



Daimler Trucks stellt Krisenfestigkeit unter Beweis

Daimler Trucks stellt Krisenfestigkeit unter Beweis

Absatz trotz großer Marktunterschiede deutlich gestiegen
Produktoffensive schreitet voran
Geschäft in Russland, Indien und China kommt auf Touren
Markteinflüsse im Jahr 2013 bleiben anspruchsvoll
Das Nutzfahrzeuggeschäft ist stark von Konjunkturzyklen geprägt, weist aber mittel- und langfristig vielversprechende Perspektiven auf. Daimler Trucks ist auf Markt-Zyklen vorbereitet und hat 2012 belegt, dass das Nutzfahrzeuggeschäft auch in schwierigen Zeiten gut funktioniert.
Obwohl die Entwicklung in den Absatzmärkten sehr unterschiedlich verlief, konnte der Absatz im Jahresvergleich erheblich gesteigert werden. Per Ende November belief sich der Absatz der sechs Marken Mercedes-Benz, Fuso, Freightliner, Western Star, Thomas Built Buses und BharatBenz auf rund 424.000 (i.V. 371.000) Einheiten. Damit wurde nicht nur das Vergleichsergebnis des Vorjahres um 14 Prozent übertroffen, sondern nach elf Monaten das Gesamtjahresvolumen aus dem Jahr 2011 von rund 426.000 Einheiten praktisch schon erreicht.
Dazu Andreas Renschler, im Vorstand der Daimler AG verantwortlich für Daimler Trucks und Daimler Buses: "Wir können mit der Entwicklung des Jahres 2012 durchaus zufrieden sein. Uns ist trotz volatiler Märkte eine deutliche Absatzsteigerung gelungen. Das zeigt, dass unser globales Geschäftsmodell "Trucks for the World" Früchte trägt. Mit unseren zunehmenden Aktivitäten in vielversprechenden Märkten wie in Russland, Indien und China sind wir gut unterwegs, um noch stärker als bisher von der weltweit weiter wachsenden Nutzfahrzeugnachfrage zu profitieren." Renschlers Vertrag als Daimler-Vorstandsmitglied verantwortlich für Lkw und Busse war vor wenigen Tagen um fünf Jahre bis zum 30. September 2018 verlängert worden.
Wachstumsträger für Daimler Trucks im zu Ende gehenden Jahr waren insbesondere die Märkte in Asien und in Nordamerika. Trucks NAFTA setzte in den ersten elf Monaten rund 129.000 Lkw ab, ein Plus von 21 Prozent im Vergleich zum Vorjahr. Noch deutlicher fiel der Zuwachs in Asien aus. Die Verkäufe von Trucks Asia wuchsen von Januar bis November 2012 im Jahresvergleich um fast ein Drittel auf 162.000 (i.V. 124.000) Fahrzeuge. Der Absatz von Fuso in Japan verbesserte sich dabei überproportional um 35 Prozent auf rund 32.000 Einheiten.
Herausfordernd war 2012 insbesondere der brasilianische Markt. Dort führte die zu Jahresbeginn eingeführte neue Abgasnorm Euro V, eine konjunkturelle Schwächephase und die lange Zeit herrschende Unklarheit über finanzielle Anreize zum Kauf von Investitionsgütern zur starken Zurückhaltung der Käufer. Dem konnte sich auch die Lkw-Sparte LA (Lateinamerika) nicht entziehen, der Absatz ging in Brasilien um 31 Prozent auf knapp 28.000 Fahrzeuge zurück. In Europas Märkten hinterließ die Schuldenkrise Brems Spuren im Absatz, aus denen Mercedes-Benz allerdings dank der vom neuen Actros angeführten Modelloffensive ausscheren konnte. Die Verkäufe von Mercedes-Benz-Lkw in Europa lagen per Ende November deshalb um 3 Prozent über dem Vorjahresniveau und addierten sich auf fast 76.000 Einheiten. Gut unterwegs war Mercedes-Benz auch in der Türkei. Dort konnte der Absatz in den ersten elf Monaten um 2 Prozent auf rund 14.900 Fahrzeuge ausgebaut werden.
Aufgrund der Entwicklung in Europa und der Türkei konnte der Markteinbruch in Brasilien zumindest teilweise aufgefangen werden. Dennoch schrumpfte der Absatz von Trucks EU/LA (Europa/Lateinamerika) von Januar bis November 2012 im Jahresvergleich um sechs Prozent auf rund 132.500 (i.V. 141.200) Einheiten.
Fortgesetzt hat Mercedes-Benz Lkw 2012 seine Produktoffensive. Nachdem der neue Actros bei Vergleichsfahrten unter Beweis stellte, dass der neue Schwer-Lkw auch in der Euro VI-Variante deutlich weniger Kraftstoff verbraucht als sein Vorgänger, wurde im Herbst der speziell für den schweren Verteilerverkehr entwickelte Antos der Öffentlichkeit vorgestellt. Folgen wird im Frühjahr 2013 das Baustellenfahrzeug unter dem Namen Arocs. "Actros, Antos und Arocs sind greifbare Ergebnisse unserer Schwer-Lkw-Plattform, mit der Daimler Trucks seine Modul- und Baukastenstrategie vorantreibt. Diese Strategie hat zum Ziel, weltweit eine möglichst hohe Gleichteilrate zu erreichen und so Synergie- und Skaleneffekte zu generieren", so Andreas Renschler.
Dass Daimler Trucks nicht nur bei konventionellen Antrieben Benchmark ist, wurde unter anderem durch den auf der IAA dem europäischen Publikum vorgestellten Fuso Canter Eco Hybrid untermauert. Der neue Canter Eco Hybrid verbraucht bis zu 23 Prozent weniger Kraftstoff als ein vergleichbarer konventioneller Canter. Angesichts eines moderaten Aufpreises für die Hybrid-Antriebstechnik amortisiert sich der Canter Eco Hybrid damit bei üblichen Fahrleistungen bereits nach drei bis vier Jahren.
Kräftig voran kam Daimler Trucks im Jahr 2012 mit seinen Aktivitäten in den Schwellenländern. In Russland wurde die seit 2008 bestehende Partnerschaft zwischen Daimler Trucks und dem dortigen Marktführer für schwere Lkw, Kamaz, erweitert. Die beiden Joint Venture Mercedes-Benz Trucks Vostok (MBTV) und Fuso Kamaz Trucks Rus (FKTR) gewinnen an Fahrt. Im November wurde ein Lieferabkommen über Motoren und Achsen für Lkw und Busse des russischen Unternehmens unterzeichnet. Gerechnet wird mit einem jährlichen Liefervolumen von zunächst über 7.000 Motoren und 15.000 Achsen. In Zukunft planen beide Unternehmen im Rahmen eines Joint Venture eine gemeinsame Achsfertigung in Russland. Daimlers Nutzfahrzeugsparte wird damit ihr Komponenten-Netzwerk in Russland auf- und ausbauen. Erst im Juni dieses Jahres hatten Daimler und Kamaz die Unterzeichnung eines Lizenzvertrages verkündet, der die Belieferung und schrittweise Lokalisierung von Mercedes-Benz Axor Kabinen für die neue Generation der Kamaz-Lkw vorsieht, die nächstes Jahr in den russischen Markt eingeführt wird.
"Inzwischen profitiert Daimler Trucks von der Partnerschaft mit Kamaz gleich dreifach: Zum einen etablieren sich unsere Joint Venture mit Kamaz für Mercedes-Benz und Fuso Lkw im russischen Markt und wir verkaufen Komponenten an unseren Partner. Zum anderen sind wir am Marktführer beteiligt, der dank unserer Komponenten technologisch deutliche Fortschritte macht und damit größere Absatzchancen erhält", sagte Andreas Renschler. In Russland steigerte Daimler Trucks den Absatz in den ersten elf Monaten insgesamt um 34 Prozent auf rund 6.600 Einheiten.
In Indien, dem weltweit drittgrößten Lkw-Markt, ist Daimler Trucks inzwischen mit der eigenen Marke BharatBenz vertreten. Nach einem Investment von 700 Mio. Euro für das Gesamtprojekt ging das Werk in Chennai im April 2012 in Betrieb. Gestartet wurde die Produktion mit schweren Lkw, im vierten Quartal 2012 folgten mittelschwere Modelle. Gefertigt werden können aktuell 36.000 Lkw pro Jahr, geplant ist eine Ausweitung der Kapazität auf mehr als 70.000 Einheiten. Insgesamt will die indische Tochter Daimler India Commercial Vehicles (DICV) bis 2014 17 Lkw-Modelle von 7 bis 49 Tonnen auf den Markt bringen. Die Fahrzeuge sind speziell für die steigenden Kundenanforderungen in Indien konzipiert.
Im chinesischen Lkw-Markt fährt Daimler Trucks eine Doppelstrategie. Die Premium-Produkte von Mercedes-Benz Lkw erfahren einen immer stärkeren Zuspruch. In diesem Jahr dürften gut 6.000 Lkw mit dem Stern im Reich der Mitte verkauft werden, ein Rekord. Damit hat der chinesische Absatz für Mercedes-Benz Lkw eine Größe erreicht, die ihn auf ein Niveau mit den Verkäufen in Kernmärkten in Europa bringt. Große Wachstumschancen gibt es in China auch im Volumensegment, das Daimler Trucks seit Anfang Juli über das Joint Venture mit Foton (Beijing Foton Daimler Automotive) und die Lkw-Marke Auman bedient.
In vielen Schwellenländern gewinnen so genannte "Modern Domestic" Trucks, zu denen die mittelschweren und schweren Auman-Lkw und auch die BharatBenz-Modelle gehören, deutlich Marktanteile. Das gleichnamige Segment für qualitativ hochwertige, robuste und gleichzeitig wirtschaftliche Lkw wird nach Experteneinschätzung in Ländern wie China oder Indien in den nächsten Jahren am stärksten zulegen.
Im kommenden Jahr sieht Daimler Trucks gute Chancen, an die Absatzerfolge des Jahres 2012 anknüpfen zu können. Die Erwartung fußt auf der Expertenprognose, dass der globale Lkw-Markt insgesamt leicht wachsen wird, Daimler Trucks von seiner globalen Aufstellung profitiert und dabei bestrebt ist, weitere Marktanteile zu gewinnen. "Allerdings dürfen Risikofaktoren die wie europäische Schuldenkrise oder staatliche Regulierungsmaßnahmen auf die Lkw-Nachfrage nicht unterschätzt werden", so Andreas Renschler. Mittel- und langfristig bleibt die Lkw-Branche eine Wachstumsindustrie, Experten rechnen bis zum Jahr 2020 mit einem durchschnittlichen jährlichen Wachstum des weltweiten Lkw-Marktes zwischen drei und vier Prozent an dem Daimler Trucks laut Renschler dank seiner globalen Aufstellung und der Vielfalt der Marken überproportional partizipieren wird. Dazu Renschler weiter: "Wir sind die Nummer Eins bei mittelschweren und schweren Lkw und haben alle Instrumente an Bord, diese Position nachhaltig zu festigen."

Daimler AG
70546 Stuttgart
Deutschland
Telefon: +49 (711) 17 0
Telefax: +49 711 17 22244
Mail: dialog@daimler.com
URL: <http://www.daimlerchrysler.de/>

Pressekontakt

Daimler AG

70546 Stuttgart

daimlerchrysler.de/
dialog@daimler.com

Firmenkontakt

Daimler AG

70546 Stuttgart

daimlerchrysler.de/
dialog@daimler.com

ehemals DaimlerChrysler AG DaimlerChrysler ist in der Automobilbranche einzigartig: Das Angebot reicht vom Kleinwagen über Sportwagen bis hin zur Luxuslimousine ? und vom vielseitig einsetzbaren Kleintransporter über den klassischen Schwer-Lkw bis hin zum komfortablen Reisebus. Zu den Personenwagen-Marken von DaimlerChrysler zählen Maybach, Mercedes-Benz, Chrysler, Jeep, Dodge und smart. Zu den Nutzfahrzeug-Marken gehören Mercedes-Benz, Freightliner, Sterling, Western Star, Setra und Mitsubishi Fuso. DaimlerChrysler Financial Services bietet Finanz- und andere fahrzeugbezogene Dienstleistungen an. Die Strategie von DaimlerChrysler basiert auf vier Säulen: Globale Präsenz, herausragende Produkte, führende Marken sowie Innovations- und Technologieführerschaft. DaimlerChrysler hat eine globale Belegschaft und eine internationale Aktionärsbasis. Mit 384.723 Mitarbeitern erzielte DaimlerChrysler im Geschäftsjahr 2004 einen Umsatz von 142,1 Mrd. Euro.