

DE STER GAAT SNEL WEER GLIMMEN

Dit is niet de meest geschikte tijd om een nieuwe Mercedes te kopen. Dat zegt zelfs Daimler-topman Dieter Zetsche, wiens prestigemerke Mercedes-Benz keihard door de crisis wordt geraakt. "Toch profiteren wij straks eerder van het herstel dan de volume-aanbieders."

Mercedes-Benz viert feest. Het gebeurt maar eens in de zeven jaar dat er een compleet nieuwe E-klasse wordt gelanceerd. Veiliger, comfortabeler, krachtiger; de jongste editie is een hypermoderne interpretatie van alle traditie die schuilgaat achter de glimmende ster op zijn kap. Voor Daimler, het moederconcern van Mercedes, is dit feestje extra belangrijk. De E-klasse is traditioneel het model dat het meeste bijdraagt aan de winst.

Terwijl een testvloot van Benzen haar rondjes draait door de zonovergoten straten van Madrid, zit Dieter Zetsche ontspannen aan het ontbijt in een plaatselijk hotel. Gekleed alsof hij zojuist het gras heeft gemaaid en straks nog even dat lampje gaat verwisselen. De joviaal besnorde topingénieur heeft nog wel tijd om uit te leggen hoe hij zijn concern door de crisis loodst.

In Stuttgart is het geen feest. De verkoop bij Mercedes is ingestort met meer dan 30 procent. De personenwagendivisie

van Daimler veranderde vorig jaar van winstmotor in een geldverslindende *bleeder*. Net als andere merken in het hogere premiumsegment wordt het door de recessie harder getroffen dan makers van doorsnee wagens. Door opgelopen voorraden raakt



Mercedes op de autoshow van Detroit, begin dit jaar. Daimler-topman Zetsche (inzet) toonde er voor het eerst de nieuwe E-klasse.



Daimler in ijtempo door miljarden aan kasgeld en moet het misschien bijlenen. Om de voorraden weg te werken, draaien de fabrieken voorlopig op halve kracht en wordt tot de zomer in deeltijd gewerkt.

"De omvang en snelheid van de neergang hebben mij verrast", zegt Zetsche. "In de eerste helft van 2008 waren we nog de winstgevendste autoproducent ter wereld, over het hele jaar braken de truckverkoop records. Nu hebben we het erover of we 40 of 70 procent minder zullen verkopen."

Ondanks de duizelingwekkende val, die Zetsches beloning over 2008 halveerde tot 5 miljoen euro en hem noodzaakt tot miljardenbezuinigingen, denkt hij nog niet aan ontslagen. Vlak na zijn aantreden in 2007 haalde hij al de bezem door het werknemersbestand, en ook volgens analisten geldt Daimler op dit moment als een van de gezondste Duitse autoconcerns.

NIET IN DE STEMMING

Maar wie koopt in deze crisistijd nog een relatief dure en in Nederland ronduit als luxe beschouwde auto? Zetsche geeft toe: "Dit is niet de tijd om een Mercedes te kopen. Mijn klanten kunnen het zich wel veroorloven, maar ze zijn er niet voor in de stemming, omdat ze hun aandelenbezit hebben zien verdampen of omdat ze druk zijn hun bedrijf te saneren." Die stemming, schat Zetsche in, zal omslaan zodra de beurzen weer aantrekken. En dan is zijn bedrijf ook een van de eerste die zullen profiteren. "Merken in lagere segmenten hebben last van de afgenomen koopkracht, het duurt veel langer voordat die zich herstelt. Ik denk dat voor ons een scenario waarin tegen het eind van het jaar verbetering zichtbaar wordt, best reëel is."

Het beeld dat Zetsche schetst behoeft nuancering: juist het laagste segment van de Duitse automarkt viert feest. De overheid geeft een premie van 2.500 euro voor elke ingeruilde auto ouder dan negen jaar. Volkswagen Polo's, Opel Corsa's en kleine Aziaten zijn daardoor niet aan te slepen. Daimler profiteert slechts met zijn kleine Smart. Als die *Abwrackpremie* bedoeld is om de Duitse industrie te steunen, schiet het volgens Zetsche zijn doel voorbij. "De verkoop van buitenlandse merken pluste in februari 50 procent, die van Duitse merken slechts 4 procent, vooral dankzij de kleine modellen, die stevast in het buitenland worden gemaakt." De Duitse overheid beseft volgens Zetsche ook wel dat het zuinig moet zijn op de makers van duurdere wagens. "Wil je de industrie in Duitsland houden, dan

'HERSTEL VANAF EIND DIT JAAR IS VOOR ONS EEN REËEL SCENARIO'

Dieter Zetsche, ceo Daimler AG

moet je dergelijke aanbieders koesteren."

Mercedes-Benz heeft na een paar topjaren incasseringsvermogen opgebouwd. Voor landgenoot Opel geldt het tegendeel, dat voert nu een strijd op leven en dood. Zetsche noemde 2009 eerder een 'Darwinjaar' voor zijn industrie: alleen de sterkste zullen de crisis zelfstandig overleven. Wat volgens hem niet betekent dat de wereld straks maar vijf of zes grote wereldspelers kent, zoals Sergio Marchionne, Zetsches collega bij Fiat, beweert. "Over tien jaar zijn er nog evenveel grote concerns als nu."

Marchionne nam onlangs een belang in het zietogende Amerikaanse Chrysler, het bedrijf dat Daimler tien jaar geleden kocht omdat het geloofde in de dominantie van een handvol wereldconcerns. Het was Zetsche die Chrysler een tijd leidde, én weer dumpte toen hij eenmaal aan het roer van Daimler kwam te staan. Zetsche: "Sergio is een prima vent. Maar het is onzin dat autoconcerns een minimale omvang nodig hebben om op termijn te kunnen meespelen. De geschiedenis heeft niet bewezen dat de partijen met de grootste volumes het winstgevendst zijn.

Ik zou bijna zeggen: in tegendeel."

Met een omzet van 48 miljard uit 1,3 miljoen auto's beschouwt Zetsche zijn personenwagendochter niet als ondermaats. "Het gaat eerder om executie dan om welk businessmodel je kiest. Het is mogelijk een winstgevende nichespeler te zijn, als je je kaarten maar goed speelt." Natuurlijk is er wel enige omvang nodig om als fabrikant mee te kunnen in de technologische ontwikkelingen. Voor een prestigemerke als Mercedes geldt dat a fortiori: het loopt traditioneel voorop in de technologische race, met de nieuwste E-klasse als voorbeeld.

IN DE RAMSJM

Maar verkeersbordherkenning? Die heeft de Opel Insignia al maanden. Zuinige diesels? BMW grossiert al twee jaar in A-labels. Wat onderscheidt die ster op de kap nu nog van het blauw-wit van BMW of Audi's ringen? "Ik denk dat wij, ook historisch gezien, in ons segment het meestomvattende, best afgewogen aanbod hebben, of het nu gaat om veiligheid, comfort, snelheid, kwaliteit, zuinigheid of status."

Zetsche gaat er prat op dat Mercedes zijn producten nog steeds hoger weet te prijzen dan rivalen. Desondanks is de modernere en completere E 220 CDI duizenden euro's goedkoper dan zijn voorganger. Gaat de ster in de ramsjm? Tja, die prijspremie moet je relatief zien, lacht Zetsche. "De tijd dat we voor onze producten konden vragen wat we wilden omdat we geen concurrentie hadden, ligt ver achter ons."

[PHILIP.BUETERS@REEDBUSINESS.NL]

DE E STAAT STRAKS OOK VOOR ELEKTRISCH

Daimler laat de ontwikkeling van accu's voor elektrische auto's niet langer over aan toeleveranciers.

Het nam een flink belang in de Duitse maker van lithium-ion accu's Li-Tec, en zet een joint venture op voor de productie van accu's. "De perceptie is dat batterijtechnologie een Japanse, Chinese en Amerikaanse aangelegenheid is. Onze ingenieurs hebben alleen al 120 patenten op het gebied van lithium-ion", zegt Zetsche. "En wat Li-Tec in huis heeft, kunnen hooguit drie andere bedrijven."

Mercedes-Benz brengt

deze zomer zijn eerste hybride op de markt, de grote S 400 Bluetec Hybrid. In januari toonde het op de beurs van Detroit al de puur elektrische Mercedes BlueZero EV, losjes gebaseerd op de B-klasse. "Het zal nog lang duren voordat elektrische auto's bij ons aan iets anders bijdragen dan onkosten, maar je moet er vanaf het begin bij zijn zodra er een technologische transformatie optreedt. Wil je jezelf positioneren als leider, dan moet je de technologie controleren." Op termijn zal iedereen accu's en elektromotoren kunnen inkopen, onder meer dus bij Daimler. De manier waarop je die combineert en laat samenwerken zorgt straks voor het onderscheid tussen de aanbieders, stelt Zetsche.

