

**P R E S S E I N F O R M A T I O N****Studie von Oliver Wyman zur Zukunft der Nutzfahrzeugbranche  
Trucks go global, Trucks go green**

- **Weltmarkt für Nutzfahrzeuge wächst, bleibt aber volatil**
- **Globalisierung geht in die nächste Runde**
- **E-Trucks werden zum Milliardenmarkt**
- **Mit neuen Geschäftsmodellen mehr Differenzierung schaffen**

*München, 28. November 2011* – Nutzfahrzeughersteller stehen vor gewaltigen Herausforderungen. Ob nachhaltige Verbesserung der Profitsituation in unsicheren wirtschaftlichen Zeiten, verstärkte Globalisierung, umweltfreundliche Trucks oder innovative LKW-Vernetzung – den CEOs gehen die Tophemen in den nächsten Jahren nicht aus. Wollen sie der Wirtschafts- und Schuldenkrise die Stirn bieten und zugleich von den immensen Marktpotenzialen der Zukunft profitieren, müssen sie Größenvorteile konsequenter in Gewinne ummünzen, mit einer „Emerging Market Strategy 2.0“ neue Wachstumsmärkte erobern, die Entwicklung alternativer Antriebe für den „grünen“ LKW vorantreiben und sich beim „Connected Truck“ die Spitzenposition sichern. Zugleich gilt es, in den etablierten Märkten mit einem hochwertigen, differenzierten Lösungsangebot Mehrwert für den Kunden zu schaffen und ihn so langfristig zu binden. Dies sind Ergebnisse der aktuellen Oliver Wyman-Studie „Commercial Vehicles 2020: Going Green, Growing Global“.

Der weltweite Nutzfahrzeugmarkt hat sich nach der Krise 2009 erholt. Zwar bremst die Branche gerade ein. Noch aber könnten sich die optimistischen Prognosen für 2011 bewahrheiten, die einen Absatz von rund 2,6 Millionen LKWs sehen – im Spitzenjahr 2007 wurden 2,3 Millionen verkauft, 2009 lediglich 1,8 Millionen. Verantwortlich für die zuletzt positive Entwicklung sind insbesondere die BRIC-Länder, allen voran China. Die Volksrepublik ist bei LKWs über sechs Tonnen mit verkauften 1,2 Millionen Fahrzeugen mittlerweile der größte Markt der Welt. Dennoch bleibt der Gesamtmarkt für Nutzfahrzeuge volatil und die Unsicherheit damit groß. Gerade in China lässt die Wachstumsdynamik bereits nach.

**Profitabilität sichern**

Insgesamt werden die Konjunkturzyklen künftig kürzer und die Ups und Downs stärker. Entsprechend müssen die etablierten Hersteller in der Lage sein, ihre Produktionskapazitäten flexibel anzupassen. Darüber hinaus sollten sie nicht-differenzierende Wertschöpfungsschritte und Aktivitäten, die nicht Kernkompetenz sind, auslagern sowie das After-Sales-Geschäft absichern. Noch wichtiger aber ist, dass sie ihre Profitsituation nachhaltig verbessern. „Gerade die etablierten Nutzfahrzeugproduzenten schaffen es bislang nicht, ihre Größenvorteile in bare Münze umzusetzen“, betont Wolfgang Krenz, Partner bei Oliver Wyman. „Es ist an der Zeit, eine klare Plattformstrategie zu fahren, die Produktkosten rigoros zu senken, die Herstellungsabläufe effizienter zu gestalten und eine schlagkräftige globale Organisation zu formen.“

### **Emerging Markets 2.0**

Globalisierung nimmt neue Dimensionen an. In China und Russland wird die Infrastruktur mehr und mehr ausgebaut. Infolgedessen steigt das Volumen des Straßengütertransports. Auch die Transportunternehmen selbst werden professioneller. Zugleich wachsen ihre Anforderungen an Produkt- und Servicequalität – und damit auch die Budgets. Dadurch entsteht ein lukratives „Mittelklasse“-Segment. Dieses wird bis zum Jahr 2020 mehr als 30 Prozent des Nutzfahrzeugmarkts beider Länder ausmachen. Um von diesem Geschäft profitieren zu können, müssen sich westliche OEMs mit den richtigen Produkten etablieren und lokale Vertriebs- und Servicenetze aufbauen. Zudem gewinnen neue Wachstumsregionen wie Südostasien, Mittlerer Osten und Afrika langfristig an Bedeutung. Starke Hersteller vor allem aus China verschaffen sich schon heute eine starke Ausgangsposition. Dagegen laufen die westlichen Produzenten Gefahr, die Chancen der Emerging Markets 2.0 zu verpassen. „Die etablierten Hersteller müssen schnellstmöglich die Tür zu diesen Märkten aufstoßen und eine klare Produktions- und Absatzstrategie entwickeln“, erklärt Romed Kelp, Partner bei Oliver Wyman. „Mehr denn je ist das Gebot der Stunde: Grow global!“

### **Schlüsseltrend „grün“**

Angesichts wachsender Transportvolumina, verschärfter Abgasregulierung, emissionsfreier Megacities sowie steigender und schwankender Kraftstoffpreise geraten auch die Nutzfahrzeughersteller unter Zugzwang. Bis 2020 müssen die besten OEMs „grün“ sein – indem sie sowohl „grüne“ Trucks entwickeln, herstellen und vertreiben als auch „grüne“ Prozesse haben und ein entsprechendes Image aufbauen. Dies setzt unter anderem mehr Kraftstoffeffizienz durch beispielsweise bessere Aerodynamik bei XXL-Lastzügen oder eine intelligente, IT-basierte Fahrer-Fahrzeug-Schnittstelle voraus. Ein wichtiger Faktor sind alternative Antriebskonzepte, allen voran die hybrid-elektrische Antriebstechnologie. Entwicklung, Produktion und Vermarktung von hybrid-elektrischen Trucks werden einen wesentlichen Einfluss auf das „grüne“ Image haben. Doch auch Organisationsprozesse und Wertschöpfungskette müssen entsprechend ausgerichtet werden. Strategische Partnerschaften gewinnen in dem Zusammenhang immer mehr an Gewicht. Der Aufwand lohnt sich. Immerhin wird sich laut Oliver Wyman-Studie das weltweite Marktpotenzial der hybrid-elektrischen Antriebssysteme für Trucks bei günstigem Eintrittsszenario im Jahr 2020 auf mehr als sieben Milliarden Euro belaufen.

### **Kundenorientierte Lösungen**

In den etablierten Märkten ist der Truck an sich zunehmend Commodity. Die Hersteller müssen hier verstärkt auf Lösungen setzen, die den wahrgenommenen Wert für den Kunden optimieren. Dies umfasst attraktive Werkstattangebote ebenso wie Zusatzdienstleistungen in Form von „Uptime“- beziehungsweise Mobilitätsgarantien und 24-Stunden-Service, intelligentem Flottenmanagement oder Vermietungskonzepten. Der Oliver Wyman-Studie zufolge könnte 2020 vorsichtig geschätzt bereits jeder fünfte Truck gemietet sein. Darüber hinaus wird der „Connected Truck“ zum wichtigen Wachstumstreiber. Neue Technologien, Apps und Services gewährleisten eine umfassende Vernetzung und erhöhen so Sicherheit, Komfort sowie Kommunikation in den Nutzfahrzeugen. Zu den Treibern für die Marktdurchdringung von Telematik gehören Remote Diagnostics. Insgesamt wird mit Telematiksystemen für Trucks im Jahr 2020 ein Marktvolumen von mehr als drei Milliarden Euro erreicht sein (2010: 1,1 Milliarden Euro). Um an diesem Geschäftsfeld partizipieren zu können, müssen die OEMs ihre bislang weitgehend geschlossenen Systeme für Applikationen öffnen sowie neue Geschäfts- und Preismodelle entwickeln. „Die Agenda der CEOs ist gut gefüllt“, so Romed Kelp. „Nur mit klugen Strategien lassen sich struktureller wie technologischer Wandel im Nutzfahrzeugmarkt von morgen bewältigen.“

## **Pressekontakt**

**Andrea Steverding**  
**Manager Corporate Communications**  
**Oliver Wyman**  
**Marstallstraße 11**  
**80539 München**

Tel.: 089 939 49 763

Fax: 089 939 49 515

[andrea.steverding@oliverwyman.com](mailto:andrea.steverding@oliverwyman.com)

[www.oliverwyman.com/de](http://www.oliverwyman.com/de)

## **ÜBER OLIVER WYMAN**

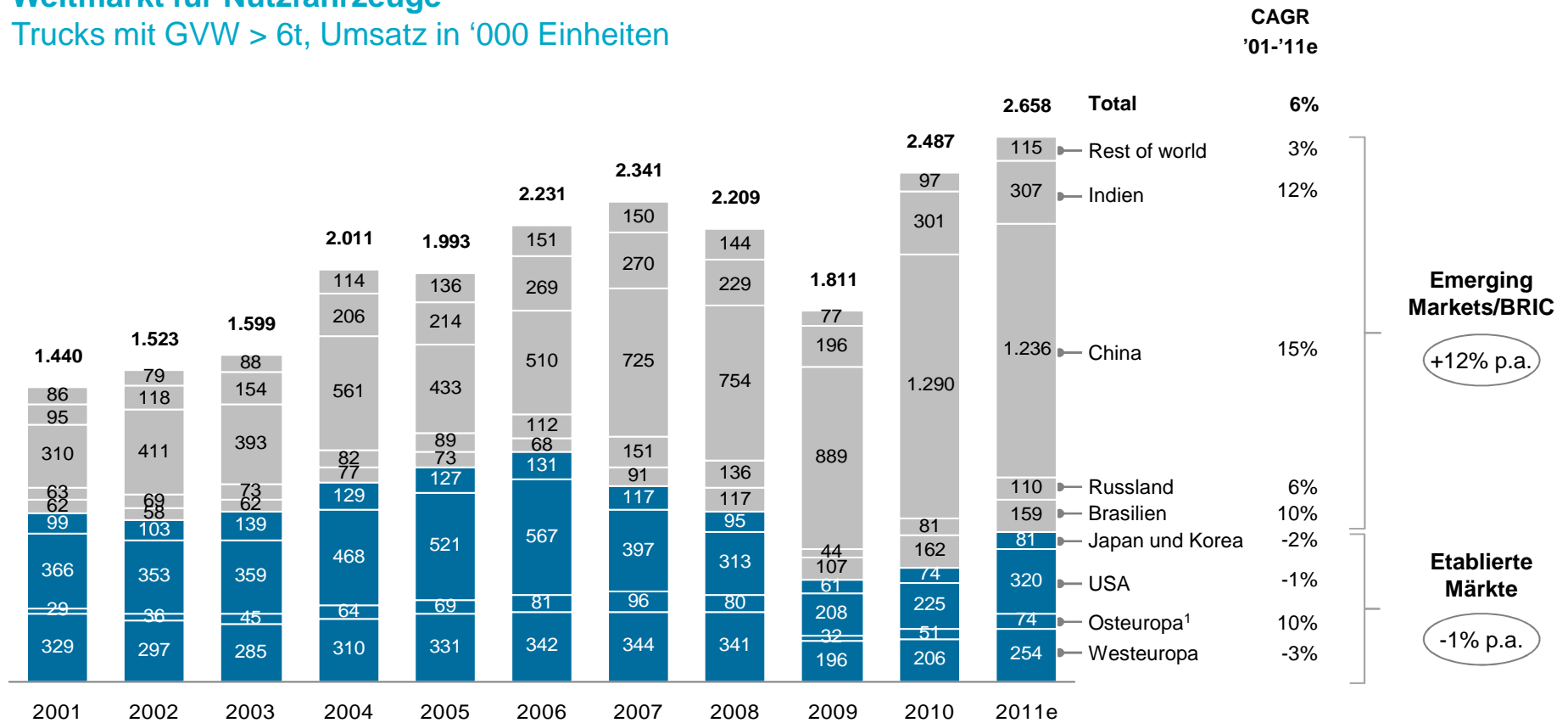
Oliver Wyman ist eine international führende Managementberatung mit weltweit 3.000 Mitarbeitern in mehr als 50 Büros. Das Unternehmen verbindet ausgeprägte Branchenspezialisierung mit hoher Methodenkompetenz bei Strategieentwicklung, Prozessdesign, Risikomanagement, Organisationsberatung und Führungskräfteentwicklung. Gemeinsam mit seinen Kunden entwirft und realisiert Oliver Wyman nachhaltige Wachstumsstrategien. Wir unterstützen Unternehmen dabei, ihre Geschäftsmodelle, Prozesse, IT, Risikostrukturen und Organisationen zu verbessern, ihre Abläufe zu beschleunigen und ihre Marktchancen optimal zu nutzen. Oliver Wyman ist Teil der Marsh & McLennan Companies (NYSE: MMC). Weitere Informationen finden Sie unter [www.oliverwyman.com/de](http://www.oliverwyman.com/de).

Auch in den deutschsprachigen Ländern gehört Oliver Wyman mit Büros in München, Frankfurt, Düsseldorf, Hamburg, Berlin und Zürich zu den führenden Strategieberatungen mit überdurchschnittlichen Wachstumsraten. Zu den Kunden zählen die führenden Unternehmen aus den Branchen Automobil, Einzelhandel, Fertigungsindustrie, Finanzdienstleistungen, IT, Luft- und Raumfahrt, Maschinen- und Anlagenbau, Medien, Telekommunikation und Transport. Oliver Wyman verfügt über ein weltweites Expertennetz, um für jede Aufgabe das beste Team stellen zu können.

Wachstum hat in den letzten Jahren vor allem in den BRIC-Staaten stattgefunden.  
Die etablierten Truck-Märkte bleiben 2011 noch unter dem Niveau von 2002

## Weltmarkt für Nutzfahrzeuge

Trucks mit GVW > 6t, Umsatz in '000 Einheiten



<sup>1</sup> Ohne Russland

Bemerkung: Abweichungen durch Rundungen möglich

Quellen: LMC Automotive, Oliver Wyman-Analyse

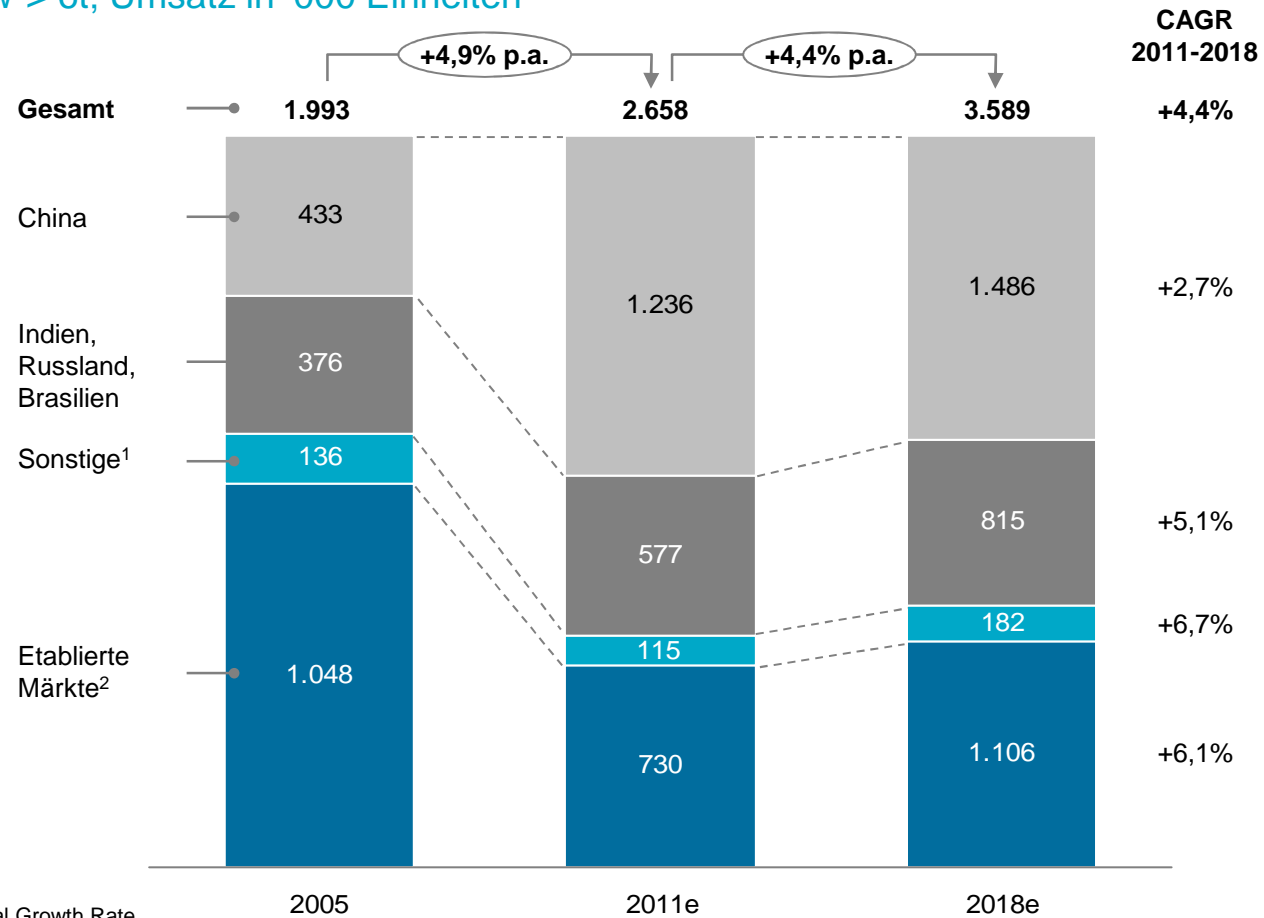
■ Etablierte Märkte

■ Emerging Markets/BRIC

Von 2011 bis 2018 werden die etablierten Märkte stärker wachsen als die der BRIC-Staaten. China wird weiter dominieren, aber die Wachstumsdynamik lässt nach

## Marktgröße und Wachstum

Trucks mit GVW > 6t; Umsatz in '000 Einheiten



CAGR = Compound Annual Growth Rate

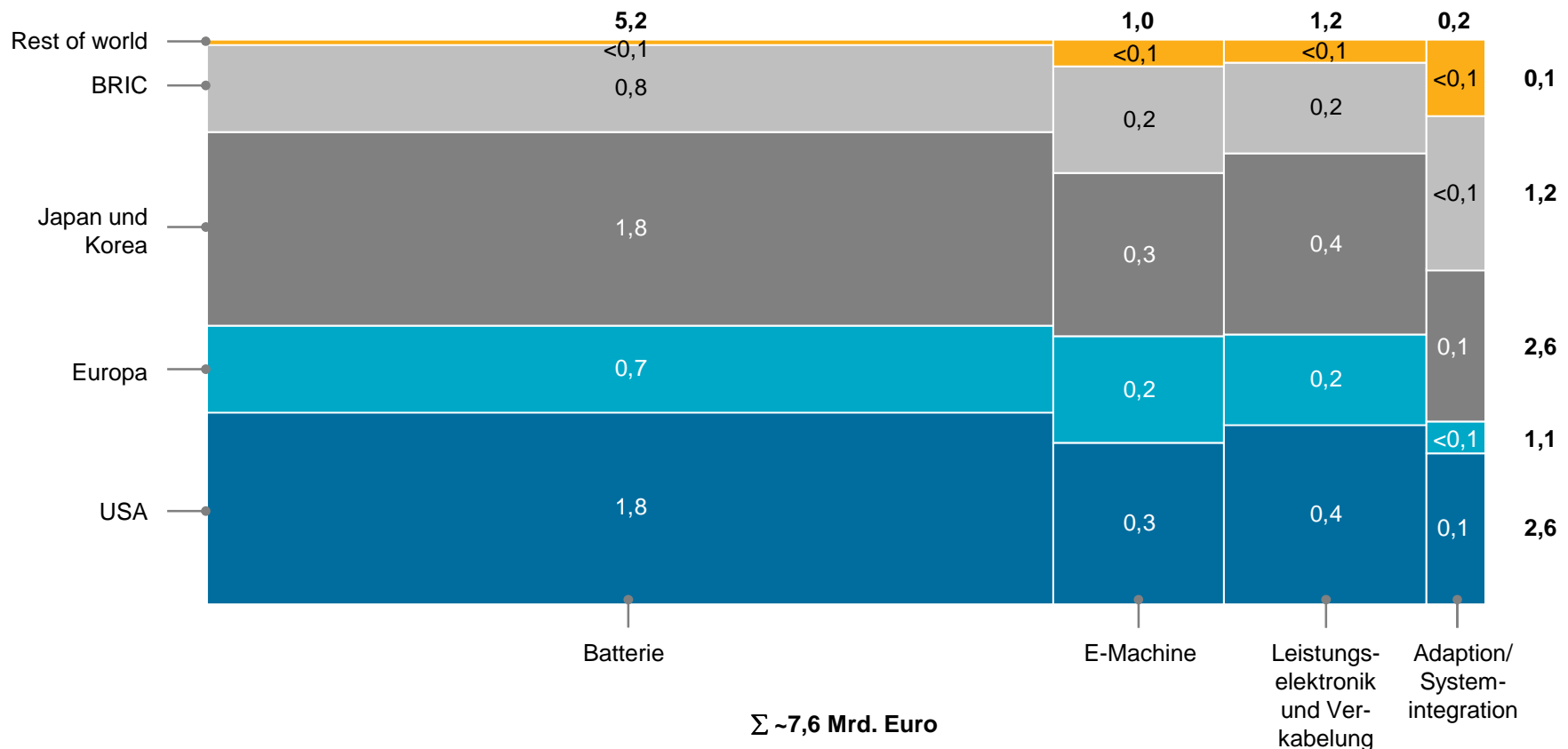
<sup>1</sup> Südafrika, Australien, Argentinien, Kanada, Mexico

Quellen: LMC Automotive, Oliver Wyman-Analyse

<sup>2</sup> West- und Osteuropa, USA, Japan und Korea

Das Marktpotenzial der hybrid-elektrischen Antriebssysteme für Trucks wird sich bei günstigem Eintrittsszenario 2020 auf mehr als sieben Milliarden Euro belaufen

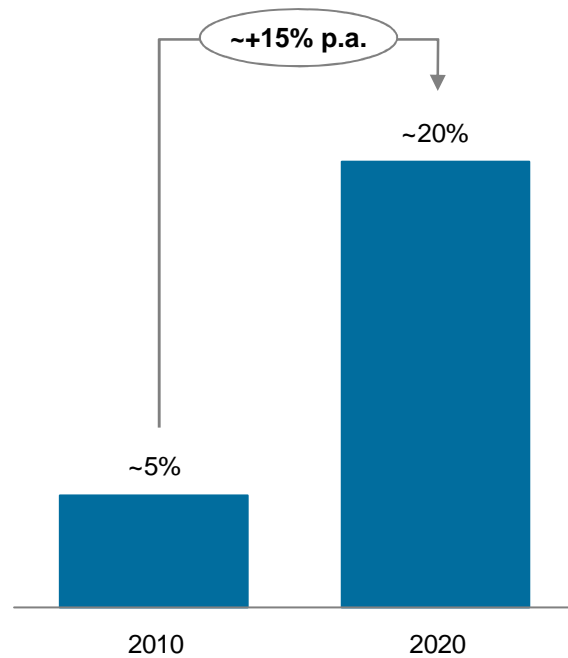
**Marktpotenzial hybrid-elektrischer Antriebssysteme für Trucks nach Regionen und Komponenten<sup>1</sup>**  
 In Mrd. Euro; 2020; Haupt- und Nebenantriebe für Trucks; Zahlen gerundet



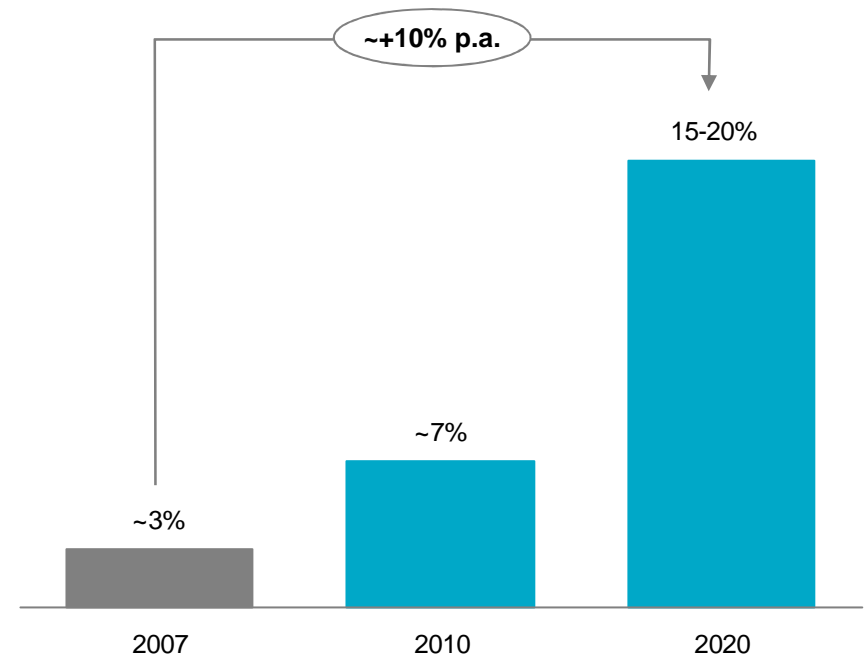
<sup>1</sup> Unterstellt ein günstiges Eintrittsszenario für (hybrid-)elektrische Antriebstechnologien. Abweichungen durch Rundungen möglich  
 Quellen: Marktmodell von Oliver Wyman, Darnell Group, TU Darmstadt, Experteninterviews

# Der Markt für Telematiksysteme wird bis 2020 deutlich wachsen

**Marktdurchdringung Connected Cars<sup>1</sup>**  
In %; weltweit



**Marktdurchdringung Connected Trucks<sup>1</sup>**  
In %; weltweit



**Ausgaben von  
PKW-/Truck-  
Kunden**

15 Mrd. Euro

50 Mrd. Euro

1,1 Mrd. Euro

>3 Mrd. Euro

<sup>1</sup> In Prozent der Fahrzeugflotte. Integrierte Hersteller-/Aftermarket-Systeme (Hardware und Services) sowie "Hybrid"-Systeme auf Smartphone-Basis  
Quellen: ABI research, iSuppli, BCC research, Canalys, Experteninterviews, Oliver Wyman-Analyse