

Ola Källenius: Wir werden jedenfalls wachsen

Von Peter Schwerdtmann

„Wir werden jedenfalls wachsen.“ Das war - ganz nach Daimler-Art - die Antwort von Ola Källenius, seit 1. Januar 2015 im Vorstand der Daimler AG zuständig für den Vertrieb von Mercedes-Benz Cars, auf die Frage, ob er sich von BMW provozieren lasse. BMW-Chef Harald Krüger hatte in der Pressekonferenz der Münchener in Genf am Morgen des ersten Pressetags angekündigt, in diesem Jahr werde man Mercedes-Benz beim Absatz wieder hinter sich lassen.

Källenius folgt mit seiner Zurückhaltung der Daimler-Tradition, keine Prognosen zum eigenen Erfolg abzugeben. Aber er hat auch sonst jeden Grund zur Gelassenheit. 2015 Jahr hatte Mercedes beim Absatz um 14,3 Prozent zugelegt. Und diese oder eine ähnliche Geschwindigkeit will das Unternehmen auch in diesem Jahr vorlegen. Bei den neuen Modellen rund um die A- und die B-Klasse konnte Mercedes-Benz insgesamt 580 000 Fahrzeuge verkaufen, was einen wesentlichen Beitrag dazu lieferte, die Münchener zu überholen. Doch Källenius winkt ab. Es geht nicht um Rekordzahlen, sondern um profitables Wachstum.

Das wachsende Produktportfolio nennt Källenius als einen der Gründe für das Wachstum. Bis 2020 will das Unternehmen 40 Modellreihen anbieten. Marktausweitung mit Hilfe der breiteren Produktpalette beschrieb er an einem Beispiel aus dem USA. Dort konnte die Limousine Mercedes-Benz CLS zu einem Preis angeboten werden, zu dem Anbieter ohne Premium-Image größere Fahrzeuge anbieten. Im Rahmen der Preisspanne, die sich ein Käufer zurechtgelegt hat, war auf einmal ein Mercedes erreichbar. „Wenn der erst einmal Mercedes gefahren hat, können wir damit rechnen, dass er bei der Marke bleibt.“

Als zweite Säule der Strategie sieht Källenius die Weiterentwicklung der Märkte. Hier diente ihm China als Beispiel. Källenius nennt die Fähigkeit von Mercedes-Benz, seine Produkte an die Wünsche der Käufer vor Ort anzupassen, als einen der Gründe für Zuwachs. Seit die C-Klasse mit langem Radstand angeboten werde, habe sich deren

Absatz verdoppelt. Neben China zeigten zum Beispiel auch die Märkte in Korea, Japan und in den USA Wachstum, so viel, dass trotz schwieriger Märkte wie Russland, Brasilien und Südafrika in der Summe starkes Wachstum übrigbleibe.

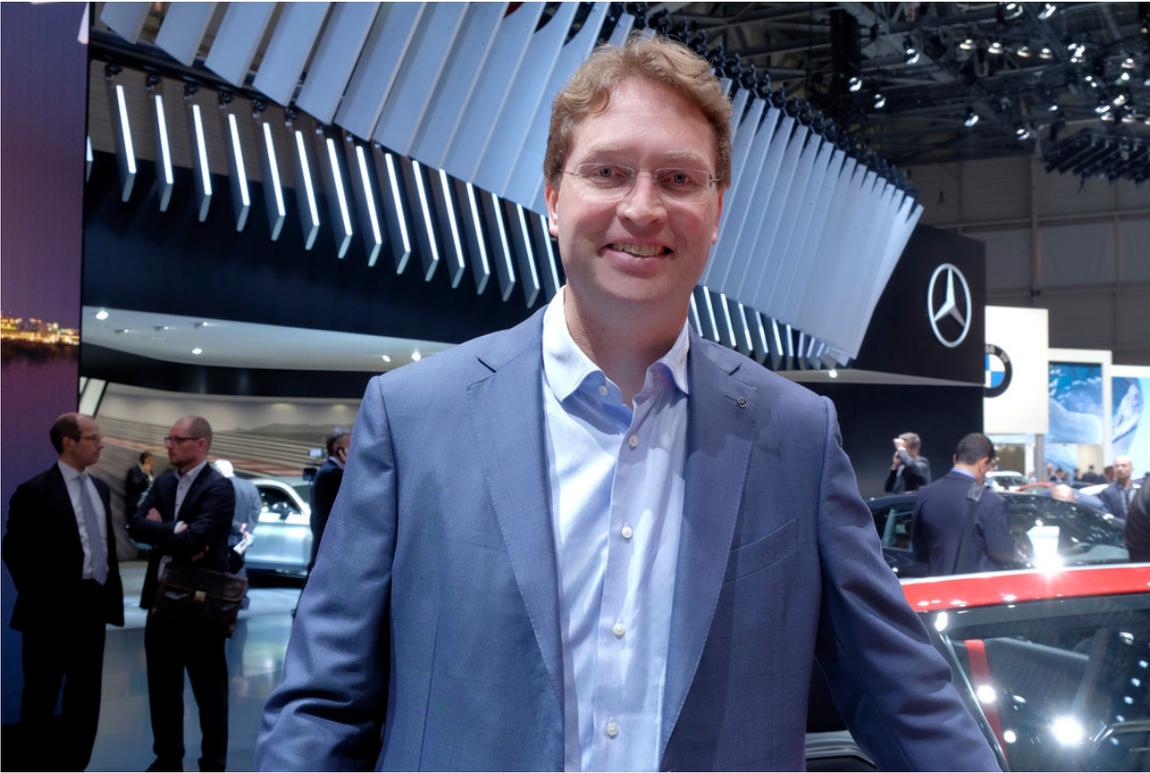
Ola Källenius sieht für seine Marke weiter gute Chancen. Dafür müsse man allerdings technologisch bei der Effizienz der Antriebe, bei der Sicherheit, bei der Konnektivität und beim autonomen Fahren vorn bleiben. Befragt zur Zukunft des Dieselmotors und zum aktuellen Vorwurf der Täuschung der Verbraucher sagt Källenius: „Wir halten das für unbegründet.“ Man stehe im Dialog mit den Behörden. Die Vermutung, die Diskussion könne Einfluss auf den Absatz von Dieselmotoren haben, kann er nicht bestätigen. Die Lage bei den Auftragseingängen sei normal. Auch im Handel bekomme man bemerkenswert wenige Fragen von Kunden zu dieser Thematik.

Källenius legt Wert auf die Feststellung, dass die Daimler AG von Anfang an die Entwicklung des Worldwide Harmonized Light-Duty Vehicles Test Procedure (WLTP) als Real Driving Emission (RDE) als neue Testprozeduren unterstützt habe. Die bisher bekannten Definitionen für RDE deckten rund 95 Prozent der bekannten Betriebszustände eines Autos ab, würde also zu Verbrauchsangaben führen, die ein Autofahrer in seiner täglichen Praxis nachvollziehen könne. Källenius: „Wir werden die Grenzwerte einhalten.“ Er sieht die bisherige Entwicklung der Werte für den Flottenverbrauch als Beweis für seine Prognose. Der Flottenverbrauch liege zurzeit bei 123 Gramm Kohlendioxid pro Kilometer. Ziel sind 95 g/km bis 2020.

Bis Ende kommenden Jahres soll insgesamt zehn Plug-in-Hybrid-Modelle dabei helfen. Ebenfalls 2017 kommen die batterieelektrischen Varianten der beiden Smart-Modelle Fortwo und Forfour sowie ein neues Fahrzeug mit Brennstoffzellentechnik dazu.

Ola Källenius hat als Vertriebsvorstand mit Mercedes-Benz Cars ein Rekordjahr erlebt. Im kommenden Jahr wird er an anderer Stelle dafür sorgen müssen, dass diesem noch viele folgen. Zum Jahreswechsel übernimmt er von Prof. Thomas Weber die Rolle des Chefs für Forschung und Entwicklung. Dann muss er dafür sorgen, dass niemand die Stuttgarter in Sachen Technologie überholt. (ampnet/Sm)

Bilder zum Artikel



Ola Källenius.



Ola Källenius.
