

IAA 2012: Daimler präsentiert „Trucks for the world“

„So global wie möglich, so lokal wie nötig“, lautet das Motto in der Daimler-Nutzfahrzeugsparte. Weil der weltgrößte Lkw-Hersteller dank seines „Global Excellence“-Ansatzes nicht nur in den traditionellen, sondern auch in den neuen Märkten mit Vollgas unterwegs ist, fühlt er sich im globalen Wettbewerb optimal aufgestellt. Dies verdeutlicht eindrucksvoll der Daimler-Markenabend im Rahmen der IAA-Pressetage in Hannover.

Bei der Präsentation seines Marken- und Produktportfolios stellt Daimler Trucks neben Lkw der Marken Mercedes-Benz, Freightliner und Fuso erstmals auch Nutzfahrzeuge aus allen BRIC-Märkten (Brasilien, Russland, Indien, China) gemeinsam in Europa vor.

Für Russland geht eine Sattelzugmaschine des russischen Partners Kamaz (Kamaz 5490 HDT) an den Start. Die Präsenz des Konzerns in Indien verdeutlicht ein Fahrzeug der Marke BharatBenz (BharatBenz 4928 HDT). Das chinesische Engagement wird vertreten durch einen Auman-Truck (Auman GTL), der von Beijing Foton Daimler Automotive Co. Ltd. (BFDA) hergestellt wurde. Ein im brasilianischen Werk Juiz de Fora produzierter Actros (Mercedes-Benz Actros Brazil 2655 LS) komplettiert das weltumspannende Marken- und Produktdefilee.

„Daimler Trucks ist ein ‚Global Player‘ durch und durch – und nicht einfach ein europäischer Hersteller, der international tätig ist“, bringt es Andreas Renschler, im Vorstand der Daimler AG verantwortlich für Daimler Trucks und Daimler Buses, anlässlich der Presseveranstaltung auf den Punkt. Mit dieser Aussage spielt Renschler auf die breite Markenvielfalt von Daimler Trucks an, die gezielt lokales Know-how einbezieht und länderspezifische Bedürfnisse spiegelt.

Gleichzeitig hebt der an 27 Produktionsstätten weltweit operierende Nutzfahrzeugehersteller mit einer markenübergreifenden Baukastenstrategie beträchtliche Skalenerträge. So fußen beispielsweise die leichten und mittelschweren BharatBenz-Lkw auf den Baureihen Fuso Canter und Fuso Fighter, während die schweren Lkw der indischen Daimler-Marke auf der Plattform des Mercedes-Benz Axor basieren.

Besonderes Augenmerk legt Daimler Trucks bei seinem internationalen Engagement auf die großen Wachstumsmärkte Russland, Indien und China. Ihnen gemein ist eine stark ansteigende Nachfrage nach Lkw aus dem sogenannten „Modern Domestic Segment“, welches die steigenden Anforderungen der Kunden nach qualitativ hochwertigen und gleichzeitig wirtschaftlichen Fahrzeugen abbildet. Es wird erwartet, dass dieses Segment bis zum Jahr 2020 global mehr als die Hälfte des Marktes für mittlere und schwere Lkw ausmachen wird.

Dass Daimler Trucks für diese Dynamik gut gerüstet ist, zeigt das Beispiel Russland. Zusammen mit dem strategischen Partner Kamaz, an dem die Daimler AG gemeinsam mit der European Bank for Reconstruction and Development 15 Prozent der Anteile hält, erschließt die Nutzfahrzeugsparte den dortigen Lkw-Markt – und damit den größten Markt Europas. Dazu trägt neben den beiden Joint Ventures Mercedes-Benz Trucks Vostok (MBTV) und Fuso Kamaz Trucks Rus. (FKTR) auch ein im Juni 2012 geschlossener Lizenzvertrag zwischen den beiden Partnern bei.

Den indischen Lkw-Markt mischt seit diesem Jahr die eigens für das asiatische Land gegründete Marke BharatBenz auf. Die 100-prozentige Daimler-Tochter Daimler India Commercial Vehicles (DICV) hat im April dieses Jahres ihr hochmodernes Produktionswerk in Chennai eröffnet, und wird noch in diesem Monat mit der Auslieferung der ersten Schwer-Lkw beginnen. Bis 2014 wächst das Angebot auf insgesamt 17 BharatBenz-Modelle in den Gewichtsklassen von sechs bis 49 Tonnen.

In China nimmt BFDA Fahrt auf. Das 50:50-Joint Venture zwischen Daimler und Foton, einem der größten chinesischen Lkw-Hersteller, produziert seit Juli 2012 gemeinsam Trucks der Marke Auman. Im ersten Halbjahr 2013 beginnt BFDA zudem mit dem Bau eines neuen Motorenwerkes am Firmensitz in Peking-Huairou und investiert dafür rund 135 Millionen Euro.

Trotz der Dynamik in den Wachstumsmärkten bleibt der Heimatmarkt von Daimler Trucks die Triade: Nordamerika, Japan und Europa werden nach wie vor einen Großteil des Geschäfts ausmachen. (ampnet/nic)

Bilder zum Artikel:



Daimler Markenabend auf der IAA 2012 in Hannover: Mercedes-Benz Actros Brazil.



Die Fahrzeuge der „Trucks for the world“-Präsentation werden von Fahrern aus den jeweiligen Ländern vorgefahren.



Daimler Markenabend auf der IAA 2012 in Hannover: Mercedes-Benz Antos.



Daimler Markenabend auf der IAA 2012 in Hannover: Mercedes-Benz Antos.



Daimler Markenabend auf der IAA 2012 in Hannover: Mercedes-Benz Actros.

Daimler Markenabend auf der IAA 2012 in Hannover: Mercedes-Benz Actros.



Daimler Markenabend auf der IAA 2012 in Hannover: Fuso Canter Eco Hybrid.



Daimler Markenabend auf der IAA 2012 in Hannover: Freightliner Cascadia.



Daimler Markenabend auf der IAA 2012 in Hannover: Freightliner Cascadia.



Daimler Markenabend auf der IAA 2012 in Hannover: Freightliner Cascadia.

Daimler Markenabend auf der IAA 2012 in Hannover: Mercedes-Benz Sprinter Argentina.



Daimler Markenabend auf der IAA 2012 in Hannover: Mercedes-Benz Sprinter Argentina.

Daimler Markenabend auf der IAA 2012 in Hannover: Mercedes-Benz Sprinter Argentina.



Daimler Markenabend auf der IAA 2012 in Hannover: Mercedes-Benz Actros Brazil.



Daimler Markenabend auf der IAA 2012 in Hannover: Mercedes-Benz Actros Brazil.



Daimler Markenabend auf der IAA 2012 in Hannover: Auman GTL.



Daimler Markenabend auf der IAA 2012 in Hannover: Kamaz.

Daimler Markenabend auf der IAA 2012 in Hannover: Kamaz.



Daimler Markenabend auf der IAA 2012 in Hannover: Kamaz.



Daimler Markenabend auf der IAA 2012 in Hannover: Bharat Benz.



Daimler Markenabend auf der IAA 2012 in Hannover: Bharat Benz.



Daimler Markenabend auf der IAA 2012 in Hannover: Bharat Benz.

Daimler Markenabend auf der IAA 2012 in Hannover: Bharat Benz.



Daimler Markenabend auf der IAA 2012 in Hannover: