Daimler Trucks und Daimler Buses sehen Chance für Stabilisierung in 2010

Daimler Trucks und Daimler Buses für die Zukunft gut gerüstet Daimler Trucks: Scharfes Kosten- und Kapazitätenmanagement sowie weitere Schritte zur Erschliessung neuer Märkte im Fokus für 2010 Daimler Buses möchte Führungsposition im weltweiten Busgeschäft in 2010 weiter ausbauen

Stuttgart – Das Transportvolumen und die Umsätze im weltweiten Transport-g--e-werbe sind im Verlauf des Jahres 2009 massiv einge-brochen. Entsprechend gross war die Zurückhaltung bei der Neuan-schaffung von Nutzfahrzeugen. Teilweise mussten die Hersteller 2009 mit Umsatzrückgängen von mehr als 50 Prozent um-ge-hen. Europa erreichte der Einbruch nach Jahren immer neuer Absatzre-korde im Lkw-Bereich zu Beginn des Jahres 2009. Der nordamerikani-sche Nutz-fahrzeugmarkt zeigte sich im ablaufenden Jahr ein weiteres mal stark rückläufig und auch im japanischen Nutzfahr-zeugmarkt setzte sich der strukturelle Abwärtstrend, verschärft durch die weltweite Krise, fort. Besonders dramatisch waren die Auswirkungen der Krise in neuen Märkten, wie in Russland, wo der Absatz von neuen Lkw fast völlig zum Erliegen kam. Die Ausnahmen in diesem Bild waren China, wo der Lkw Markt auch 2009 mit über 15

Prozent weiter kräftig zulegen konnte und Brasilien, wo es durch eine gezielte und starke Incenti-vierung des Marktgeschehens auf dem Inlandsmarkt gelungen ist, besser mit den Folgen der weltweiten Krise fertig zu werden.
Die Nutzfahrzeughersteller können mit einer starken Zyklizität ihres Geschäftes umgehen. Der weit über den normalen Zyklus hinausge-hende Markteinbruch 2009 hat dazu geführt, dass sie welt-weit ihr Kostenmanagement deutlich verschärft und neue Effizienzprogramme aufgesetzt haben. Zugleich haben sie Anstrengungen unternommen ihre Ausgangsbasis für die Zeit nach der Krise zu verbessern, beispiels-weise durch Kooperationen oder Partnerschaften mit Unternehmen in Wachstums--märkten wie Brasilien, Russland, Indien und China.
Andreas Renschler, im Vorstand der Daimler AG verantwortlich für Daimler Trucks und Daimler Buses, erläutert die aktuelle --Ent-wicklung wie folgt: „Unsere Branche ist seit jeher von sta-rken Zyklen geprägt, des-halb sind wir auf Markt-rück-gänge grundsätzlich vorbe-rei-tet. Trotz-dem ist klar, wenn die Welt-wirt-schaft so dramatisch wie nie zuvor ein-bricht, dann trifft es die Nutzfahrzeughersteller in besonderem Masse, da Nutzfahrzeuge Investitionsgüter sind. Genauso richtig ist aber: Lkw und Busse sind und bleiben ein Wachstums-geschäft. Wenn es wirt-schaf-tlich wieder bergauf geht, geht es auch bei den Nutzfahrzeug-herstellern wieder aufwärts. Wirtschaftswachstum ohne Transport gibt es nicht."

Entwicklung bei Daimler Trucks und Daimler Buses

Die Lkw-Marken von Daimler Trucks, Mercedes-Benz, Freightliner, Western Star und Fuso haben sich vor dem Hintergrund der drama-tischen Marktentwicklung in den meisten Regionen besser als der Markt entwickelt.
Als Konsequenz aus der weltweiten Finanz- und Wirtschafts--krise sank der Absatz von Daimler Trucks im Zeitraum von Januar bis November 2009 dennoch um 46 Prozent auf 234.686 Einheiten (i. V. 431.921 Ein-heiten). Vom Absatzrückgang waren die Kern-märkte in Europa, USA, Lateinamerika und Japan betroffen. Der Markt-anteil konnte aber in den meisten Regionen verteidigt oder sogar aus-gebaut werden. So festigte Mercedes-Benz Lkw (HDT/MDT) in Europa von Januar bis Oktober 2009 die Marktführerschaft mit einem Plus von knapp zwei Prozentpunkten auf 22,5 Prozent. Auf dem insgesamt noch immer stark rück-läufigen nord--amerika-nischen Markt erreichte Daimler Trucks North America im Ver-gleich vom zweiten zum dritten Quartal 2009 einen Absatzanstieg von 15 Prozent über alle Produkte hinweg. Fuso konnte im Absatz von Lkw und Bussen in internationalen Märkten im selben Zeitraum um 72 Prozent deutlich zulegen.
Im Vergleich zum Vorjahresmonat hat sich der Absatz von Daimler Trucks im November 2009 gefangen. Mit 36 Prozent war der Absatz-rückgang im Vorjahresvergleich weniger ausgeprägt als im Jahresverlauf. Zu den Vormonaten Oktober und September war ein Anstieg zu verzeichnen. Mit rund 26.000 ver-kauften Einheiten war der November der absatz-stärkste Monat in 2009. Dazu Andreas Renschler: „Bei aller Vorsicht mit Aussagen zur weiteren wirtschaftlichen Entwicklung, signalisiert die aktu-elle Entwicklung doch, dass der weltweite Nutzfahrzeugmarkt die Tal-sohle erreicht hat. Wir sehen in den Auftragseingängen in vielen Re-gionen zumindest den Be-ginn einer leichten Erholung des Marktes in 2010."
Der Omnibus- und Fahrgestell-Absatz von Daimler Buses verringerte sich im November 2009 um 4 Prozent verglichen mit dem Vorjahres-monat. Im Zeitraum von Januar bis November 2009 sank der Absatz um 22 Prozent auf 28.835 Einheiten im Vergleich zum selben Zeit-raum im Rekordjahr 2008 (36.804 Einheiten). Im wichtigen deu-tschen Heimat--markt sowie in Italien und Frankreich konnte Daimler Buses von Januar bis Oktober 2009 Markt-anteile hinzuge-winnen. Insbe-sondere das stabile Geschäft mit Stadt-bussen in Europa trug im zu Ende gehenden Jahr 2009 dazu bei, dass die Omni-busse von der Wirt-schafts-krise deutlich weniger betroffen waren, als die Nutzfahrzeuge insge-samt.
Auch in den Übersee-Märkten hat Daimler Buses per November 2009 ein überzeugendes Bild gezeichnet. In Mexiko konnte die Markt-führer-schaft mit einem Marktanteil von rund 53 Prozent verteidigt und in Brasilien sogar leicht um einen Prozentpunkt auf rund 50 Prozent ausge-baut werden. Auf dem insgesamt rückläufigen nordamerikani-schen Markt gener-ierte Daimler Buses in den ersten elf Monaten des Jahres einen beachtlichen Absatzzu-wachs von 30 Pro-zent. Daimler Buses hat damit seine weltweite Führungsposition im Stadt- und Reisebusgeschäft im Krisenjahr 2009 weiter ausbauen können.
Die Prognosen über die weltwirtschaftlichen Perspektiven 2010 sind von verhaltenem Optimismus geprägt. Auch für das Nutzfahrzeugge-schäft gehen die Vorhersagen ab der zweiten Jahreshälfte 2010 in Richtung einer leichten Erholung – wenngleich von einem niedrigen Niveau aus und mit geringen Wachstumsraten. Bei Daimler Trucks zeichnet sich die prognostizierte leichte Erholung auf vielen Märkten im Auftragseingang ab. Weitere Effizienz-steigerungen der Nutzfahrzeug -Ge-schäfts-bereiche Trucks Europa/Lateinamerika, Trucks NAFTA und Trucks Asia werden im Jahr 2010 po-si-tiv zur Entwicklung der Daimler Nutzfahrzeugsparten beitragen.

Dazu gehören auch die positiven Effekte aus der Neuaus--richtung von Daimler Trucks North America (DTNA) und der Mitsubishi Fuso Truck and Bus Corporation (MFTBC).
Die weltwei-ten Absatz-märkte von Daimler Buses werden sich im kommenden Jahr auf dem Niveau von 2009 bewegen. Weitere Effi-zienzsteigerungen zum Beispiel durch die flexible Nutzung des euro-päischen Omnibus-Produktionsverbundes werden helfen, die Bench-markstellung von Daimler Buses im internationalen Omnibus-geschäft auszubauen.

Kosten- und Kapazitätenmanagement bei Daimler Trucks

Die strategische Ausrichtung von Daimler Trucks und Daimler Buses ist im so genannten „Global Excellence“ Programm festgeschrieben. Neben der Fokussierung auf die richtigen Produkte und die Erschliessung neuer Wachstumsfelder, zeigt im Krisenjahr 2009 vor allem die Ausrichtung auf die Beherrschung der Marktzyklen ihre Wirkung.
Mit den hier entwickelten Instrumenten war es möglich, die Pro-duktion in den Nutzfahrzeug- und Aggregatewerken flexibel an die stark ge-sunkene Nachfrage an-zu-passen. Mercedes-Benz Lkw konnte dadurch als letzter Nutzfahr-zeug----hersteller Kurzarbeit in seinen deutschen Werken einführen, die nach aktuellem Stand auch bis zum Juni 2010 fortgeführt wird. Damit können aktive Per-so--nal----massnahmen verhindert werden. Zusätzlich hat Mercedes-Benz Lkw in 2009 zur Optimierung von Produktion, Kos-ten - und Cash-Position in den deutschen Werken über die gesamte Wert-schöpf-ungs---kette ein striktes Kosten-manage-ment---pro-gramm für Lkw und Aggregate geschaffen.
Auch die Programme zur Neuausrichtung der nordamerikanischen und asiatischen Aktivitäten des weltgrössten Nutzfahrzeugherstellers sind eine Folge des so genannten „Global Excellence“ Programms. Damit reagiert Daimler Trucks auf die strukturellen Veränderungen des Nutz-fahrzeug-markts in den USA und in Asien. Beide Programme sind 2009 plan-mässig hochgelaufen. Die Abarbeitung der jeweils angelegten Initiati-ven stärkt die Wettbewerbsposition von Trucks NAFTA und Trucks Asia und bringt die Marken Freightliner, Western Star und Fuso in eine deutlich gestärkte Wettbewerbsposition. Dazu Andreas Renschler: „Im Abschwung beweist sich die richtige Auf-stellung. Wir wissen jetzt, dass unser Geschäftssystem die grösste Krise aller Zeiten verträgt. Das gibt Zuversicht für den Aufschwung.“

Erschliessung neuer Märkte

Mittel- und langfristig richtet „Global Excellence“ das Daimler Nutzfahr-zeug-geschäft auf strategisches Wachs-tum in neuen Mär-kten sowie ein Portfolio mit neuen, innovativen Produkten mit umweltschonen-den An-triebs-tech-nolo-gien aus.
Mit der Gründung von zwei 50:50-Joint Ventures mit dem russischen Marktführer Kamaz ist Daimler Trucks 2009 in Russland einen ent-scheidenden Schritt zur Er-schliessung neuer Märkte mit Wachstums-potenzial vorangekommen: „Mercedes-Benz Trucks Vostok“ startet mit dem Vertrieb von Mercedes-Benz Lkw und Bussen sowie Setra Reise-bussen bereits im Januar 2010. Im zweiten Quartal 2010 beginnt die Montage von schweren Mercedes-Benz Lkw der Modelle Actros und Axor. Pro-duktion und Vertrieb des leichten Fuso Canter Lkw beginnen im ersten Quartal 2010 über das Gemeinschaftsunternehmen „Fuso Kamaz Trucks Rus.“ .
Die Produktion wird für beide Joint Ventures in Naberezhnye Chelny, dem Standort von Kamaz, aufgebaut.
In Indien treibt Daimler Trucks sein Engagement trotz der Krise voran und hat die Daimler India Commercial Vehicles Pvt. Ltd. (DICV) ge-gründet. Mit dem Bau des Lkw Produktionswerks in Chennai wurde bereits be-gonnen. In 2012 wird die DICV die Produktion von Lkw der leichten, mittleren und schweren Klasse für den in-dischen Volumen-markt auf-nehmen. Diese Lkw werden unter einer neuen, für den indischen Markt positionierten Marke an den Start gehen. Auch mit dem Aufbau eines Vertriebs- und Servicenetz-werks wurde 2009 begonnen.
In China wurden die Vorbereitungen für ein Lkw-Joint Venture mit dem chinesischen Marktführer Foton intensiviert. Sowohl beim Partner Foton, wie bei Daimler Trucks geht man davon aus, dass die noch ausstehende Genehmigung für das geplante 50:50 Joint Venture von der chinesischen Regierung im kommenden Jahr erteilt wird.

Starke Marken und innovative Produkte

Trotz der wirtschaftlich sehr angespannten Lage in der gesamten In-du-strie investiert Daimler Trucks weiter massiv in neue Produkte. Die Investitionen für die nächsten zwei Jahre werden über dem Budgets von 2008 und 2009 liegen. Sowohl die Investitionen in die Folgegenerationen der aktu-ellen Produkt-palette von Daimler Trucks als auch die Ent-wicklung von um-welt--freund-lichen neuen Antriebstechnologien werden mit Hoch-druck vorangetrieben. Beispiel hierfür sind die ersten Lkw Mercedes-Benz Atego BlueTec Hybrid. Eine Innovations-Flotte von 50 Lkw dieser Baureihe wird im kommenden Jahr beim Kunden im Einsatz sein und die All-tags-tauglichkeit dieser wichtigen Zukunfts-technolo-gie unter Beweis zu stellen.
Dazu zählt auch die Entwicklung und Einführung umweltfreund-licher Technologien auf dem nordamerikanischen

Nutzfahrzeugmarkt. 2009 wurden Freightliner-Sattelzugmaschinen im Kunden-einsatz in den USA erprobt, die mit der in europäischen BlueTec-Lkw bewährten SCR-Technologie zur Abgasnachbehandlung ausgestattet sind. Auf insge-samt 25 Mio. Meilen in Kundenhand haben die Motoren der Versuchs-Lkw gezeigt, dass die SCR Technologie die ab Januar 2010 in den USA gültige Abgas-norm EPA 2010 mit hoher Zuverlässigkeit erfüllt. Auch bei Fuso in Japan sind die Investitionen in neue Produkte mit Priorität weiter vorangetrieben worden. Beim Fuso Canter Eco Hybrid wurden der Kraftstoffverbrauch und die Emissionen nochmals wesentlich redu-ziert. Insgesamt sind seit der Markteinführung 2006 über 750 Fahr-zeuge dies-es Typs in Japan verkauft worden. Im Oktober 2009 wurden die ersten Modelle dieses umweltfreundlichen Verteiler-Lkw nach Irland und Australien und damit erstmals in zwei Märkte ausserhalb Japans exportiert.

Daimler Buses strebt weiteren Ausbau der Führungsposition im weltweiten Busgeschäft an

Daimler Buses konnte im Verlauf des Geschäftsjahres 2009 die welt-weite Marktführerschaft behaupten und in vielen Regionen sogar nochmals Markt-anteile hinzugewinnen. Diese Entwicklung konnte unter anderem durch Grossaufträge in Europa, Süd-afrika, Nord- und Südamerika gesichert werden. Dazu Andreas Renschler: „Trotz der wirtschaft-ichen Lage wollen wir auch im kommenden Jahr weiterhin unangefochtener Marktführer im Omnibusbereich sein. Wir werden alles dafür tun, unsere Benchmarkposition zu verteidigen und wo möglich unseren Marktanteil sogar noch weiter auszubauen. Unser Geschäftssystem im Busgeschäft hat sich gerade 2009 bewährt. Des-halb sind wir zuversichtlich für Absatz und Profit im kommenden Jahr."

Die strategische Aus-richtung von Daimler Buses setzt auf Wachstum in traditionellen und in neuen Märkten sowie auf Technologie-führer-schaft. Dazu zählt die Fokussierung auf alternative Antriebs-techno-logien vor allem für den Stadtbus. Versuchsflotten mit diesel-elektri-schem Hybrid- oder Brennstoffzellen-Hybridantrieb untermauern den Führungsanspruch. Mit über 3.000 Orion Hybrid-Omnibussen in amerikanischen Metropolen ist Daimler Buses Marktführer im Segment der Hybridbusse.

Im Hinblick auf Wachs--tum in neuen Märkten wird trotz Krise konse-quent an der Erschliessung neuer Potenziale gearbeitet. So werden Kooperationen mit lokalen Partnern ausgeweitet, zum Beispiel in Indien mit dem Aufbauhersteller Sutlej Motors Ltd., mit dem Daimler Buses seit 2007 im Reisebussektor kooperiert. In Russland wird der Vertrieb von Mercedes-Benz und Setra Omnibussen ab 2010 über das Ende 2009 neu ge-gründete Joint Venture mit Kamaz „Mercedes-Benz Trucks Vostok" erfolgen. In China unterhält Daimler Buses seit 1993 eine er-folg-reiche Kooperation mit dem chinesischen Omnibusher-steller Ankai. Das Unternehmen ist Lizenz-nehmer für die Reisebusse der Marke Setra.

Mit Blick auf die strategische Ausrichtung von Daimler Trucks und Daimler Buses untermauert Andreas Renschler den Führungsanspruch des weltgrössten Nutzfahrzeugherstellers: „Gerade unter den aktuell schwierigen wirtschaftlichen Rahmenbedingungen wollen wir am strategischen Wachstum in den Märkten Brasilien, Russland, Indien und China partizipieren und unser Produktportfolio vorrangig auf die Bedürfnisse unserer Kunden mit Blick auf zukünftige Produktgener-a-tionen und Technologien ausrichten. Sobald sich die wirt-schaftl-iche Lage erholt, steigt auch der Trans-port--be-darf und wir bei Daimler Trucks und Daimler Buses sind auf allen Märkten mit den richtigen Produkten gut aufgestellt, um nach der Krise dort zu stehen, wo wir vor der Krise standen: Ganz vorn!"

Weitere Informationen von Daimler sowie Fotos (Nr. 09A281, Nr. 09A919, Nr. 08A1056) sind im Internet verfügbar: **www.media.daimler.com**

Veröffentlicht am
11:21:02 23.01.2010

Toolbox

Drucken
PDF
Weiterempfehlen
RSS Abonnieren