

Daimler Truck peilt Umsatzrendite von acht Prozent an

Daimler Trucks will 2012 noch einmal zulegen. Umsatz und Absatz wuchsen 2011 um jeweils 20 Prozent, und das Ergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT) sogar doppelt so stark. In den ersten Monaten des Jahres 2012 entwickelten sich die Märkte in NAFTA und Asien sehr positiv, das Marktumfeld in Europa und besonders in Lateinamerika dagegen schwierig. Es soll sich aber – so Daimler Truck-Chef Andreas Renschler – im zweiten Halbjahr erholen. Vor diesem Hintergrund sieht Renschler seinen Geschäftsbereich das ab 2013 angepeilte strategische Ertragsziel einer nachhaltigen Umsatzrendite von 8 Prozent zu erreichen.

„Wir sind weltweit unterwegs, verfügen mit unseren inzwischen fünf Lkw-Marken über die richtigen Produkte für jede Region und geben in den Wachstumsmärkten Indien und China jetzt richtig Gas“, sagte Andreas Renschler, im Vorstand der Daimler AG verantwortlich für Daimler Trucks und Daimler Buses am Montag in Stuttgart. In allen Regionen sollen die Marktanteile ausgebaut werden.

In Indien hat Daimler Trucks vor wenigen Wochen das breite Produktspektrum der neuen Lkw-Marke „Bharat Benz“ präsentiert. Die Lkw sind „Made in India“ und werden im südindischen Chennai gefertigt. Die Gesamtinvestition in den Standort beträgt 700 Mio. Euro. Ab Herbst werden die ersten Serien-Fahrzeuge das Werk verlassen. Mittelfristig können in Indien bis zu 70 000 Einheiten pro Jahr produziert werden. Das Programm wird die gesamte Palette vom leichten bis zum schweren Lkw umfassen. Parallel zur Vorbereitung des Serienanlaufes wird ein Vertriebsnetz aufgebaut. Daimler India Commercial Vehicles (DICV), die indische Nutzfahrzeugtochter, wird noch in diesem Jahr ein Händlernetz an rund 70 Standorten etablieren.

In China liegt seit Dezember 2011 die endgültige Genehmigung für das Joint Venture Beijing Foton Daimler Automotive Co., Ltd. mit dem heimischen Lkw-Hersteller Foton für die Zusammenarbeit bei schweren und mittelschweren Lkw vor. Die gemeinsamen Trucks für den größten Nutzfahrzeug-Markt der Welt werden wie bisher unter dem etablierten Namen „Auman“ vertrieben. Die Produktionskapazität des Joint Venture liegt bei 160 000 Einheiten jährlich. Im dritten Quartal soll der erste gemeinsame Lkw vom

Band rollen. Dem chinesischen Markt für mittelschwere und schwere Lkw wird bis 2020 ein Wachstum auf rund 1,5 Mio. Einheiten vorausgesagt. Zum Vergleich: 2010 waren es rund 1,2 Mio. Einheiten.

Der Ausblick für die Lkw-Märkte in Indien aber auch in China ist somit für die kommenden Jahre äußerst vielversprechend. Das gilt speziell für das so genannte „Modern Domestic“-Segment, in dem sowohl Bharat Benz als auch Auman ihre Lkw-Modelle anbieten. Experten schätzen, dass auf dieses Segment im Jahr 2020 etwa die Hälfte des weltweiten Lkw-Marktes entfallen wird. Modern Domestic“-Trucks liegen qualitativ deutlich über den Lkw im Low-Cost Segment, die heute noch in vielen Wachstumsmärkten üblich sind. Die neuen Lkw sind robuster, reichen aber nicht an das technische Niveau der Premium-Lkw aus den Triademärkten heran. Die Produktoffensive im „Modern Domestic“-Segment soll dazu beitragen, die mittelfristigen Absatzziele von Daimler Trucks zu erfüllen. Schließlich sollen im Jahr 2013 weltweit etwa 500 000 Lkw verkauft werden, bis zum Ende des Jahrzehnts sollen es über 700 000 Einheiten pro Jahr sein.

In Russland gedeiht die Zusammenarbeit zwischen Daimler Trucks und dem dortigen Marktführer für schwere Lkw, Kamaz, gut. Nachdem die Montage von Mercedes-Benz Lkw-Modellen sowie des Fuso Canter Lkw im Werk Chelny in der russischen Republik Tatarstan bereits 2010 aufgenommen wurde, steigen die Verkäufe der Modelle auf dem russischen Markt inzwischen kräftig an. Verkauft wurden bis Jahresende 2011 mehr als 1200 Fuso Canter und rund 2800 Mercedes-Benz-Lkw. Im Herbst wurde der erste gemeinsame Lkw vorgestellt, ein Kamaz mit Daimler-Komponenten. Der Lkw wird die Euro V-Norm erfüllen und soll im Jahr 2014 im russischen Markt eingeführt werden.

Mit der Ausweitung der globalen Präsenz und dem massiven Ausbau der lokalen Fertigung gewinnt die globale Truck-Organisation von Daimler mehr und mehr an Kontur und die Vorteile einer solchen Aufstellung werden von Tag zu Tag sichtbarer. Ein Beispiel für die Wirksamkeit der neuen Struktur der globalen Truck-Organisation von Daimler ist der neu formierte Bereich Global Powertrain, Procurement and Manufacturing Engineering Trucks innerhalb Daimler Trucks. Er bündelt weltweit die Themen „Antriebsstrang, Einkauf und Produktionsplanung“.

Da der Antriebsstrang mehr als 50 Prozent der Gesamtkosten eines Lkw umfasst, werden die Vorteile schnell sichtbar, so bei der neuen Heavy Duty-Motorenfamilie, in die mehr als eine Milliarde Euro investiert wurde. Mit diesen Motoren der neuesten Generation wurde das frühere Portfolio von ehemals vier Motorenfamilien aus vier Werken auf eine einzige globale Motorenplattform in vier Hubraumvarianten reduziert,

die noch an zwei Standorten gebaut wird. Nach der Einführung der Motoren bei Fuso in Japan und Daimler Trucks North America (DTNA) fährt inzwischen der neue Actros mit der europäischen Adaption dieses Motors. Die Gleichteilrate der Motoren liegt weltweit bei über 80 Prozent.

Daimler Trucks konnte bei Absatz, Umsatz und Ergebnis im Vergleich zum Vorjahr kräftig aufsatteln. In den Kernregionen NAFTA, Europa, Asien und Lateinamerika übertrafen die Fahrzeugabsätze die Vorjahreswerte deutlich. Weltweit stiegen die Verkäufe um 20 Prozent auf 425.800 Fahrzeuge. Der Umsatz erhöhte sich ebenfalls um 20 Prozent auf 28,8 Mrd. Euro, das Ergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT) stieg doppelt so stark um gut 40 Prozent auf ca. 1,9 Mrd. Euro.

Den stärksten Schub verzeichnete Daimler Trucks North America (DTNA). Dort sprangen die Verkäufe im Jahr 2011 um 50 Prozent auf 118 800 Fahrzeuge. Getragen wurde die Nachfrage vom hohen Ersatzbedarf. Noch nie in den letzten drei Jahrzehnten war das Durchschnittsalter des nordamerikanischen Lkw-Bestandes so hoch wie heute. DTNA konnte die führende Wettbewerbsposition in den Klassen 6 bis 8 mit einem Marktanteil von 31,9 Prozent (i. V. 31,6 Prozent) festigen.

Mit einer nochmals deutlichen Steigerung auf 159 300 (i. V. 135 200) Fahrzeuge erreichte der Gesamtabsatz von Trucks Europa/Lateinamerika das hohe Vorkrisenniveau von 2007. Einen wesentlichen Wachstumsbeitrag lieferte Westeuropa, wo Daimler Trucks nach einem Absatzanstieg von 14 Prozent auf 57 100 Lkw den Markt im Bereich der mittelschweren und schweren Lkw erneut anführte. Zwar gingen die Marktanteile in Europa leicht zurück, mit der vollen Verfügbarkeit des neuen Actros, dem „Truck of the Year 2012“, in allen relevanten Märkten werden sich die Anteile im Jahr 2012 wieder erhöhen.

Besonders bemerkenswert ist die Leistung von Fuso. Entgegen der noch zur Jahresmitte 2011 existierenden Einschätzung konnte Fuso trotz der Naturkatastrophe in Japan vom März 2011 den Absatz im gesamten Turnus um 5 Prozent auf 147 700 Einheiten ausweiten. Gründe dafür waren die voranschreitenden Wiederaufbauaktivitäten in Japan nach der Naturkatastrophe, die einen erhöhten Transportbedarf und damit eine verstärkte Nutzfahrzeugnachfrage zur Folge hatten. In Japan selbst stieg der Absatz von Fuso um 9 Prozent auf 27.000 Lkw.

Mit 61 900 Fahrzeugen erzielte Daimler Trucks in Lateinamerika einen neuen Absatzrekord. Im größten Markt Brasilien erreichte der Absatz trotz eines intensiven Wettbewerbs mit 44 100 Fahrzeugen das hohe Niveau des Vorjahres, die

Fahrzeugproduktion vor Ort bewegte sich auf Rekordniveau.

Unter dem Motto „Shaping Future Transportation“ wurde eine Vielzahl von Technologien und Dienstleistungen gebündelt, die Nutzfahrzeuge umweltfreundlicher, sicherer und wirtschaftlicher machen und wesentlich zum künftigen Erfolg des Geschäftsfelds beitragen werden. So wird mit Clean Drive-Konzepten die drastische Reduzierung von Kraftstoffverbrauch und Abgasemissionen bei Nutzfahrzeugen vorangetrieben.
(ampnet/Sm)

Bilder zum Artikel:
Andreas Renschler