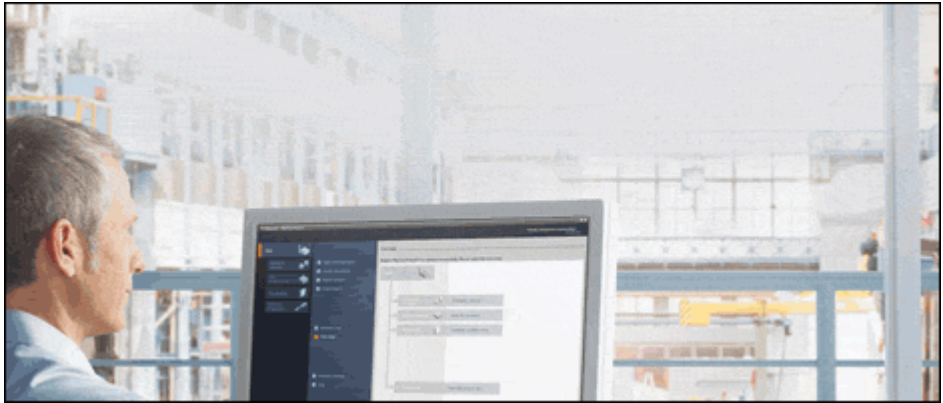


Daimler gründet neue Lkw-Marke

Der Daimler-Konzern hat eine neue Nutzfahrzeugmarke in Indien gegründet. Die Wagen der Marke BharatBenz sollen in Indien entwickelt und produziert werden. Daimler investiert dort rund 700 Millionen Euro.



Chennai. Der weltgrößte Lastwagenbauer Daimler will den indischen Markt mit der neuen Marke BharatBenz erobern. "Unsere BharatBenz-Lkw sind die richtige Mischung aus Daimler-DNA und indischem Markt-Know-how", sagte Daimler-Chef Dieter Zetsche am Donnerstag bei der Vorstellung der Marke im indischen Chennai.

Die Fahrzeuge sollen die Gewichtsklasse zwischen 6 bis 49 Tonnen abdecken und in Indien entwickelt und gebaut werden. Zum neuen Markennamen hieß es, "Bharat" bedeute in verschiedenen Landessprachen "Indien". Die Produktion in Oragadam bei Chennai soll 2012 anlaufen. Daimler investiert innerhalb von fünf Jahren insgesamt rund 700 Millionen Euro in den Standort.



Prototyp eines BharatBenz Lkws:
Mit der neuen Marke will Daimler den indischen Markt erobern. (Foto: Daimler)

"Wir gehen davon aus, dass die indische Lkw-Industrie ihr Volumen bis 2020 verdoppeln wird", sagte Daimler-Nutzfahrzeugchef Andreas Renschler. Daimler-Chef Zetsche hatte in einem Interview im vergangenen Jahr Indien als das "potenziell das nächste China" bezeichnet. BharatBenz ist die fünfte Lastwagenmarke des Konzerns neben Mercedes-Benz, der japanischen Marke Fuso sowie den US-Marken Freightliner und Western Star.

Die Lastwagen der neuen Marke basieren auf Daimler-Technik und sollen auf die Bedürfnisse der indischen Kunden zugeschnitten werden. 80 Prozent der Teile sollen von lokalen Zulieferern kommen. Um die Verkäufe anzukurbeln, baut Daimler parallel sein Finanzdienstleistungsgeschäft in Indien auf.

Bisherige Modelle zu teuer für den indischen Markt

Die bisherige Fahrzeugpalette des Konzerns gilt als zu teuer für den indischen Markt. Auch werden die umfangreichen Komfort- und Sicherheitsausstattungen in den Schwellenländern nicht nachgefragt. Klar ist deshalb auch, dass in den Wachstumsregionen nicht die gleichen Renditen zu erreichen sind.

Daimler hatte den Einstieg in den indischen Massenmarkt zunächst mit dem Kooperationspartner Hero geplant. Die indische Seite zog sich aber aufgrund von Finanzproblemen während der Wirtschaftskrise im April 2009 aus dem Gemeinschaftsunternehmen zurück. Wegen der schleppenden Nachfrage wurde auch der Zeitplan für den Produktionsstart immer weiter gestreckt.

Ursprünglich sollten erste Modelle, die unter anderem gegen den Marktführer Tata antreten, Ende 2010 vom Band laufen. (dpa/swi)

Artikel zum Thema:

Donnerstag, 17. Februar 2011, 12.00 Uhr