

STRATEGIE

Globale Megatrends wie die demografische Entwicklung und die zunehmende Urbanisierung führen dazu, dass die weltweite Motorennachfrage kontinuierlich zunimmt. Davon profitiert DEUTZ als unabhängiger Motorenhersteller im Premiumsegment und Innovationstreiber für marktgerechte Technologien. Wir wollen unsere Kunden nicht nur mit Motoren, sondern mit kompletten Systemlösungen und umfassenden Serviceleistungen bedienen. Unsere etablierte Strategie umfasst deshalb die Erweiterung der Kunden- und der Produktbasis sowie die Globalisierung und Internationalisierung.

Unsere Wachstumsstrategie, die wir seit Jahren konsequent verfolgen, basiert auf drei Säulen:

→ Erstens **Erweiterung der Kundenbasis** und profitables Wachstum: Wir wollen in allen Regionen mit neuen und bestehenden Kunden wachsen. In den letzten Jahren ist uns dies gelungen, wir konnten in allen Regionen neue Kunden hinzugewinnen. Auch im Berichtsjahr sind zahlreiche Produktanläufe bei unseren Kunden erfolgt – dies belegt den Erfolg unserer aktuellen Motorengeneration. Mit der KION Group, einem der beiden größten Anbieter von Gabelstaplern weltweit, haben wir Ende 2015 eine Vereinbarung zum Ausbau der langjährigen Zusammenarbeit getroffen. Im vergangenen Jahr konnten wir unter anderem mit dem japanischen Baumaschinenhersteller Takeuchi eine Partnerschaft starten und die Zusammenarbeit mit dem chinesischen Baumaschinenhersteller Sany ausweiten.




Bezogen auf Anwendungsbereiche liegt unser Schwerpunkt weiterhin auf Off-Road-Anwendungen, insbesondere bei Baumaschinen, Material Handling und der Landtechnik. Auch den Markt für Stationäre Anlagen und Nischenanwendungen bedienen wir. Unser Automotive-Geschäft

verlagert sich zunehmend nach Asien, wo wir mit unserem Joint Venture DEUTZ Dalian sehr gut im Markt positioniert sind. Derzeit bereiten wir uns mit unserem Joint Venture auf die Einführung der Emissionsstufe China IV vor, die im chinesischen LKW-Markt ab dem Jahr 2019 gilt.

Daneben haben wir mit dem Servicegeschäft ein weiteres margenträchtiges Standbein etabliert. Dieses wollen wir künftig mit neuen Produkten und Dienstleistungen rund um den Motor weiter ausbauen. Durch ein aktives Händlermanagement und die weitere Qualifizierung des Händlernetzes wird der gestiegenen Komplexität der Motoren Rechnung getragen. Darüber hinaus beabsichtigen wir, an ausgewählten Standorten in eigene Servicestützpunkte zu investieren. Beispielsweise haben wir im Berichtsjahr unser erstes DEUTZ Power Center in den USA eröffnet, das unseren Kunden vor Ort applikationsspezifische Entwicklungsdienstleistungen, aber auch Wartungen und Reparaturen anbietet.

Um die Verfügbarkeit von Original DEUTZ Teilen weiter zu erhöhen, werden wir zusammen mit unseren Händlern das Internet als Vertriebskanal nutzen.

Strategisches Programm bis 2020

Strategisches Programm	
 Erweiterung der Kundenbasis	<ul style="list-style-type: none"> → Ausbau des Asiengeschäfts → Verstärkung der Vertriebsaktivitäten → Ausbau des Servicegeschäfts
 Erweiterung der Produktbasis	<ul style="list-style-type: none"> → Erweiterung bzw. Optimierung des Motorenprogramms → Erweiterung des Produktportfolios mit Systemlösungen → Erweiterung bzw. Optimierung des Serviceprogramms
 Globalisierung/ Internationalisierung	<ul style="list-style-type: none"> → Aufbau eines internationalen Produktionsnetzwerks → Aufbau eines internationalen Entwicklungsnetzwerks → Aufbau eines internationalen Beschaffungsnetzwerks → Aufbau eines internationalen Logistiknetzwerks
Unternehmensgrundsätze, Grundsätze der Führung und Zusammenarbeit	

→ Zweitens **Erweiterung der Produktbasis** mit technologisch führenden Produkten: Unsere heutigen TCD-Motoren im Bereich 2,9 bis 16,0 Liter mit einer Leistungsbandbreite von 25 bis 520 kW für die Abgasemissionsstufe EU Stufe IV/ US Tier 4¹⁾ hatten wir bis 2014 im Markt eingeführt. Diese Motoren zeichnen sich durch kompakte Einbaumaße, intelligente Abgasnachbehandlungskonzepte und im Vergleich zu den Vorgängermodellen niedrigere Lebenszykluskosten aus. Alle Motoren erfüllen darüber hinaus bereits heute die ab 2019 nochmals verschärften EU-Grenzwerte²⁾. Mit der »Stage V ready«-Kampagne vermarkten wir dies aktiv. Auf der Bauma ist der DEUTZ Powerpack präsentiert worden, eine einbaufertige Lösung von Motor, Kühler und SCR-Tank. Gerade für kleinere OEMs reduziert dieses Angebot den Applikationsaufwand erheblich. Darüber hinaus erweitern wir unser Produktportfolio für Serienauslieferung ab 2019 vor allem im unteren und oberen Leistungsbereich, unter anderem indem wir es um Gasvarianten ergänzen und es teilweise erneuern. Weitere Informationen hierzu einschließlich Details zu den neuen Produkten, die wir im vergangenen Jahr der Öffentlichkeit vorgestellt haben, finden Sie im Kapitel »Stage V ready« auf den Seiten 16 und 17.

Auch künftig werden wir an der Entwicklung von Lösungen arbeiten, um die Energieeffizienz unserer Produkte noch weiter zu erhöhen. Darüber hinaus bauen wir unsere Applikationskompetenz, bei der wir im Wettbewerb bereits als führend gelten, kontinuierlich aus.

Mit dem profitablen Servicegeschäft sind wir unabhängiger von konjunkturellen Schwankungen. Die Basis hierfür sind rund 1,6 Mio. DEUTZ-Motoren, die sich weltweit in Betrieb befinden. Der Marktanteil dieser Motoren wird mit neuen Produkten wie der Programmerweiterung bei Xchange-Motoren und Komponenten für die zeitwertgerechte Reparatur ausgebaut. Die höhere Komplexität der Motoren neuer Emissionsstufen erfordert auf Seiten der Servicepartner hohes Fachwissen und entsprechende Diagnose-Werkzeuge. DEUTZ investiert daher in den weiteren Ausbau des Trainings und den »elektronischen Schraubenschlüssel« SERDIA, ohne den eine Diagnose nicht möglich wäre. Der weltweit zuverlässige Service sichert die Verfügbarkeit DEUTZ-gerüsteter Aggregate – ein Motorenleben lang. Die hohe Zufriedenheit der Endkunden ist auch ein wesentlicher Treiber für den Neumotorenverkauf.

→ Drittens **Globalisierung und Internationalisierung** des DEUTZ-Konzerns: Die regionalen Schwerpunkte unserer Märkte verlagern sich und der Trend zur kundennahen Montage nimmt weiter zu. Vor diesem Hintergrund schaffen wir in den drei großen Wirtschaftsräumen Europa, Amerika und Asien Strukturen, die über die Vertriebs- und Serviceaktivitäten hinaus auch lokale Montage, Beschaffung, Logistik und Applikationsentwicklungsaktivitäten umfassen. All dies soll stark vernetzt und zentral koordiniert werden.

Bereits im Jahr 2014 haben wir eine umfassende Optimierung unserer deutschen Standorte mit dem Ziel der

Effizienzsteigerung beschlossen. In Köln konsolidieren wir zwei Standorte: Hierzu haben wir an unserem größten Standort in Köln-Porz ein Wellenzentrum zur Fertigung von Nocken- und Kurbelwellen gebaut. Der Umzug der Produktion ist im Februar 2017 abgeschlossen worden. Gleichzeitig wurde der Standort Köln-Deutz geräumt. Hier erwirkt wir derzeit Planungsrecht für ein neues Stadtquartier in Rhein-Nähe. Dieser Standort soll in den nächsten Jahren veräußert werden. Unser Werk für Austauschmotoren in Übersee am Chiemsee wird geschlossen und in das Werk Ulm integriert. Die Montage haben wir bereits 2015 erfolgreich verlagert. Der Umzug aller anderen Funktionen erfolgt im laufenden Jahr 2017.

NULL-FEHLER-STRATEGIE

Bereits 2015 haben wir die sogenannte Null-Fehler-Strategie implementiert. Bei diesem Qualitätsprogramm geht es darum, Fehler schon im Ansatz zu erkennen, das heißt, bevor diese überhaupt auftreten. Aus aufgetretenen Fehlern gilt es hingegen konsequent zu lernen, so dass sich derselbe Fehler nicht wiederholt. Insofern ist die Etablierung einer präventiven Fehlervermeidungskultur beabsichtigt.

Unser Anspruch ist, dass unsere Kunden stets ein fehlerfreies Produkt erhalten und wir somit die Kundenerwartungen erfüllen oder übertreffen. Wir stellen uns hierbei der Herausforderung, dass wir mit kundenspezifischen Lösungen eine große Variantenvielfalt aufweisen und die Komplexität unserer Produkte in den letzten Jahren aufgrund der Emissionsgesetzgebung signifikant gestiegen ist.

GLOBALE MEGATRENDS TREIBEN MOTORENNACHFRAGE

Die Megatrends demografische Entwicklung, zunehmende Urbanisierung und anhaltende Globalisierung haben starken Einfluss auf Anwendungen, die wir motorisieren. Sie führen dazu, dass die weltweite Nachfrage – abgesehen von konjunkturellen Schwankungen – kontinuierlich steigt. Dazu zählt auch der Bedarf an Landmaschinen, Infrastrukturinvestments sowie Transportmöglichkeiten.

Dieser strukturell wachsenden Nachfrage stehen begrenzte natürliche Ressourcen gegenüber. Vor diesem Hintergrund werden gesetzliche Auflagen für den Umwelt- und Klimaschutz in praktisch allen Industrie- und Schwellenländern verschärft. Die Emissionsgesetzgebung war damit der größte Technologietreiber im Dieselmotorenmarkt der letzten Jahre. Den Herausforderungen der Emissionsgesetzgebung stellen wir uns gerne, denn als ein technologisch führendes Unternehmen sehen wir hierin für uns Chancen. Die Gesetzgebung in den Schwellenländern folgt in der Regel mit mindestens einer Emissionsstufe Abstand.

Strukturelle Wachstumstreiber sind deshalb bei DEUTZ die Motorsysteme der neuen Emissionsstufe, die deutlich wertiger und komplexer als das jeweilige Vorgängerprodukt sind.

¹⁾ Im Geschäftsbericht werden an verschiedenen Stellen die Emissionsstufen EU Stufe IV/US Tier 4 erwähnt. Hiermit sind die Abgasemissionsstufen 97/68 Stufe IV in der Europäischen Union und die Regelungen EPA Tier 4 für Dieselmotoren in den USA gemeint.

²⁾ Verordnung (EU) 2016/1628 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 14.09.2016.