



## Im Aufwärtstrend: Fuso verzeichnet ein weltweites Absatzplus von 18% in 2012

Im Aufwärtstrend: Fuso verzeichnet ein weltweites Absatzplus von 18% in 2012  
Daimler-Tochter Fuso steigert den weltweiten Absatz um 18% auf rund 174.600 verkaufte Nutzfahrzeuge  
Mit Wachstumsstrategie "FUSO 2015" im Plan: Mittelfristig werden über 200.000 Einheiten pro Jahr verkauft  
40 Markteinführungen in 2013 verschaffen weiteren Auftrieb  
Die asiatische Nutzfahrzeugtochter der Daimler AG, Mitsubishi Fuso Truck and Bus Corporation (MFTBC), hat die Absatzzahlen für den japanischen Heimatmarkt und die internationalen Exportmärkte bekanntgegeben. Fuso steigert den weltweiten Absatz um 18% auf insgesamt 174.600 verkaufte Einheiten. Mittelfristig strebt Fuso mit der Wachstumsstrategie "FUSO 2015" mehr als 200.000 verkaufte Nutzfahrzeuge pro Jahr in internationalen Märkten an. Um den Aufwärtstrend fortzusetzen, plant Fuso in diesem Jahr 40 Markteinführungen.  
Mit einer zweistelligen Wachstumsrate konnten wir das vergangene Jahr erfolgreich abschließen", sagt Dr. Albert Kirchmann, Präsident und CEO von MFTBC und Leiter von Daimler Trucks Asia. "Mit unserem Wachstumsprogramm FUSO 2015 wollen wir das mittel-fristige Absatzziel von 200.000 Nutzfahrzeugen jährlich erreichen."  
Kai-Uwe Seidenfuss, MFTBC Senior Vice President of Sales and After Sales Fuso, ergänzt: "2012 hat gezeigt, dass es für Fuso ein großes Wachstumspotenzial in internationalen Märkten gibt. Für 2013 streben wir weiterhin eine starke Präsenz in Exportmärkten wie Südostasien an."  
In den internationalen Märkten außerhalb Japans überzeugt Fuso mit 139.600 verkauften Lkw und Bussen und einem Absatzplus von 15%. Wichtiger Absatztreiber war das anhaltende Wachstum in Südostasien, dem größten Exportmarkt der Marke, sowie im Nahen und Mittleren Osten und in Afrika. Insbesondere Indonesien etabliert sich mit rund 68.000 abgesetzten Lkw als ein bedeutender Wachstumsmarkt von Fuso.  
Nicht nur international konnte Fuso im Jahr 2012 zulegen, sondern auch im japanischen Heimatmarkt. Mit einem starken Wachstum von circa 30% setzte Fuso in Japan rund 35.000 Einheiten ab.  
Weitere Produktoffensive und 40 Markteinführungen in 2013  
Für 2013 verstärkt das Unternehmen seine Produktoffensive. Nach der Einführung der neuen Generation des Fuso Canter Eco Hybrid im September 2012 in Europa, ist der Leicht-Lkw nun auch auf dem australischen Markt erhältlich. Außerdem ist der Fuso Canter Guts (unter 5 Tonnen zulässiges Gesamtgewicht) aus der Kooperation mit Nissan Motor Co., Ltd. seit Januar diesen Jahres in Japan im Angebot. Insgesamt sind 40 Markteinführungen vorge-sehen - darunter neue Produktvarianten und neue Marktsegmente.  
Über Fuso  
Die in Kawasaki, Japan, ansässige Mitsubishi Fuso Truck and Bus Corporation (MFTBC) ist einer der führenden Nutzfahrzeughersteller in Asien. Das Unternehmen produziert und vertreibt leichte, mittelschwere und schwere Lkw und Busse. Die Daimler AG hält 89,29% der Anteile an MFTBC. Die restlichen 10,71% werden von verschiedenen Unternehmen des Mitsubishi-Konzerns gehalten. MFTBC ist Bestandteil des Geschäftsfelds Daimler Trucks der Daimler AG.  
Daimler AG  
70546 Stuttgart  
Deutschland  
Telefon: +49 (711) 17 0  
Telefax: +49 711 17 22244  
Mail: dialog@daimler.com  
URL: <http://www.daimlerchrysler.de/> 

### Pressekontakt

Daimler AG

70546 Stuttgart

daimlerchrysler.de/  
dialog@daimler.com

### Firmenkontakt

Daimler AG

70546 Stuttgart

daimlerchrysler.de/  
dialog@daimler.com

ehemals DaimlerChrysler AG  
DaimlerChrysler ist in der Automobilbranche einzigartig: Das Angebot reicht vom Kleinwagen über Sportwagen bis hin zur Luxuslimousine und vom vielseitig einsetzbaren Kleintransporter über den klassischen Schwer-Lkw bis hin zum komfortablen Reisebus. Zu den Personenwagen-Marken von DaimlerChrysler zählen Maybach, Mercedes-Benz, Chrysler, Jeep, Dodge und smart. Zu den Nutzfahrzeug-Marken gehören Mercedes-Benz, Freightliner, Sterling, Western Star, Setra und Mitsubishi Fuso. DaimlerChrysler Financial Services bietet Finanz- und andere fahrzeugbezogene Dienstleistungen an. Die Strategie von DaimlerChrysler basiert auf vier Säulen: Globale Präsenz, herausragende Produkte, führende Marken sowie Innovations- und Technologieführerschaft. DaimlerChrysler hat eine globale Belegschaft und eine internationale Aktionärsbasis. Mit 384.723 Mitarbeitern erzielte DaimlerChrysler im Geschäftsjahr 2004 einen Umsatz von 142,1 Mrd. Euro.