

17.07.2020 – 09:30 Uhr

Bain-Analyse zum globalen Truck-Markt / Corona-Rezession bremst Lkw-Hersteller aus

München/Zürich (ots) -

- **Weltweite Truck-Verkäufe sinken 2020 voraussichtlich um 14 Prozent**
- **Chinesischer Markt wächst bereits wieder deutlich**
- **In allen anderen Regionen sind im laufenden Jahr Absatzrückgänge von 30 Prozent und mehr zu erwarten**
- **Preisreize spielen für Flottenmanager beim Kauf nur eine untergeordnete Rolle**
- **Hersteller sollten jetzt Effizienzprogramme starten und die Digitalisierung vorantreiben, um sich auf die veränderte Marktsituation einzustellen**

Durch die Corona-Pandemie brechen die weltweiten Lkw-Verkäufe 2020 gegenüber der ursprünglichen Prognose im wahrscheinlichsten Szenario um 14 Prozent ein. Dabei leidet der US-Markt mit einem Minus von 32 Prozent ähnlich stark unter der Krise wie Europa mit minus 30 Prozent. Anders stellt sich die Situation in China dar. Dort beleben inzwischen staatliche Wirtschaftsförderungsprogramme vor allem das Baugeschäft. Nach Verlusten im Frühjahr wird der dortige Lkw-Markt deshalb 2020 voraussichtlich um 3 Prozent zulegen gemessen an 2019 und sogar um 19 Prozent gegenüber der ursprünglichen Prognose für 2020. Die Erholung in anderen wichtigen Weltregionen wird indes langsamer verlaufen (Abbildung). Zu diesem Ergebnis kommt eine Branchenanalyse der internationalen Unternehmensberatung Bain & Company. Dafür wurden mehr als 500 große Lkw-Flottendienstleister in Deutschland, Italien, China und den USA sowie zahlreiche Industrieexperten befragt.

"Nach dem Krisenmanagement benötigen die Lkw-Hersteller angesichts der niedrigeren Verkaufszahlen, die für die nächsten Jahre erwartet werden, einen umfassenden Aktionsplan", betont Bain-Partner Karl Strempel.

"Gleichzeitig gilt es, die Wettbewerbsfähigkeit zu stärken - durch Investitionen in die Digitalisierung der Unternehmensprozesse und digitale Services rund um ihre Fahrzeuge."

Schnelle Erholung in China

Der globale Lkw-Markt hat schon vor der Corona-Krise geschwächelt. Nach dem Rekordhoch von insgesamt 3,2 Millionen verkauften Fahrzeugen im Jahr 2018 bremsten 2019 gesättigte Märkte und zyklische Schwankungen in Nordamerika und Europa die Nachfrage. Umso drastischer wirkte sich im Frühjahr 2020 der vielerorts verhängte Lockdown aus. Der Lkw-Absatz kollabierte förmlich. Gemessen an den ursprünglichen Prognosen für 2020 ging er beispielsweise in China im Februar um 57 Prozent zurück, in Europa erreichte er seinen Tiefpunkt im April mit einem Minus von 68 Prozent.

Laut Bain-Analyse erholen sich die Verkaufszahlen je nach Region sehr unterschiedlich. Das schnellste Comeback verzeichnet China, wo der Lkw-Absatz bereits im März wieder 23 Prozent über der Vor-Corona-Prognose lag. Noch besser waren der April und Mai mit einem Plus von 46 beziehungsweise 42 Prozent. Zurückzuführen ist dies auf massive staatliche Fördermaßnahmen insbesondere im Bausegment, die auch die Lkw-Nachfrage befeuern. Allerdings wird sich das Wachstum in China in den kommenden Jahren deutlich verlangsamen. In Europa ist bis 2022 wieder mit einem spürbar wachsenden Bedarf zu rechnen. Dagegen dürfte in den USA die Zahl der verkauften Trucks erst um 2024 das Vorkrisenniveau übersteigen, was vor allem an den Überkapazitäten durch den Verkaufsboom der letzten beiden Jahre liegt.

Fortschreitende Konsolidierung

"Marktsättigung und die Folgen der Corona-Krise dürften im weltweiten Lkw-Markt über Jahre für geringere Absatzzahlen sorgen", stellt Bain-Partner Marco Gerrits fest. Der Kampf um die Kunden werde die Profitabilität der Hersteller belasten. "Auch das Geschäft mit gebrauchten Lkw bleibt vorerst schwierig, gleiches gilt für Sale-and-Lease-Back-Verträge. Das alles wird auf absehbare Zeit die Unternehmensgewinne schmälern", so Gerrits.

Preisnachlässe der Hersteller werden den Absatz kurzfristig kaum ankurbeln. Weniger als 15 Prozent der weltweit befragten Flottenmanager geben an, dass sie den Kauf neuer Fahrzeuge aufgrund von zu erwartenden Preissenkungen verschoben haben oder einen solchen Anreiz für ihre Kaufentscheidung benötigen. Für die meisten Befragten ist vielmehr die anziehende Nachfrage in ihrer jeweiligen Branche ausschlaggebend. Insbesondere größere Flottenbetreiber werden schneller als Käufer zurückkehren als kleine und selbstständige.

Strategien für die neue Normalität

Nach den Krisenmaßnahmen der vergangenen Monate stehen bei den Lkw-Herstellern die folgenden Handlungsfelder auf der Agenda:

- **1. Kosten reduzieren.** Um sich auf die geringeren Marktvolumina vorzubereiten, gilt es vor allem die strukturbedingten Kosten zu senken. Lkw-Hersteller müssen unter anderem die Produktkomplexität reduzieren, ihr Produktionsnetzwerk straffen und flexibilisieren, die Fertigungstiefe verringern sowie Zentral- und Unterstützungsfunktionen verschlanken.
- **2. Vertrieb optimieren.** Lkw-Hersteller müssen ihre profitabelsten Geschäftsfelder und Märkte kennen. Für das Neu- und Gebrauchtfahrzeuggeschäft sowie den Service sind eigenständige Strategien nötig. Die Vertriebssteuerung kann über eine optimierte Lkw-Ausstattung sowie angepasste Rabatt- und Bonusstrukturen einen großen Beitrag für höhere Umsätze leisten. Zudem gilt es, die Leistungsfähigkeit und Effizienz des Vertriebs auf Wholesale- und Händlerebene auf den Prüfstand zu stellen. Auch das Servicegeschäft muss forciert werden.
- **3. Technologie vorantreiben.** Die Digitalisierung gewinnt auch im Lkw-Geschäft weiter an Bedeutung. Sie ist die Voraussetzung für einen intelligenten Omnikanal-Vertrieb. Gleichzeitig müssen viele Hersteller in neue Technologien investieren, um im Wettbewerb zu bestehen. Dazu zählen unter anderem alternative Antriebe, autonom fahrende Flotten oder digitale Fahrzeugservices.

Aus Sicht von Branchenkenner Strempel müssen gerade Investitionen in die Zukunftsfähigkeit geschützt werden - trotz der derzeit sinkenden Verkaufszahlen. "Kostendisziplin und ein fokussierter Einsatz der vorhandenen Mittel sind das Gebot der Stunde", so Strempel. "Wer hier die richtige Balance sowie die nötige Entscheidungs- und Umsetzungsstärke hat, wird zu den Gewinnern gehören."

Eine Abbildung zum Thema finden Sie hier: <http://ots.de/VotyDR>

Bain & Company

Bain & Company ist eine international führende Unternehmensberatung, die Entscheider weltweit bei der Zukunftsgestaltung unterstützt. Mit unseren 59 Büros in 37 Ländern sind wir in unmittelbarer Nähe unserer Kunden. Wir arbeiten gemeinsam mit ihnen daran, den Wettbewerb zu übertreffen und neue Standards in den jeweiligen Branchen zu setzen. Partner aus unserem Ökosystem digitaler Innovatoren ergänzen unsere Expertise und sorgen mit dafür, dass wir für unsere Kunden bessere, schnellere und nachhaltigere Ergebnisse erzielen. Seit unserer Gründung 1973 messen wir unseren Erfolg am Erfolg unserer Kunden. Wir sind stolz darauf, dass wir die höchste Weiterempfehlungsrate in der Beratungsbranche haben und dass unsere Kunden die Börsenindizes um das Vierfache übertreffen. Erfahren Sie mehr unter: www.bain.de, www.bain-company.ch. Folgen Sie uns auf: [LinkedIn](#), [Facebook](#), [Xing](#), [Bain Insights App](#).

Pressekontakt:

Pressekontakt:

Leila Kunstmann-Seik
Bain & Company Germany, Inc.
Karlsplatz 1
80335 München
E-Mail: leila.kunstmann-seik@bain.com
Tel.: +49 (0)89 5123 1246
Mobil: +49 (0)151 5801 1246

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100018214/100852221> abgerufen werden.