

# VOLKSWAGEN TRUCK & BUS

Presse | News | Prensa | Tisk | Imprensa | Prasa | Stampa | Pers | 新闻

## Volkswagen Truck & Bus auf Wachstumskurs

- **Absatz wächst um 3 % im Vorjahresvergleich**
- **Spitzenposition in Europa und Brasilien verteidigt**
- **Einstieg bei US-Hersteller Navistar**
- **Neue Organisation der Fahrzeugentwicklung umgesetzt**
- **Renschler: „2016 war kein einfaches Jahr für die Nutzfahrzeugbranche. Umso erfreulicher ist, dass wir gegen den Trend gewachsen sind.“**

**Braunschweig, 20. März 2017**

Die Volkswagen Truck & Bus GmbH mit den Marken MAN, Scania, Volkswagen Caminhões e Ônibus und RIO blickt auf ein erfolgreiches Geschäftsjahr 2016 zurück. Der Absatz von Nutzfahrzeugen legte um 3 % auf rund 184.000 Fahrzeuge zu. Damit konnte die Gruppe trotz eines regional schwierigen Marktumfelds erfolgreich agieren. Mit dem Erwerb von 16,6 % der Anteile des US-Herstellers Navistar und dem konsequenten Ausbau des Lead Engineering, das die Entwicklungskapazitäten der Marken bündelt, hat Volkswagen Truck & Bus erste wichtige Meilensteine seiner Global Champion Strategie erreicht. Hinzu kam der Launch der Digitalmarke RIO, die mit einer cloud-basierten Plattform die Zukunft der Logistik individueller und besser gestalten will.

Andreas Renschler, CEO von Volkswagen Truck & Bus und für Nutzfahrzeuge zuständiges Vorstandsmitglied der Volkswagen AG, sagt: „2016 war kein einfaches Jahr für die Nutzfahrzeugbranche. Umso erfreulicher ist, dass wir gegen den Trend gewachsen sind. Dank unserer hervorragenden Produkte und unserer Absatzstärke insbesondere in Europa konnten wir die Schwäche einzelner Märkte ausgleichen.“

### **Absatz nach Regionen und Marken**

Das Geschäft mit mittelschweren und schweren Lkw legte im Vergleich zum Vorjahr um 2 % zu. MAN, Scania und Volkswagen Caminhões e Ônibus konnten zusammen rund 165.800 Lkw absetzen. Dabei war die Entwicklung in einzelnen Regionen uneinheitlich. Als Folge der anhaltenden wirtschaftlichen Erholung in Westeuropa verzeichneten die Marken von Volkswagen Truck & Bus dort ein erfreuliches Plus von 9 % gegenüber dem Vorjahr. Vor allem die Entwicklung in Italien, Frankreich und den Niederlanden konnte überzeugen. Mit einem Wachstum von 21 % legte der Lkw-Absatz in Zentral- und Osteuropa besonders deutlich zu. Der Absatz in Brasilien hingegen war marktbedingt in einem schwierigen ökonomischen Umfeld rückläufig: Mit 16.300 Einheiten wurden 24 % weniger Lkw abgesetzt als im Vorjahr.

Das Busgeschäft entwickelte sich für die Gruppe 2016 erfreulich. Mit insgesamt 17.800 Bussen setzten die Marken von Volkswagen Truck & Bus rund 4 % mehr ab als im Vorjahr. MAN Truck & Bus weist für 2016 einen Gesamtabsatz von 83.200 Fahrzeugen auf, was einer Steigerung von 5 % entspricht. Scania erreichte für den Vergleichszeitraum einen Absatz von

# VOLKSWAGEN TRUCK & BUS

Seite 2 von 3

81.400 Lkw und Bussen (+6 %). Aufgrund der schwierigen Wirtschaftslage in Brasilien ging der Absatz bei Volkswagen Caminhões e Ônibus auf 20.400 Einheiten zurück (-17 %).

## **Strategische Allianz mit dem amerikanischen Hersteller Navistar**

Ein bedeutender Schritt bei der Umsetzung der Global Champion Strategie von Volkswagen Truck & Bus ist der Einstieg bei Navistar, der der Gruppe erstmals Zutritt zum wichtigen nordamerikanischen Markt verschafft. Der Erwerb von 16,6 % der Anteile an dem amerikanischen Nutzfahrzeughersteller ist mehr als eine Finanzbeteiligung. So ist im Rahmen der vereinbarten strategischen Allianz eine enge technologische Kooperation bei Antriebssystemen vorgesehen. Hinzu kommt die Gründung des Einkaufs-Joint-Ventures Global Truck & Bus Procurement LLC mit Sitz in Lisle / Illinois, das bereits seine Arbeit aufgenommen hat. Aufgabe des Joint Ventures ist es, weltweit Einkaufssynergien zu identifizieren und die Profitabilität der gesamten Gruppe nachhaltig zu verbessern. Zudem erwägen beide Partner die Zusammenarbeit bei weiteren gemeinsamen technologischen Projekten. Eine eigens dafür gegründete Einheit hat ihren Sitz in Schweden.

## **Lead Engineering wird ausgeweitet**

Große Fortschritte wurden auch mit der Einführung des Lead Engineering Konzeptes gemacht. Jeweils eine Marke übernimmt im Rahmen des Lead Engineering bei klar definierten Entwicklungsprojekten die Führung. Die Vorteile liegen auf der Hand: Entwicklungskosten und -zeiten können deutlich reduziert werden. Markenübergreifende Teams arbeiten bereits an der Entwicklung von gemeinsamen Plattformen für Motoren, Getrieben, Achsen und Abgasnachbehandlungssystemen. So ist beispielsweise Scania für die Entwicklung der neuen Motoren ab 13 Liter Hubraum zuständig, während MAN die Verantwortung für die neuen Motoren mit fünf bis neun Litern Hubraum hat. Zudem werden weitere Anwendungsgebiete geprüft. Lead Engineering leistet einen wichtigen Beitrag zur nachhaltigen Verbesserung der Profitabilität der Gruppe. „Wenn wir unsere Kompetenzen im Entwicklungsbereich bündeln, bringen wir unsere Produkte schneller und kostengünstiger auf den Markt. Von den Synergien und Innovationen werden alle Beteiligten – vor allem unsere Kunden – profitieren. Dabei spielt Nachhaltigkeit durch intelligentere und sauberere Technologien eine immer größere Rolle“, erklärt Andreas Renschler.

## **RIO erfolgreich gelauncht**

Ein weiteres Highlight war der Launch der neuen Volkswagen Truck & Bus Marke RIO auf der IAA 2016 in Hannover. Ziel der von MAN federführend entwickelten Marke RIO ist es, durch datengetriebene Intelligenz die Effizienz und Profitabilität des Güterverkehrs zu erhöhen. RIO ist als offene cloud-basierte Plattform für die gesamte Lieferkette konzipiert. Künftig werden alle MAN-Lkw serienmäßig mit einer RIO-Box ausgestattet sein, Scania-Lkw können entsprechend nachgerüstet werden. Bereits heute gibt es insgesamt mehr als 290.000 vernetzte Lkw von MAN und Scania auf Europas Straßen. Mit RIO will Volkswagen Truck & Bus die Zukunft der Logistikbranche aktiv gestalten und seinen Kunden helfen, noch erfolgreicher zu sein.

## **Ausblick positiv**

Langfristig peilt Volkswagen Truck & Bus einen Return on Sales von 9 % über den Industriezyklus an. Zudem möchte die Gruppe unter anderem ab 2025 jährlich bis zu 1 Mrd. Euro an Synergien heben. „Aufgrund des hohen Potenzials aus der engeren Zusammenarbeit der Marken im Einkauf und der gemeinsamen Entwicklung sind wir zuversichtlich, diese ambitionierten Ziele zu erreichen. Für das laufende Jahr rechnen wir insbesondere aus

# VOLKSWAGEN TRUCK & BUS

Seite 3 von 3

Russland und in der zweiten Jahreshälfte aus Brasilien mit positiven Impulsen“, erläutert Volkswagen Truck & Bus CFO Matthias Gründler.

Die Volkswagen Truck & Bus GmbH ist eine 100%ige Tochtergesellschaft der Volkswagen AG und gehört mit ihren Marken MAN, Scania, Volkswagen Caminhões e Ônibus und RIO zu den weltweit führenden Nutzfahrzeugherstellern. Im Jahr 2016 setzten die Marken der Volkswagen Truck & Bus insgesamt rund 184.000 Fahrzeuge ab. Das Angebot umfasst leichte Nutzfahrzeuge, Lkw und Busse, die an 25 Standorten in 17 Ländern produziert werden. Zum 31. Dezember 2016 beschäftigte das Unternehmen in seinen Nutzfahrzeugmarken weltweit rund 77.000 Mitarbeiter. Die Gruppe hat den Anspruch, das System Transport neu auszurichten – mit ihren Produkten, ihren Dienstleistungen und als Partner ihrer Kunden.

Kontakt:

## **Volkswagen Truck & Bus GmbH**

Julia Kroeber-Riel

Head of Corporate Communications  
& External Affairs

Tel.: +49 1525 8870900

[julia.kroeber-riel@vwtb.com](mailto:julia.kroeber-riel@vwtb.com)

Dr. Alexander Baer

Head of Business Communications

Tel.: +49 1525 88 67 423

[alexander.baer@vwtb.com](mailto:alexander.baer@vwtb.com)

[www.volkswagenag.com](http://www.volkswagenag.com)

[www.volkswagen-media-services.com](http://www.volkswagen-media-services.com)

