

Daimler verkauft fast eine halbe Million Lastwagen

Daimler Trucks wird in diesem Jahr fast 500 000 Lkw verkaufen. Trotz teils schwieriger Marktbedingungen gelang es dem weltweit führenden Nutzfahrzeughersteller, die Auslieferungen in den ersten elf Monaten des Jahres 2014 im Jahresvergleich um drei Prozent auf 445 300 Einheiten zu steigern. Auf Basis erster Daten aus dem Dezember geht das Unternehmen davon aus, das Jahr mit einem Absatzwachstum auf knapp unter eine halbe Million Einheiten abzuschließen. Die endgültigen Zahlen sollen Anfang Februar vorgelegt werden. 2013 hatte Daimler weltweit rund 484 200 Fahrzeuge der Marken Mercedes-Benz, Fuso, Freightliner, Western Star, Thomas Built Buses und Bharatbenz verkauft.

Geprägt war das Jahr von einer regional sehr unterschiedlichen Entwicklung. Schwache Konjunkturaussichten, aber auch politische Unsicherheiten belasteten in Lateinamerika die Marktentwicklung. In Europa beeinflussten neben der ausbleibenden wirtschaftlichen Dynamik die Einführung des neuen Emissionsstandards Euro VI sowie die politisch schwierige Situation in Osteuropa die Verkaufszahlen. Ganz anders die Lage in Nordamerika und Japan: Dort profitierte Daimler im Lkw-Geschäft insgesamt von der sehr guten Nutzfahrzeugkonjunktur vor Ort.

In der nordamerikanischen Freihandelszone NAFTA war Daimler Trucks mit einem Marktanteil von 37,3 Prozent (Vorjahr: 38,8 %) erneut mit Abstand Marktführer in den Gewichtsklassen 6-8. Der Absatz stieg in den ersten elf Monaten auf den Rekordwert von 147 200 (124 000) Fahrzeugen. Dies entspricht im Jahresvergleich einem Zuwachs von 19 Prozent. Im Oktober verbuchte das Unternehmen dabei mit rund 31 300 Bestellungen in den Gewichtsklassen 6-8 den höchsten monatlichen Auftragseingang, der jemals von einem Hersteller im US-Truckgeschäft erzielt wurde. Für starke Impulse bei den Bestellungen sorgte unter anderem der Freightliner Cascadia Evolution mit dem niedrigsten Verbrauch seiner Klasse

In Japan stiegen die Verkäufe in den ersten elf Monaten um 16 Prozent auf 39 900 (34 400) Lastwagen. Die Marke Fuso erreichte einen Marktanteil von 20,3 (20,2) Prozent. Seit

September wird in Japan der neue Schwer-Lkw Fuso Super Great V ausgeliefert. Er übertrifft den ab 2015 in Japan geltenden Kraftstoffeffizienzstandard (FES) um bis zu fünf Prozent.

In Indonesien sank der Absatz aufgrund des stark rückläufigen Marktes im Vergleich zum Vorjahreszeitraum auf 51 400 (57 400) Einheiten. Dennoch steigerte Daimler den Marktanteil auf 47,2 (46,7) Prozent. Im Zuge der Produktoffensive hat Fuso in Indonesien neue Modelle der mittelschweren und schweren Baureihen FI und FJ eingeführt. In Indien wurden im Laufe des Jahres weitere fünf Modelle der Marke BharatBenz vorgestellt. Der Absatz stieg in den ersten elf Monaten um 61 Prozent auf 9700 (6000) Einheiten. Der weitere Ausbau des Verkaufnetzes schreitet wie geplant voran. Die Akzeptanz der Marke bei den indischen Kunden steigt unterdessen weiter: Weniger als zwei Jahre nach dem Auslieferungsbeginn hat BharatBenz den dritten Platz im Markt für schwere Lkw erobert.

In einem schwierigen Marktumfeld gelang es Mercedes-Benz, den Marktanteil in Westeuropa im mittelschweren und schweren Segment auf 24,6 (24,2) Prozent leicht zu steigern. Der Absatz blieb in den ersten elf Monaten mit 50 500 (56 800) Einheiten deutlich unter dem Vorjahr. In Deutschland verminderte sich der Absatz ebenfalls marktbedingt auf 25 500 (28 200) Lkw, die Spitzenstellung im Heimatmarkt konnte mit einem Marktanteil von 40,0 (40,4) Prozent aber behauptet werden.

In der Türkei kletterten die Verkäufe auf das Elfmonats-Rekordniveau von 18 900 (17 100) Fahrzeugen. Der Marktanteil von Mercedes-Benz verminderte sich leicht auf 48,9 (49,7) Prozent.

In Lateinamerika gingen die Absätze aufgrund der ausbleibenden Wirtschaftsdynamik ebenfalls spürbar zurück. Stark betroffen war der Hauptmarkt Brasilien. Dort sank der Absatz auf 31 300 (37 300) Einheiten. Dennoch gelang es Daimler Trucks den Marktanteil deutlich auf 26,0 (24,4) Prozent auszubauen. Um in dem strategisch wichtigen Markt weiterhin wettbewerbsfähig zu bleiben und flexibel auf Marktveränderungen reagieren zu können, wird der Konzern in Brasilien bis 2018 weit mehr als 500 Millionen Euro in Produktion, Produkte und die Standorte Juiz de Fora und Sao Bernardo investieren.

In China ist Daimler auf dem Weg, in einem leicht rückläufigen Gesamtmarkt in diesem Jahr einen Lkw-Absatz der Marke Auman maximal in der Größenordnung des Vorjahres (103 000 Einheiten) zu erreichen. In den ersten elf Monaten wurden 89 800 (94 000) Auman verkauft. Gefertigt werden die Fahrzeuge von einem

Gemeinschaftsunternehmen, an dem Daimler und der chinesische Partner Foton mit jeweils 50 Prozent beteiligt sind. (ampnet/jri)

Bilder zum Artikel



Vier Lkw-Marken von Daimler (von links): BharatBenz, Fuso, Mercedes-Benz und Freightliner.



Freightliner Cascadia Evolution.
