

STRATEGIC MARKET INTELLIGENCE

Mercedes-Benz Vans im globalen LCV-Markt

Marktposition, Wettbewerbslandschaft und Elektrifizierung des Segments leichter Nutzfahrzeuge.

Deep Dive · Automotive Intelligence Practice · Öffentliche Quellen · Edition 2026

Kapitelübersicht

01

Management Summary

Kernspannungen & zentrale Befunde

02

Markt & Segmentierung

TAM · SAM · SOM, Segmente, Treiber

03

Regionen & Wettbewerb

Regionale Differenzierung & Benchmarking

04

eLCV-Dynamik & Struktur

Wachstum, Five Forces, SWOT

05

Handlungsempfehlungen

Aus der Analyse abgeleitet

06

Methodik & Quellen

Belegbasis & Datenlücken

Management Summary

01

Marge vs. Volumen

Umsatzrendite mit 10,2 % das vierte Jahr in Folge zweistellig – bei –11 % Absatz. MB steuert auf Rendite, nicht Anteil. **10,2 % RoS**

02

Verbrenner vs. Elektro

Das ICE-Volumen stagniert; nur das eLCV-Segment wächst strukturell mit ~21–25 % p. a. – das Wachstum liegt im kleinen Elektroteil. **eLCV +21–25 %**

03

Premium vs. Flottenpreis

Markenwert und Preissetzungsmacht stehen der chinesischen eLCV-Preisoffensive gegenüber. Das Flottengeschäft ist der Druckpunkt. **Flotte unter Druck**

ZENTRALER BEFUND Die Wettbewerbsposition ruht auf Marge und Markenwert, nicht auf Volumen – der VAN.EA-Plattformwechsel fällt zeitlich mit verschärftem Wettbewerb auf der Volumenflanke zusammen.

Mercedes-Benz Vans in Zahlen (2025)

17,1 Mrd. €

Umsatz 2025

-11 % ggü. 2024

10,2 %

Bereinigte Umsatzrendite

4. Jahr in Folge zweistellig

359.136

Absatz (Einheiten)

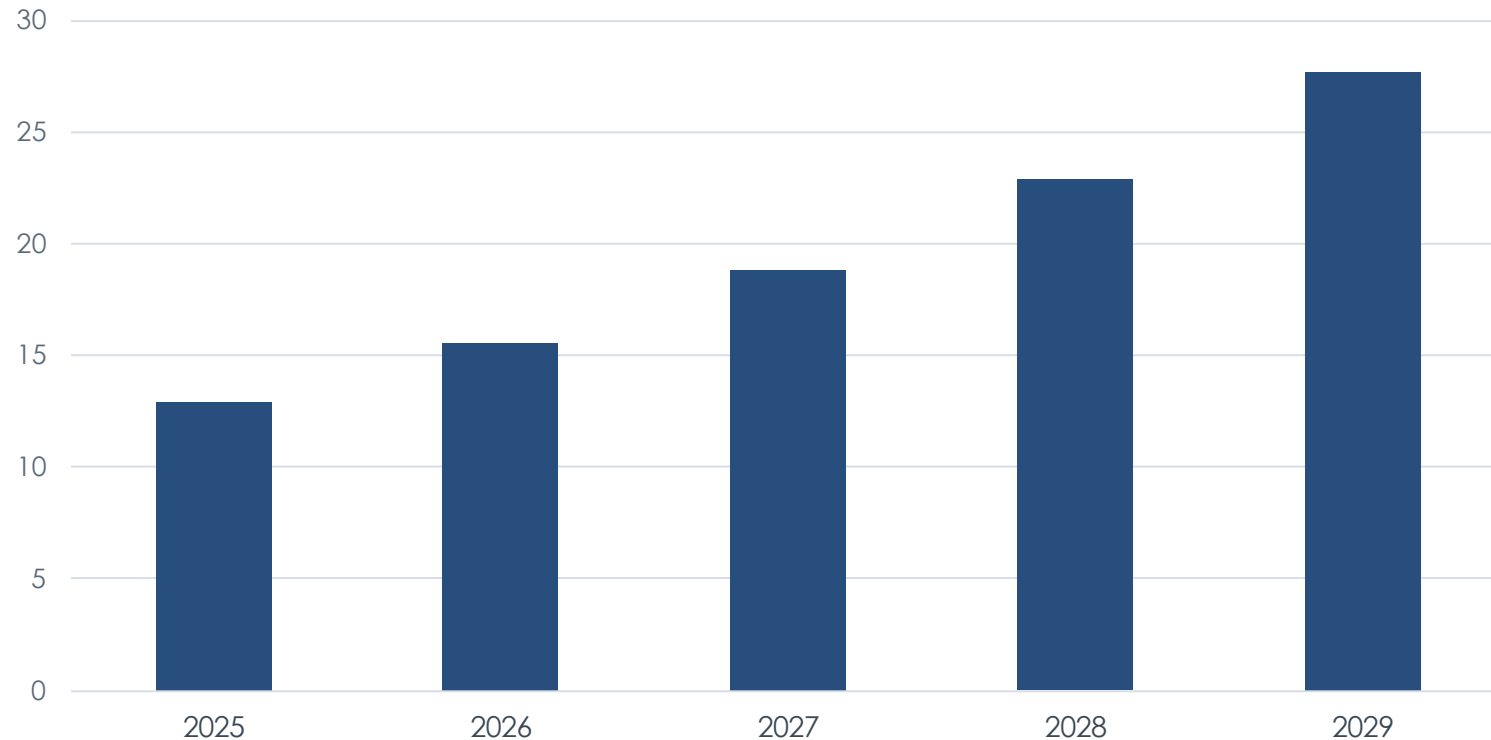
-11 % ggü. 2024

+46 %

eVan-Absatz (~28.500)

über Markttakt (+36 % EU)

eLCV Europa – der Wachstumspfad



Elektrisches LCV-Segment Europa in Mrd. USD, 2025–2029 [5]

CAGR

~21,1 %

Volumen 2029

27,67 Mrd. \$

Δ 2025–29

+115%

CHARAKTER

Strukturell

Wachstumstreiber und Gegenkräfte

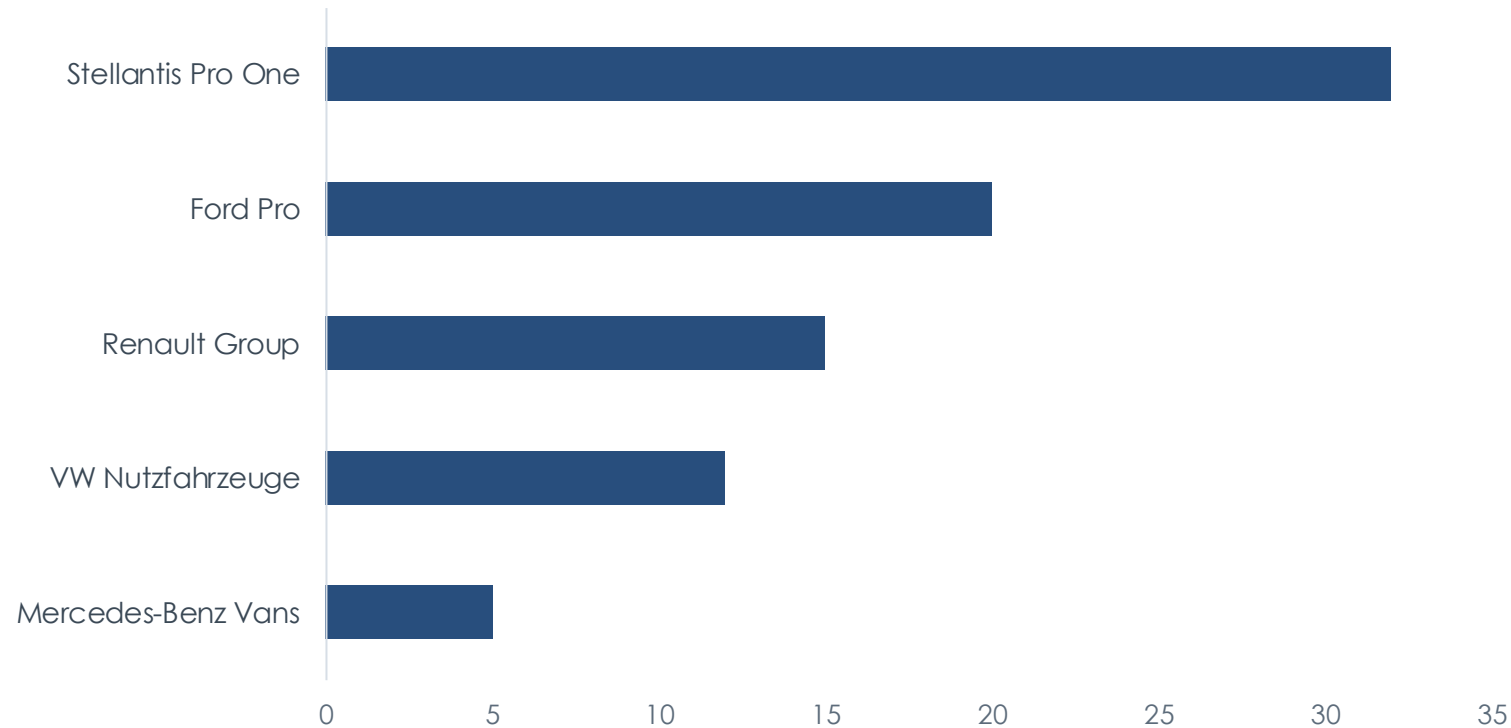
TREIBER

- E-Commerce & Last-Mile treiben die strukturelle LCV-Nachfrage
- EU-Emissionsregulatorik erzwingt Elektrifizierung (BEV-CAGR ~55 %)
- Purpose-built EV-Plattformen heben Nutzwert (VAN.EA-Hebel)
- Deutscher Heimatmarkt bleibt resilient (Absatz gehalten)

GEGENKRÄFTE

- Reduzierter Logistikbedarf – konjunktureller Volumenrückgang 2025
- Preisdruck chinesischer eLCV-Anbieter im Flottensegment
- Hohe Investitionslast VAN.EA drückt kurzfristig das EBIT
- Volumenblöcke Stellantis/Ford dominieren die Fläche

Wettbewerbslandschaft Europa



LCV-Marktanteil 2025 nach Neuzulassungen (Näherung) [7][8]

Der Wettbewerb um die Fläche entscheidet sich über Volumen; Mercedes gewinnt über Marge und Marke, nicht über Anteil.

Stellantis Pro One

Volumenführer

Ford Pro

Sektorführer

Renault Group

Flottenspezialist

Mercedes-Benz Vans

Premium-Nische

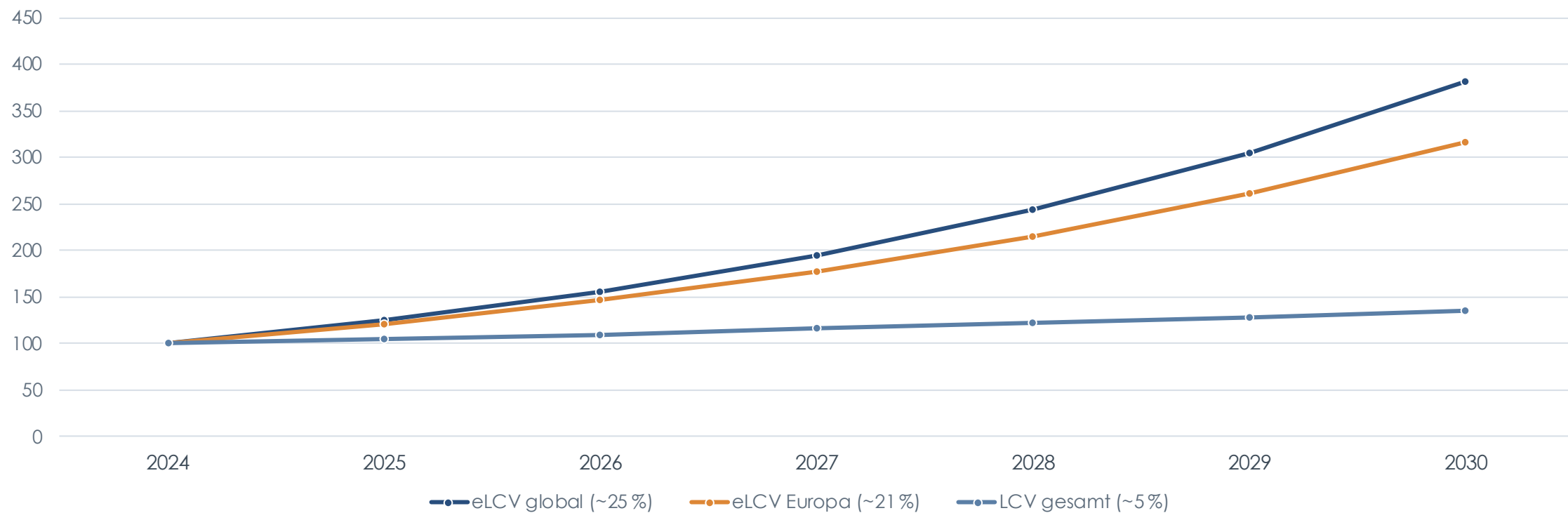
Wettbewerbs-Benchmarking

Dimension	Mercedes	Stellantis	Ford Pro	China-eLCV
Marge / RoS	●	◐	◐	○
Volumen / Fläche	○	●	●	○
Markenwert / Premium	●	◐	◐	○
Skalen / Fixkosten	◐	●	●	◐
Flotten-Ökosystem	◐	◐	●	○
eLCV-Plattform (heute)	◐	◐	◐	●

Bewertung zentraler Leistungsdimensionen: ● stark · ◐ mittel · ○ gering

Qualitative Einordnung auf Basis öffentlicher Quellen [1][2][7][8][10]

Wo das Wachstum liegt



Indexiertes Wachstum (2024 = 100) – modelliert aus belegten CAGR [5][11][12]

SWOT-Analyse

STÄRKEN

- Zweistellige Umsatzrendite (10,2 %), 4. Jahr in Folge [1]
- Premium-Markenwert und Preissetzungsmacht [2]
- eVan-Wachstum (+46 %) über Markttakt; VAN.EA in Einführung [6][13]

SCHWÄCHEN

- Volumen und Umsatz je –11 % (2025) [2]
- Elektroanteil (8 % global) unter Frühphasen-Schnitt [1]
- Kein Volumenführer in Europa; Zulassungen –20 %+ [7]

CHANCEN

- eLCV-Segment mit ~21–25 % p. a. Wachstum [5][12]
- VAN.EA (500 km, 800 V, Level 3) als Differenzierung [13]
- Regulatorik als struktureller Elektrifizierungshebel [5]

RISIKEN

- Chinesische eLCV-Preisoffensive im Flottensegment [10]
- Volumenblöcke Stellantis/Ford dominieren die Fläche [7][8]
- Timing: Premium-VAN.EA zuerst, Volumenflanke offen [10][13]

Strategische Ausgangsposition Mercedes-Benz Vans (Positionierung, keine Empfehlung).

Handlungsempfehlungen

STOSSRICHTUNG

Margenführerschaft verteidigen

AUS DER ANALYSE ABGELEITET

Über Rendite und Marke gewinnen, nicht im Volumenwettlauf; Preis- und Mixdisziplin priorisieren.

Kommerzielle eVans priorisieren

eVito/eSprinter auf VAN.EA zeitlich vorziehen, um die Volumenflanke im eLCV zu schließen.

Flotten über Ökosystem sichern

Gegen die China-Preisoffensive über TCO, Servicenetz, Restwert und Uptime differenzieren – nicht über den Listenpreis.

Regulatorik als Nachfragehebel

CO₂-Ziele und Zero-Emission-Zonen aktiv in Kundenansprache übersetzen (kommunal, Last-Mile).

Vier Stoßrichtungen, unmittelbar aus den Befunden abgeleitet. Die Ausarbeitung einer eigenständigen Strategie (Roadmap, Business Case, Umsetzungsplan) wäre Gegenstand eines Advisory-Mandats.

Methodik & Quellen

METHODIK

- Triangulation öffentlicher Primär- und Sekundärquellen
- Bottom-up-Marktdimensionierung (TAM/SAM/SOM)
- Wettbewerbs-Benchmarking, nach Geografie qualifiziert
- Datenlücken und Methodikvarianz als Befund ausgewiesen

QUELLEN (AUSWAHL)

Unternehmen

Mercedes-Benz Group GB 2025 [1][2]

Marktforschung

Straits, R&M, MarketsandMarkets [5][11][12]

Wettbewerb

ICCT, Ford Pro, Stellantis [7][8][9]

eLCV-Angreifer

BYD, SAIC Maxus, Geely [10]

Hinweis: Marktwerte sind Schätzungen öffentlicher Quellen mit Methodikvarianz. Mercedes-Benz ist nicht Auftraggeber; der Fall demonstriert die Rivalerra-Deep-Dive-Methodik auf öffentlicher Datengrundlage. Stand: Juli 2026.

KONTAKT

Lassen Sie uns über Ihre Entscheidung sprechen.

Rivalerra Consulting · contact@rivalerra-consulting.com · www.rivalerra-consulting.com · Berlin ·
Deutschland