und möglicherweise zu spät für einen chinesischen Massenmarkt, der längst von neuen Marken besetzt ist.

Das spiegelt sich auch im Börsenkurs wider: Die Aktie liegt aktuell rund 65% unter den Höchstständen von 2023. Das Kursziel wurde von mehreren Analysten zuletzt bestätigt, allerdings ohne nennenswertes Upside. Auch institutionelle Investoren halten sich zurück – zu schwach das Wachstum, zu gering die Innovationsgeschwindigkeit, zu groß die Abhängigkeit vom schwächelnden VW-Konzern.

Investmentvergleich – 4 Visionen, 4 Chancen, 4 Risiken

BYD, Xiaomi, Tesla und Porsche – vier ganz unterschiedliche Wege zum E-Auto-Markt. Der eine nutzt Skalierung und Produktionsvorteile, der zweite Community und Ökosystem, der nächste Technologie und Marke, der dritte Prestige und Tradition.

BYD ist der am vollständigsten integrierte Player im E-Auto-Sektor. Das Unternehmen hat in den vergangenen Jahren nicht nur mit rekordverdächtigen Produktionszahlen beeindruckt, sondern etabliert sich zunehmend auch im Premium-Segment. Allerdings gilt dies eher für die Übersee-Regionen – in China selbst dürfte BYD aufgrund seiner Marke nur wenig Chancen haben, den anderen den Rang abzulaufen.

Gleichzeitig bleibt BYD in China hochprofitabel, was an der vertikal integrierten Lieferkette und den starken Verkaufszahlen liegt. Das Unternehmen ist damit der Maßstab, an dem sich alle anderen E-Auto-Anbieter messen lassen müssen – sowohl im Volumensegment als auch beim Angriff auf das Premiumfeld.

Xiaomi bietet derzeit das mit Abstand dynamischste Wachstum. Das Unternehmen spricht die technikaffine Mittelschicht Chinas an, schafft Ökosysteme und punktet mit Produktnähe. Die Risiken liegen vor allem in der China-Lastigkeit, den Skalierungskosten und der noch fehlenden Profitabilität.

Mit einem KGV von 32 ist die Aktie für einen China-Wert schon länger kein Schnäppchen mehr. Damit liegt man allerdings immer noch weit von Tesla (164) entfernt. Und selbst Porsche (24) ist nicht signifikant günstiger – speziell unter Berücksichtigung aktueller Wachstumsraten.

Tesla bleibt in dem Segment so etwas wie der globale Fels in der Brandung – technologisch an vorderster Front dabei, finanziell robust und mit einem auch durch die E-Auto-Historie bedingt starken Image ausgestattet.

Die Aktie ist allerdings wie erwähnt recht teuer und das Wachstum in China nicht mehr selbsttragend. Tesla steht somit eher für den transformativen Technologieführer, dessen Stärke in kontinuierlicher Innovation liegt. Die Aktie bleibt trotz aktueller Schwierigkeiten eine Kernposition für langfristig orientierte Investoren, sollte aber eher als Teil eines breiteren Technologie-Portfolios betrachtet werden denn als reine Automobil-Wette.

Porsche schließlich wirkt defensiver – ideal für Anleger, die Wert auf Marke, Dividenden (Rendite: 5,5%) und Substanz legen. Doch genau diese Substanz droht im E-Auto-Zeitalter zu erodieren: China ist als Wachstumsmotor ausgefallen, die Margen sind unter Druck, neue Modelle kommen zu spät.

Für technikaffine Wachstumsanleger dürfte die Aktie daher kaum attraktiv sein. Und auch Value-Investoren muss klar sein, dass Dividendenauszahlungen nicht in Stein, oder sagen wir in diesem Fall Blech, gemeißelt sind.

» Mein persönliches Fazit

Im chinesischen E-Auto-Premium-Kampf zeigt Xiaomi am deutlichsten, wie modernes Plattformdenken Marktanteile erobert. Das Unternehmen denkt Mobilität nicht nur als Produkt, sondern als Ökosystem und macht damit im höherpreisigen Segment im chinesischen Markt den vielversprechendsten Eindruck. Das Unternehmen gehört seit Jahren zu meinen größten China-Positionen und das wird sich auch nicht ändern – auch wenn dies notorisch keine reine E-Auto-Wette ist.

Ebenfalls, mit einer deutlich kleineren Position, bleibe ich in Tesla

investiert. Ich habe hier letztes Jahr Anteile reduziert, finde das Unternehmen jedoch als Innovationsführer spannend und glaube, dass Tesla von vielen unterschätzt wird.

In BYD bin ich ebenfalls mit einer größeren Position investiert und habe hier vor einigen Wochen die Kursschwäche für Nachkäufe genutzt. Ich sehe BYD allerdings weiterhin eher im unteren Preissegment und traue dem Unternehmen einen erfolgreichen Angriff auf die Premium-Marktführer noch nicht zu.

Porsche dagegen war nie und wird nie Teil meines Portfolios werden. Hart formuliert, wäre es eine Investition in ein schrumpfendes Premium-Narrativ, das in China kaum noch Zukunft hat.

Viel Erfolg mit deinen Investments wünscht Dir
Dein Eric Nebe

Offenlegung wegen möglicher Interessenkonflikte:

Der Autor/Redakteur ist in den folgenden besprochenen Wertpapieren bzw. Basiswerten zum Zeitpunkt der Veröffentlichung dieses Kommentars investiert: **BYD, Li Auto, Tesla, Xiaomi**

Meine aktuellen YouTube-Videos



Profi-Investor setzt voll auf China! Das sind die Gründe!



Starbucks-Aus in China? Aktie verkaufen?

TradingView® ist eine eingetragene Marke der [ICE Data Services](#). Nicht autorisierte Nutzung oder Missbrauch ist ausdrücklich verboten! Hier kommst Du zu [TradingView®](#).

Wir freuen uns über Lob, Kritik und Anregungen. Gerne kannst Du uns auch Themenvorschläge unterbreiten. Fragen und Anregungen bitte per Mail an express@china2invest.de

China2Invest Express weiterempfehlen! Wir würden uns freuen, wenn Du den China2Invest Express-Newsletter deinen Freunden und Kollegen weiterleiten würdest!

Kostenlose Anmeldung unter www.china2invest.de/express

investUp Media GmbH • Dollgasse 13 • D-97084 Würzburg • Registergericht: Amtsgericht
Würzburg • Registernummer: HRB 17058 • Geschäftsführer: Stefan Böhm, Markus Müller • USt-
IdNr.: DE365054878 • Inhaltlich Verantwortlicher i.S.d. § 18 Abs. 2 MStV: Eric Nebe (V.i.S.d.P.)

[Impressum](#) | [Datenschutz](#) | [Finanzanalyse](#)

Copyright © 2025 • investUp Media GmbH • Alle Rechte vorbehalten.