

Schulterschluss von Didi und Kuaidi

Umkämpfter Taxi-Markt in China

Norbert Hellmann, Schanghai 17.2.2015



In China erfreuen sich verschiedene Taxi-Apps einer grossen Beliebtheit. (Bild: Imago)

Chinas führende Online-Plattformen für Taxi-Buchungen wollen fusionieren. Dies bringt eine neue Wettbewerbssituation in ein bisher stark bezuschusstes Geschäft. Hinzu kommt eine ungewohnte Kooperation der Internet-Erzkrieger Alibaba und Tencent.

Im hitzigen Wettbewerbsumfeld für online-gestützte Taxi-Rufdienste vereinbarten die beiden dominanten chinesischen Anbieter Didi Dache und Kuaidi Dache eine Fusion. Damit dürfte eine der weltweit grössten Internetplattformen für Transportdienste entstehen. Gleichzeitig kommt es in diesem Teilbereich des Internet-Markts zu einem überraschenden indirekten Schulterschluss zwischen den beiden chinesischen Branchenriesen Alibaba (Online-Handel) und Tencent (soziale Netzwerke). Die zwei Firmen stehen mit Beteiligungen, IT-Unterstützung und der Abwicklung von Online-Zahlungen hinter den beiden App-Betreibern.

Ruinöser Wettbewerb

Branchenanalytiker hielten es bisher für wenig möglich, dass die beiden Branchenriesen Alibaba und Tencent, die seit Jahren in einer erbitterten Rivalität um die dominante Stellung in einer grossen Bandbreite mobiler Internetdienste stehen, einer solchen Fusion je zustimmen würden. Nun kommt es offenbar anders. Das spricht dafür, dass die Geschäftsmodelle der beiden Taxi-Ruf-Dienste Didi (bei dem Tencent engagiert ist) und Kuaidi (der von Alibaba mitgetragen wird) einer zu hohen Belastung durch einen ruinösen Preiswettbewerb beziehungsweise durch einen Subventionswettlauf ausgesetzt waren, als dass sie ihre App-gestützten Plattformen am Markt hätten etablieren und genügend Nutzer anziehen können.

Das bisher stark verlustträchtige Geschäft mit mobilen Taxi-Ruf-Diensten in China war Ende 2012 in Fahrt gekommen, als Didi Dache und Kuaidi Dache praktisch zeitgleich loslegten. Ihre Systeme erlauben es mittlerweile in zahlreichen chinesischen Grossstädten, Taxibetriebe, beziehungsweise ihre Fahrer, mit den App-Nutzern in direkte Kommunikation treten zu lassen. Dabei können die Nutzer der App etwa zu Stosszeiten Fahrpreisaufläge bieten, um an knappe Taxifahrten heranzukommen. Im Gegenzug bieten die Taxi-Ruf-Firmen ihren Nutzern Reduktionen auf Fahrpreise an, um sie auf die Plattformen zu locken. Diese Rabatte sind

ein Grund dafür, dass die Apps von Didi und Kuaidi rasend schnell Verbreitung gefunden haben. Laut Schätzungen von Branchenbeobachtern werden die Apps von rund 200 Mio. Smartphone-Benutzern in Anspruch genommen.

Das Interesse von Alibaba und Tencent an den Taxi-Buchungs-Diensten erklärt sich zum einen aus ihrem Bestreben, in allen Bereichen des Internet-Marktes präsent zu sein. Zum andern erhoffen sie sich, dass die Buchungsdienste und die damit verknüpften Lockangebote zu einer vermehrten Zahlungsabwicklung über ihre hauseigenen Online-Zahlungssysteme führen werden. Mit der Zusammenlegung wollen Didi und Kuaidi nun allerdings vermeiden, dass es zu einem eskalierenden Wettbewerb kommt, der die Cash-Reserven beider Gesellschaften aufzuzehren droht. Kuaidi, das neben Alibaba auch den japanischen Internet- und Telekomkonzern Softbank zum Investorenkreis zählt, hatte im Januar in einer neuen Finanzierungsrunde rund 600 Mio. \$ an zusätzlichem Kapital eingesammelt. Der Firmenwert des Unternehmens wird auf dieser Basis von Analytikern bei über 2 Mrd. \$ veranschlagt.

Börsengang denkbar

Der Tencent-Konzern, der mit einem nicht genannten Anteil als grösster Investor bei Didi gilt, dürfte auch nach der Fusion der grösste Anteilseigner der erweiterten Gesellschaft darstellen. Die Vorstandschefs von Didi und Kuaidi sollen dabei in einer gleichberechtigten Position das Unternehmen gemeinsam führen. Gleichzeitig wollen sie die Möglichkeiten eines Börsengangs der neuen Gesellschaft sondieren. Der potenzielle Marktwert wird gegenwärtig auf bis zu 6 Mrd. \$ veranschlagt. Für die Nutzer soll sich am Markenauftritt jedoch nichts ändern, so dass auch künftig zwei verschiedene Taxi-Buchungs-Apps mit separaten Zahlungsabwicklungen am Markt präsent sein werden.

Noch völlig offen ist die Frage, ob der Zusammenschluss ein wettbewerbsrechtliches Nachspiel haben wird. Didi und Kuaidi haben gegenwärtig keine ernsthaften Konkurrenten am chinesischen Markt für App-gestützte Rufdienste für öffentliche Taxis. Ob der Zusammenschluss jedoch als eine Monopolsituation gewertet wird, die ein Fusionskontrollverfahren nach sich zieht, ist zweifelhaft, zumal die Dienste derzeit keine Gebühren von ihren Nutzern verlangen. Bis jetzt gibt es keinen Präzedenzfall für eine Anwendung der noch vergleichsweise jungen chinesischen Gesetzgebung für Fusionskontrollen im Internet-Sektor.

Didi und Kuaidi betreiben zudem zwei separate Plattformen namens Didi Zhuanche und Kuaidi One für den sich öffnenden chinesischen Markt für Autovermietungs- und Chauffeurdienste. Hier ist eine Konkurrenzbeziehung zu der US-Plattform für Fahrvermittlungsdienste Uber gegeben, die 2014 auch in China an den Start gegangen ist. Uber ist aber bei Chinas Behörden mehrfach angeeckt und darf nach einer Entscheidung des Transportministeriums ihr in einigen westlichen Ländern erfolgreiches Online-Buchungssystem für Mitfahrdienste in privaten Personenwagen nicht mehr in China betreiben.

Uber mischt mit

Uber verzeichnet gleichwohl wachsende Erfolge bei der Vermittlung von lizenzierten Chauffeurdiensten und steht damit auch im Wettbewerb zu Taxibuchungen. Ubers Chinageschäft hat kürzlich durch den Einstieg des chinesischen Internetriesen Baidu, des führenden Anbieters von Suchmaschinen und Ortungsdiensten im Reich der Mitte, Rückendeckung bekommen. Baidu hatte im Dezember angekündigt, sich mit 600 Mio. \$ bei Uber China einzukaufen. Damit sind die drei grössten Internetkonzerne Chinas in der Online-Vermittlung von Personentransporten mit von der Partie.