

Daimler bereitet sich auf Expansion in China vor

Dank der Bündelung aller Vertriebsaktivitäten für importierte und lokal produzierte Pkw unter dem Dach der Beijing Mercedes-Benz Sales Service Co. Ltd. (BMBS) hat Daimler die strukturellen Voraussetzungen für die Vertrieboptimierung in China geschaffen. Auf dieser Basis entwickelt das Unternehmen seinen Vertrieb für den zukünftig wichtigsten Pkw-Markt von Mercedes-Benz konsequent und kontinuierlich weiter – wie zahlreiche aktuelle Beispiele zeigen: im Stuttgarter Zentralvertrieb entsteht ein eigener Bereich für China, das chinesische Händlernetz wird unter Hochdruck weiter ausgebaut, eine mehrstufige After-Sales Initiative ist angelaufen, Schulungs-, Aus- und Fortbildungskapazitäten und Angebote für Vertriebs- und Händlermitarbeiter werden beständig erweitert.

Das Händlernetz von Mercedes-Benz in China soll jährlich um durchschnittlich 50 neue Händlerbetriebe wachsen – insbesondere abseits der bekannten Megastädte. In diesem Jahr wird die Zahl noch übertroffen: 75 neue Betriebe werden ans Netz gehen, davon 36 in Städten, in denen die Marke bislang garnicht vertreten war. Damit verfügt Mercedes-Benz dann über deutlich mehr als 300 Händler in China.

Das Wachstum des Mercedes-Benz Händlernetzes geht einher mit dem massiven Ausbau der Schulungskapazitäten. Mit der jüngst erfolgten Eröffnung eines neuen Schulungszentrums in Chengdu (Provinz Sichuan), dem größten ausserhalb Deutschlands, und einem bereits geplanten weiteren Trainingscenter in Shanghai verfügt Mercedes-Benz über insgesamt sieben solcher Einrichtungen in China. Die Ausbildungskapazität für Mercedes-Benz-Vertriebsmitarbeiter wird sich im Vergleich zum Vorjahr um 40 Prozent auf 140 000 Schulmanntage erhöhen. Alle Trainingscenter sind der neu gegründeten Vertriebsgesellschaft BMBS angegliedert.

Um das Verkaufswachstum nachhaltig abzusichern, liegt ein weiterer Fokus auf dem Ausbau der bestehenden After-Sales Aktivitäten. Eine entsprechende, mehrstufige Initiative der neuen Vertriebsgesellschaft BMBS in China ist bereits angelaufen und umfasst unter anderem attraktive, wettbewerbsfähige Wartungs-, Service- und Garantiepakete.

Bis 2015 sollen in China 20 neue und modellgepflegte Fahrzeuge eingeführt werden. Darunter sind die E-Klasse-Langversion, die A-Klasse und die S-Klasse.

Vertreter der fünf für Mercedes-Benz in China wichtigsten Händlergruppen (Boshi Group, China Grand Automobile, Lei Shing Hong, Pangda, Zhongsheng) haben Daimlers China-Vorstand Hubertus Troska einstimmig zum Vorsitzenden der Carl Benz Academy China gewählt. Die Berufung Troskas ist ein Vertrauensvotum für das China-Management von Daimler und Mercedes-Benz.

Die Carl Benz Academy ist eine gemeinsame Institution von Mercedes-Benz in China und seinen wichtigsten lokalen Händlergruppen und bietet in Zusammenarbeit mit renommierten internationalen Universitäten eine weiterführende Berufsausbildung (MBA Business Administration) für Führungskräfte aus dem Automobilsektor an. Die Händler haben sich verpflichtet, die Carl Benz Academy mit RMB 100 Mio (gut 12 Mio Euro) zu unterstützen.

Um langfristiges und nachhaltiges Wachstum in China zu sichern, fokussiert sich das Unternehmen nicht nur auf die Aus- und Weiterbildung von Führungskräften aus Vertrieb und Händlernetz. Ein weiterer Fokus liegt bereits seit 2006 auf der Ausbildung junger Talente in Berufen wie Mechatroniker, Fertigungsmechaniker und Zerspanungsmechaniker. Die Ausbildung basiert auf dem deutschen Standard des dualen Systems und wurde bereits von über 1500 Auszubildenden absolviert; auch die lokalen Lehrkräfte werden entsprechend aus- und weitergebildet. (ampnet/deg)

Bilder zum Artikel:

DAIMLER