



Muldenkipper „T 282 B“: „Verdammt, das Ding ist größer“

AUTOMOBILE

King Kong auf dem Bau

Die Firma Liebherr präsentiert einen Laster mit 3650 PS. Größter Vorteil des Monstertrucks: Er ist noch gewaltiger als derjenige vom US-Konkurrenten Caterpillar.

Was für ein Auto! Es wäre die Trumpfkarte jedes Quartetts. Zylinder: 20. Leistung: 3650 PS. Länge: 14,5 Meter. Das ist unschlagbar. Nur bei der Höchstgeschwindigkeit hapert es ein wenig – sie liegt bei ganzen 64 km/h.

„T 282 B“ lautet ganz nüchtern der Name des King Kong unter den Lastwagen. Der süddeutsche Baggerspezialist Liebherr hat den größten Truck der Welt gebaut – und jetzt auf der Baumaschinenmesse „Bauma“ in München präsentiert. Von den Besuchern des Spektakels wurde das Ungetüm, das schon unbeladen 222 Tonnen wiegt, bestaunt wie das achte Weltwunder. In der enormen Kippe ließe sich mühelos ein Einfamilienhaus errichten.

Über europäischen Boden wird der knapp neun Meter breite Kasten allerdings vermutlich nie rollen. Liebherr's monströser Muldenkipper soll in den großen

Minen Australiens, Südafrikas oder Kanadas Schutt abräumen. Mit seiner derzeit unerreichten Nutzlast von rund 360 Tonnen und seinem dieselektrischen Antrieb kann der T 282 B so viel Bergwerksmüll in so kurzer Zeit entsorgen wie kein anderes Produkt auf dem Markt. Elektrische Antriebsmotoren in den Radnaben der Hinterräder machen das Schwergewicht leicht beherrschbar: Fährt der Laster einen Abhang hinunter, muss der Fahrer nur aufs Bremspedal tippen – und das Gefährt kommt unmittelbar zum Stehen.

Bevor das Hochleistungsgerät (Stückpreis: 2,5 Millionen Euro) in den Gruben des Tagebaus verschwindet, hat Liebherr es noch rasch auf die prestigeträchtige Münchner Messe geschafft – in sechs Teile zerlegt und auf fünf Tieflader verteilt. Mit dem Monsterlaster im Rücken bläst das Familienunternehmen nun zur Offensive auf dem Markt schweren Baugeräts.

Verblüfft wurde in der Bauszene registriert, dass Liebherr in den weltweiten Muldenkipper-Charts nun auf Platz eins schnellte – und den Koloss 797 B des Konkurrenten Caterpillar einfach beiseite drängte. „Wir haben den größten“, verkündet Liebherr-Manager Dietrich Rokahr höchst zufrieden – und sieht nun einen psychologischen Vorteil auf Seiten Liebherr's im Kampf mit den Mitbewerbern. Denn im Baugeschäft ist es ähnlich wie beim Boxen: Die Blicke zieht das Super-schwergewicht auf sich.

Nun fordert Liebherr den mächtigen US-Konkurrenten heraus, dessen bisher unantastbares Image Rokahr so beschreibt: „Die

können einen Hundehaufen gelb anmalen, schreiben ihr C drauf, und alle würden sagen: ‚Wow‘.“ Und doch ist Liebherr's PR-Mann voller Bewunderung für das Handwerk der Kollegen. Denn im Kampf um Außenwirkung hat Caterpillar den Deutschen bislang diverse Schlappen beigebracht. So erinnert sich Rokahr, wie er einst die Daten einer Liebherr-Planierraupe mit dem Gegenstück des US-Konkurrenten verglich. „Die Zahlen waren nahezu identisch. Aber als ich mir deren Kiste anschaute, dachte ich: Verdammt, das Ding ist größer.“

So etwas ist fatal in einer Branche, die besonders von ihrer kraftvollen Anmutung lebt. Vermutlich, argwöhnt Rokahr, habe sich die Konkurrenz psychologischer Tricks bedient. Hatte Caterpillar die Ketten und Gestelle seiner Planierraupen anthrazit bepinselt, damit diese im Schatten noch größer wirken?

Nun sieht der Liebherr-Manager im Psycho-Krieg der Längsten, Dicksten und Größten die Zeitenwende nahen. Schon die selbstbewusste Kampfansage ist eine Überraschung. Lange war Liebherr mit seinem Sortiment aus Kühlschränken, Kränen und Baggern vor allem bekannt für seine „Kraft der Bodenständigkeit“ („Süddeutsche Zeitung“) – frei nach dem Motto des Firmengründers Hans Liebherr: „Ich guck nur so weit, wie mein Arm reicht.“ So weiß auch Rokahr: „Mit uns hat niemand gerechnet.“

Entsprechend lustvoll beobachtete er, wie sich das schaulustige Messepublikum um den Titan T 282 B scharte – während sich beim Erzrivalen Caterpillar zumeist nur versprengte Häuflein verloren. „Wir haben die anderen erwischt, als sie ihre Hosen unten hatten“, feixt Rokahr.

Bei Caterpillar reagierte man derweil verärgert auf das prominent platzierte Riesenbaby vom Nachbarstand. „Man muss sich fragen: Welche Message wollen die eigentlich überbringen?“, giftet Michael Holzhey, Produktmanager des deutschen Cat-Vertriebspartners Zeppelin. Der Spezialist für Großfahrzeuge pocht auf den Status quo: „Wir sind Marktführer, Liebherr ist nur einer von vielen.“

Tatsächlich zieht Liebherr in der Stunde des Triumphs auch eine gewisse Häme der Mitbewerber auf sich. Denn das Unternehmen kann den Kunden zum Super-Truck derzeit keinen passenden Hydraulikbagger liefern – und bleibt damit die in der Branche übliche Kombi-Lösung schuldig. Das Problem: Richtig effektiv und damit Kosten sparend sind die Riesen nur, wenn sie pro Fuhre von einem Bagger in drei bis maximal fünf Schaufelgängen gefüllt werden.

Doch solche Details trüben kaum den Auftritt des T 282 B im Münchner Truck-Disneyland – wo Mütter für ihre Söhne betteln: „Dürfen wir einmal in die Fahrerkabine steigen und hupen?“

FRANK THADEUSZ