

Triumph will sich weitere Märkte erschließen

Neben der ständigen Überarbeitung und Erweiterung der Modellpalette wird Triumph seine globalen Aktivitäten um lukrative Märkte erweitern. Nachdem seit kurzer Zeit Motorräder der Marke auch in Brasilien erhältlich sind, strebt das britische Unternehmen den Einstieg auf den indischen Markt ab Mitte des Jahres an. Laut jüngster Erhebungen wird sich der Subkontinent in diesem Jahr zum zweitgrößten Zweiradmarkt der Welt hinter China entwickeln.

Die Ausweitung des Geschäftsfelds nach Übersee ist ein wesentlicher Bestandteil der Wachstumsstrategie. In den vergangenen vier Jahren hat Triumph 13 neue Standorte gegründet unter anderem in Argentinien, Brasilien, Kolumbien, der Tschechischen Republik, Ungarn, Russland und der Slowakei. Aktuell gibt es Motorräder der britischen Marke in 52 Ländern der Erde, und der Exportanteil liegt bei 85 Prozent.

In den vergangenen vier Jahren schrumpfte der weltweite Markt für Motorräder über 500 Kubikzentimeter Hubraum um fast die Hälfte auf 690 000 Fahrzeuge im vergangenen Jahr. Triumph konnte seinen weltweiten Marktanteil seit 2007 dabei von 2,3 auf 5,7 Prozent mehr als verdoppeln. In Europa stieg der Marktanteil trotz der Krise in einigen wichtigen Kernmärkten bei Motorrädern über 500 Kubik von 3,2 auf 7 Prozent, und in den USA verdoppelte er sich auf 3,2 Prozent. In Deutschland kletterte er von 3,0 auf 6,2 Prozent, in Österreich stieg er im gleichen Zeitraum von 3,5 auf 6,0 Prozent. Im heimischen Großbritannien konnte Triumph seinen Marktanteil in den vergangenen fünf Jahren von 9,4 auf 24 Prozent ausbauen und ist Marktführer im Segment über 500 Kubikzentimeter.

Seit 2007 verdoppelte der Hersteller zudem seine Entwicklungskapazitäten in Großbritannien, erweiterte die Modellpalette von 13 auf 23 und vergrößerte die gesamte Produktionsfläche in seinen sechs Werken (zwei in Großbritannien, drei in Thailand und eines in Brasilien) auf 165 000 Quadratmeter. (ampnet/jri)

Bilder zum Artikel:



Triumph-Stammsitz in Hinckley.