

Daimler Buses strebt für das Jahr 2013 höheren Absatz und Rückkehr in die Gewinnzone an

Daimler Buses strebt für das Jahr 2013 höheren Absatz und Rückkehr in die Gewinnzone an. Zahlreiche Produkteinführungen und Wachstums- und Effizienzmaßnahmen auf gutem Weg. Renditeziel von 6 % bestätigt. Marktschwäche in Brasilien und Europa sowie Einmalaufwendungen belasten Jahresergebnis 2012. Stuttgart - Daimler Buses erwartet für das Jahr 2013 steigende Absätze und rechnet gleichzeitig mit einer Rückkehr in die Gewinnzone. Der Optimismus fußt auf mehreren Säulen. Zum einen befindet sich die Bussparte des Konzerns inmitten eines Produktfeuerwerks und arbeitet gleichzeitig das Wachstums- und Effizienzprogramm "GLOBE2013" konsequent ab. Auch wenn das Marktumfeld vor allem in Europa sehr herausfordernd bleiben dürfte, andere wichtige Absatzmärkte wie Brasilien sollten auf den Wachstumspfad zurückkehren.

"Wir werden Absatz und Umsatz 2013 steigern, und wir werden Gewinn machen - auch wenn die Ergebnissituation in unserem europäischen Geschäft herausfordernd bleibt", sagte Hartmut Schick, Leiter Daimler Buses. Gleichzeitig bekräftigte er sowohl das Absatzziel von mehr als 40.000 Einheiten im Jahr 2015 als auch die Zielrendite von 6 % über den Zyklus. Marktführung in den Kernmärkten verteidigt. Insbesondere aufgrund der schwierigen Lage auf wichtigen Absatzmärkten wie Brasilien und Westeuropa waren die Verkäufe von Daimler Buses im Jahr 2012 zurückgegangen. Abgesetzt wurden weltweit 32.100 (i. V. 39.700) Busse und Fahrgestelle, wobei die Marktführerschaft in den Kernmärkten im Segment für Busse mit einem zulässigen Gesamtgewicht über 8 t verteidigt werden konnte. Das gegenüber dem Vorjahr niedrigere Volumen resultierte insbesondere aus der rückläufigen Geschäftsentwicklung bei Fahrgestellen in Lateinamerika. In Lateinamerika (ohne Mexiko) ging der Absatz von Fahrgestellen der Marke Mercedes-Benz um 29 % auf 17.800 Einheiten zurück. In Brasilien war zu Beginn des Jahres 2012 die strengere Abgasnorm Euro V eingeführt worden. Dies hatte 2011 zu vorgezogenen Käufen geführt, was 2012 einen kräftigen Markteinbruch nach sich zog. Am Zuckerhut konnte Daimler Buses dennoch seine führende Position im Busmarkt auf 44 % (i. V. 43 %) ausbauen. In einem stabilen mexikanischen Markt wurden wie im Vorjahr 3.500 Einheiten abgesetzt. Mit einem Marktanteil von rund 48 % (i. V. 50 %) wurde der erste Platz verteidigt. In Westeuropa wirkte die Staatsschuldenkrise dämpfend auf die Kundennachfrage, der Markt schrumpfte auf das niedrigste Volumen seit 20 Jahren. Der Absatz von Daimler Buses lag dennoch mit 5.900 Einheiten auf Vorjahresniveau. Daimler Buses konnte damit die führende Marktposition in Westeuropa mit einem Marktanteil von rund 28 % (i. V. 27 %) weiter ausbauen. In Deutschland verminderten sich die Busverkäufe leicht auf rund 2.040 (i. V. 2.210) Einheiten. In der Türkei wurden erneut 1.100 (i. V. 1.100) Einheiten an Kunden geliefert, der Marktanteil kletterte auf 51,5 % (i. V. 49,4 %).

Hartmut Schick: "Kein verlorenes Jahr". Der Umsatz von Daimler Buses insgesamt verminderte sich aufgrund der insbesondere in Brasilien deutlich geringeren Absätze und der schwierigen Lage in vielen europäischen Busmärkten um 0,5 Mrd. auf 3,9 Mrd. Euro. Das EBIT lag mit minus 232 Mio. Euro unter dem Wert des Vorjahres von plus 162 Mio. Euro. Aufwendungen von 155 Mio. Euro für die Neuausrichtung des europäischen und nordamerikanischen Geschäftssystems waren für einen Großteil des Verlustes verantwortlich. Dazu Hartmut Schick: "In vielen unserer Kernmärkte herrschte 2012 Katerstimmung. Dies hat nicht nur bei uns tiefe Spuren hinterlassen. Dennoch war 2012 für Daimler Buses kein verlorenes Jahr. Wir haben hart gearbeitet und viel erreicht. Wir sind heute schlanker, flexibler und ausgewogener aufgestellt als noch vor einem Jahr. Und wir haben bei den Investitionen für unsere zukünftigen Produkte keine Abstriche gemacht." Daimler Buses hatte im vergangenen Jahr die Initiative GLOBE2013 zur Realisierung weiterer Wachstumspotenziale und zur Stärkung der Wettbewerbsfähigkeit insbesondere in Europa ins Leben gerufen. Das Programm zur Absicherung der nachhaltigen Profitabilität zielt auf ein Potenzial zur Ergebnisverbesserung in der Größenordnung von 200 Mio. Euro bis Ende des Jahres 2014. Im vergangenen Jahr wurde intensiv und erfolgreich an der Umsetzung des Programms gearbeitet. Unter anderem wurden Kosteneinsparungen im mittleren zweistelligen Millionenbereich erzielt. GLOBE2013: Mitten in der Umsetzung. Erhebliche Fortschritte erreicht wurden auch bei der Optimierung des Produktionsnetzwerkes: Die Fertigung des Reisebusses Mercedes-Benz Travego wurde im türkischen Werk in Hosdere konzentriert. Mannheim ist inzwischen das Kompetenzzentrum Rohbau. Die Rohbauteile selbst kommen aus dem tschechischen Werk in Holyov. Das Werk im französischen Ligny wurde auf Montage umgestellt. Und Neu-Ulm ist seit dem letzten Jahr für die Lackierung verantwortlich. Ein weiteres Beispiel für die Umsetzung der GLOBE-Maßnahmen liefert der Vertrieb. Zu Beginn dieses Jahres trat die neue Vertriebsstruktur in Kraft. In Deutschland liegt die Vertriebsverantwortung für Setra und Mercedes-Benz jetzt in einer Hand. Das sorgt dafür, dass die Verkaufsstrategien für beide Marken eng aufeinander abgestimmt sind. Außerdem wurde die Position eines Key Account Managers für international agierende Großkunden geschaffen. Schöpfen können die Verkäufer aus dem Vollen. Das Omnibus-Angebot wurde in den zurückliegenden Monaten umfangreich erneuert. Beide Marken bieten schon jetzt ein umfangreiches Programm nach Euro VI und damit deutlich vor Inkrafttreten der neuen Abgasnorm. Seine technologische Führungsrolle bewies Daimler Buses im Herbst 2012 im Rahmen eines Feldversuches, mit dem bewiesen wurde, dass die neuen Euro VI-Busse deutlich sparsamer mit dem Kraftstoff umgehen als ihre Vorgänger. Der Dieselverbrauch wurde trotz Euro VI um 8 % gesenkt. Fokusmarkt Indien. Daimler Buses nutzt aber nicht nur die sich bietenden Chancen in den etablierten Staaten, sondern erschließt sich auch Potential in dynamisch wachsenden Busmärkten wie Indien, Russland oder China. Priorität genießt die Entwicklung des Geschäfts in Indien. Wurden zu Beginn des Jahrtausends in Indien weniger Busse verkauft als in Westeuropa, ist der indische Markt für Busse über acht Tonnen mit gut 52.000 Einheiten inzwischen mehr als doppelt so groß. In den kommenden zehn Jahren könnte er erneut um zwei Drittel zulegen. "An diesem dynamischen Wachstum werden wir teilhaben", so Schick. Vor Ort arbeitet Daimler Buses an einer engen Verzahnung mit dem in Chennai beherrschten Lkw-Geschäft von Daimler India Commercial Vehicles. So sollen in Zukunft Synergien in Entwicklung, Produktion, Vertrieb, Service, Einkauf und Logistik gehoben werden. Aus diesem Grund wird derzeit die lokale Busproduktion von Pune nach Chennai verlagert. In Russland wurden die Verkaufstätigkeiten gestärkt, indem die für das Europageschäft zuständige EvoBus ihre Vertriebsorganisation in jene des Joint Ventures Mercedes-Benz Trucks Vostok integrierte, in dem Daimler Trucks und der russische Hersteller Kamaz zusammenarbeiten. Als Zugang zum chinesischen Markt hat Daimler Buses nach gründlicher Analyse ein Chassis-Konzept gewählt. 2012 wurde das gewählte Chassis an die chinesischen Vorschriften angepasst, vielversprechende Gespräche mit lokalen Aufbaugerüstern sind im Gange. Weitere Informationen von Daimler sind im Internet verfügbar: www.media.daimler.com und www.daimler.com. Dieses Dokument enthält vorausschauende Aussagen zu unserer aktuellen Einschätzung zukünftiger Vorgänge. Wörter wie antizipieren, annehmen, glauben, einschätzen, erwarten, beabsichtigen, können/könnten, planen, projizieren, sollten und ähnliche Begriffe kennzeichnen solche vorausschauenden Aussagen. Diese Aussagen sind einer Reihe von Risiken und Unsicherheiten unterworfen. Einige Beispiele hierfür sind eine ungünstige Entwicklung der weltwirtschaftlichen Situation, insbesondere ein Rückgang der Nachfrage in unseren wichtigsten Absatzmärkten, eine Verschärfung der Staatsschuldenkrise in der Eurozone, eine Verschlechterung unserer Refinanzierungsmöglichkeiten an den Kredit- und Finanzmärkten, unabwendbare Ereignisse höherer Gewalt wie beispielsweise Naturkatastrophen, Terrorakte, politische Unruhen, Industrieunfälle und deren Folgewirkungen auf unsere Verkaufs-, Einkaufs-, Produktions- oder Finanzierungsaktivitäten, Veränderungen der Wechselkurse, eine Veränderung des Konsumverhaltens in Richtung kleinerer und weniger gewinnbringender Fahrzeuge oder ein möglicher Akzeptanzverlust unserer Produkte und Dienstleistungen mit der Folge einer Beeinträchtigung bei der Durchsetzung von Preisen und bei der Auslastung von Produktionskapazitäten, Preiserhöhungen bei Kraftstoffen und Rohstoffen, Unterbrechungen der Produktion aufgrund von Materialengpässen, Belegschaftsstreiks oder Lieferanteninsolvenzen, ein Rückgang der Wiederverkaufspreise von Gebrauchtfahrzeugen, die erfolgreiche Umsetzung von Kostenreduzierungs- und Effizienzsteigerungsmaßnahmen, die Geschäftsaussichten der Gesellschaften, an denen wir bedeutende Beteiligungen halten, die erfolgreiche Umsetzung strategischer Kooperationen und Joint Ventures, die Änderungen von Gesetzen, Bestimmungen und behördlichen Richtlinien, insbesondere soweit sie Fahrzeugemission, Kraftstoffverbrauch und Sicherheit betreffen, sowie der Abschluss laufender behördlicher Untersuchungen und der Ausgang anhängiger oder drohender künftiger rechtlicher Verfahren und weitere Risiken und Unwägbarkeiten, von denen einige im aktuellen Geschäftsbericht von Daimler unter der Überschrift Risikobericht beschrieben sind. Sollte einer dieser Unsicherheitsfaktoren oder Unwägbarkeiten eintreten oder sollten sich die den vorausschauenden Aussagen zugrunde liegenden Annahmen als unrichtig erweisen, könnten die tatsächlichen Ergebnisse wesentlich von den in diesen Aussagen genannten oder implizit zum Ausdruck gebrachten Ergebnissen abweichen. Wir haben weder die Absicht noch übernehmen wir eine Verpflichtung, vorausschauende Aussagen laufend zu aktualisieren, da diese ausschließlich auf den Umständen am

Tag der Veröffentlichung basieren.
Über Daimler
Die Daimler AG ist eines der erfolgreichsten Automobilunternehmen der Welt. Mit den Geschäftsfeldern Mercedes-Benz Cars, Daimler Trucks, Mercedes-Benz Vans, Daimler Buses und Daimler Financial Services gehört der Fahrzeughersteller zu den größten Anbietern von Premium-Pkw und ist der größte weltweit aufgestellte Nutzfahrzeug-Hersteller. Daimler Financial Services bietet Finanzierung, Leasing, Flottenmanagement, Versicherungen und innovative Mobilitätsdienstleistungen an. Die Firmengründer Gottlieb Daimler und Carl Benz haben mit der Erfindung des Automobils im Jahr 1886 Geschichte geschrieben. Als Pionier des Automobilbaus gestaltet Daimler auch heute die Zukunft der Mobilität: Das Unternehmen setzt dabei auf innovative und grüne Technologien sowie auf sichere und hochwertige Fahrzeuge, die faszinieren und begeistern.
Daimler investiert seit Jahren konsequent in die Entwicklung alternativer Antriebe mit dem Ziel, langfristig das emissionsfreie Fahren zu ermöglichen. Neben Hybridfahrzeugen bietet Daimler dadurch die breiteste Palette an lokal emissionsfreien Elektrofahrzeugen mit Batterie und Brennstoffzelle. Denn Daimler betrachtet es als Anspruch und Verpflichtung, seiner Verantwortung für Gesellschaft und Umwelt gerecht zu werden. Daimler vertreibt seine Fahrzeuge und Dienstleistungen in nahezu allen Ländern der Welt und hat Produktionsstätten auf fünf Kontinenten. Zum heutigen Markenportfolio zählen neben Mercedes-Benz, der wertvollsten Premium-Automobilmarke der Welt, die Marken smart, Freightliner, Western Star, BharatBenz, Fuso, Setra und Thomas Built Buses. Das Unternehmen ist an den Börsen Frankfurt und Stuttgart notiert (Börsenkürzel DAL). Im Jahr 2012 setzte der Konzern mit 275.000 Mitarbeitern 2,2 Mio. Fahrzeuge ab. Der Umsatz lag bei 114,3 Mrd. €, das EBIT betrug 8,6 Mrd. €.

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.