

Ansprechpartner:

Marc Binder

Florian Martens

Brigitte Bertram

Telefon:

0711-17-41349

0711-17-35014

0711-17-40624

**Presse-Information**

Datum:

29. März 2012

## **Mercedes-Benz setzt Wachstumsstrategie 2020 konsequent weiter um**

- **Bestes erstes Quartal beim Absatz erwartet**
- **Werkseröffnung in Kecskemét weiterer Meilenstein auf dem Weg an die Spitze**
- **Dr. Dieter Zetsche: „Bei uns herrscht ein Kampfgeist in der gesamten Organisation, um auch beim Absatzvolumen wieder der führende Hersteller von Premium-Automobilen zu werden.“**

Kecskemét – Die Daimler AG sieht Mercedes-Benz auf einem guten Weg, die Ziele der Wachstumsstrategie 2020 zu erreichen und den Spitzenplatz im Premium-Segment bis zum Ende dieses Jahrzehnts zurückzuerobern.

Dr. Dieter Zetsche, Vorstandsvorsitzender der Daimler AG und Leiter Mercedes-Benz Cars, sagte vor Investoren und Analysten anlässlich der Werkseröffnung in Kecskemét, Ungarn: „Mercedes-Benz setzt seine Wachstumsstrategie konsequent weiter um. Bei uns herrscht ein Kampfgeist in der gesamten Organisation, um auch beim Absatzvolumen wieder der führende Hersteller von Premium-Automobilen zu werden. Wir kennen unsere Herausforderungen und wir werden sie bewältigen.“

Nach dem erfolgreichen Jahr 2011, in dem das Geschäftsfeld Rekordwerte beim Absatz, Umsatz und Ergebnis eingefahren hat, ist auch das Jahr 2012 gut angelaufen. Mercedes-Benz Cars steht kurz davor, beim Absatz das beste erste Quartal zu verbuchen, das jemals erreicht worden ist.

Mit der Wachstumsstrategie Mercedes-Benz 2020 will das Geschäftsfeld Mercedes-Benz Cars nicht nur die Nummer eins im Premium-Segment bei Marke, Produkten und Profitabilität werden, sondern auch beim Absatz. Zetsche ließ keinen Zweifel daran, dass diese vier Ziele, hinter denen eine Vielzahl von Maßnahmen steht, mit Hochdruck umgesetzt werden.

Bei der **Marke** werden vor allem die Kernwerte Faszination, Perfektion und Verantwortung weiter gestärkt, die Kundenbasis erweitert und jüngere Kunden angesprochen. Dafür stehen insbesondere die fünf neuen Modelle der neuen Kompakwagen-Generation, aber auch hochemotionale Fahrzeuge wie der CLS Shooting Brake.

Bei den **Produkten** wird das Fahrzeugportfolio verjüngt und eine dritte Produktoffensive gestartet - mit insgesamt 10 neuen Derivaten bis zum Jahr 2015, für die es bislang keine Vorgängermodelle gab. Dabei wird zum Beispiel die Oberklasse ausgebaut, in dem das Angebot der S-Klasse durch hochprofitable Derivate von drei auf sechs Modelle ausgeweitet wird.

Zu den Maßnahmen gehört auch eine weitere Reduzierung der Fahrzeugverbräuche und CO<sub>2</sub>-Emissionen. „Wir sind überzeugt, dass ‚cool‘ und ‚grün‘ in unseren Garagen friedlich koexistieren können“, sagte Zetsche. Mercedes-Benz Cars wird den durchschnittlichen CO<sub>2</sub>-Ausstoß der in der Europäischen Union verkauften Fahrzeuge von heute 150 g/km auf 125 g/km bis zum Jahr 2016 verringern. Die neue A-Klasse startet mit einem Ausstoß von 99 g/km.

Um den **Absatz** weiter zu steigern, wird das Fahrzeugportfolio sukzessive erweitert und die geografische Aufstellung durch den

Ausbau von Vertriebsstrukturen und Produktionskapazitäten vor allem im NAFTA-Raum und in China verbreitert.

Seite 3

Positiv auf den Weg an die Spitze im Premium-Segment wirkt sich aus, dass die Automobilindustrie eine Wachstumsindustrie bleiben wird. Die weltweiten Fahrzeugverkäufe werden den Prognosen zufolge von 60 Millionen Einheiten im Jahr 2011 auf 100 Millionen Einheiten im Jahr 2020 steigen. China ist bereits heute der weltweit größte Absatzmarkt und wird das auch 2020 sein, der Pkw-Markt aber wird sich in diesem Zeitraum verdoppeln. China bleibt deshalb für Mercedes-Benz Cars ein Eckpfeiler der Wachstumsstrategie. Für den zweitwichtigsten Fahrzeugmarkt USA wird im Premium-Segment ein durchschnittlicher Zuwachs von 5,6% jährlich vorausgesagt. Indien wird bis zum Jahr 2020 zum drittgrößten Pkw-Markt aufsteigen.

Unabhängig von dieser Entwicklung sei es die klare Vorgabe, „in diesen Märkten überdurchschnittlich zu wachsen und unsere Wettbewerbsposition weiter zu verbessern“, bekräftigte Zetsche. In diesem Zusammenhang bestätigte er die mittelfristigen Absatzziele der Marke Mercedes-Benz: Im Jahr 2014 sollen weltweit mehr als 1,5 Millionen Fahrzeuge, im Jahr 2015 mehr als 1,6 Millionen (2011: 1.279.100) Fahrzeuge verkauft werden. Die Betonung liege dabei auf dem Wort „mehr“, so Zetsche.

Die **Profitabilität** wird Mercedes-Benz Cars weiter stärken durch projektbezogene Kooperationen wie zum Beispiel mit Renault/Nissan sowie durch Einsparungen im Rahmen der Modul- und Plattformstrategien und mehr Effizienz in der Wertschöpfungskette. Gleichzeitig erlaubt es die höhere Flexibilität des internationalen Produktionsnetzwerks, zunehmend schneller auf Nachfrageschwankungen zu reagieren.

Durch Einsparungen aus der Modulstrategie und weitere Effizienzmaßnahmen kann das Geschäftsfeld Kostenbelastungen, die sich derzeit in der Automobilindustrie aufgrund steigender Rohstoffpreise und den Investitionen in die CO<sub>2</sub>-Reduzierung

abzeichnen, ausgleichen und die Rentabilitätsziele damit absichern.

Seite 4

„Wir nähern uns bei Mercedes-Benz Cars der Ziel-Umsatzrendite von 10 Prozent, die wir von 2013 an nachhaltig erreichen wollen – vorausgesetzt die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen bleiben stabil“, betonte Zetsche.

Wie die Wachstumsstrategie Mercedes-Benz 2020 in der Realität funktioniert, zeigt sich erstmals im Kompaktwagen-Segment. Das neue Werk in Kecskemét ist für Mercedes-Benz Cars die „Idealfabrik“, sie steht im Produktionsverbund mit dem Werk Rastatt und leistet durch die Volumenflexibilität einen wichtigen Beitrag zur Wirtschaftlichkeit.

Die Profitabilität im Kompaktwagen-Segment wird gegenüber der Vorgänger-Generation zusätzlich verbessert, indem statt zwei künftig fünf Fahrzeuge auf der gleichen Architektur in einer deutlich höheren Stückzahl gefertigt und das Produktionsnetzwerk auf drei Fabriken (Rastatt, Kecskemét und Peking) verteilt wird.

Daimler hatte anlässlich der Eröffnung des Werks für die Produktion der neuen B-Klasse Investoren und Analysten zu einem Unternehmenstag nach Kecskemét in Ungarn eingeladen.

Weitere Informationen von Daimler sind im Internet verfügbar:

**[www.media.daimler.com](http://www.media.daimler.com)** und **[www.daimler.com](http://www.daimler.com)**

Dieses Dokument enthält vorausschauende Aussagen zu unserer aktuellen Einschätzung zukünftiger Vorgänge. Wörter wie »antizipieren«, »annehmen«, »glauben«, »einschätzen«, »erwarten«, »beabsichtigen«, »können/könnten«, »planen«, »projizieren«, »sollten« und ähnliche Begriffe kennzeichnen solche vorausschauenden Aussagen. Diese Aussagen sind einer Reihe von Risiken und Unsicherheiten unterworfen. Einige Beispiele hierfür sind eine ungünstige Entwicklung der weltwirtschaftlichen Situation, insbesondere ein Rückgang der Nachfrage in unseren wichtigsten Absatzmärkten, eine Verschärfung der Staatsschuldenkrise in der Eurozone, eine Verschlechterung unserer Refinanzierungsmöglichkeiten an den Kredit- und Finanzmärkten, unabwendbare Ereignisse höherer Gewalt wie beispielsweise Naturkatastrophen, Terrorakte, politische Unruhen, Industrieunfälle und deren Folgewirkungen auf unsere Verkaufs-, Einkaufs-, Produktions- oder Finanzierungsaktivitäten, Veränderungen der Wechselkurse, eine Veränderung des Konsumverhaltens in Richtung kleinerer und weniger gewinnbringender Fahrzeuge oder ein möglicher Akzeptanzverlust unserer Produkte und Dienstleistungen mit der Folge einer Beeinträchtigung bei der Durchsetzung von Preisen und bei der Auslastung von Produktionskapazitäten, Preiserhöhungen bei Kraftstoffen und Rohstoffen, Unterbrechungen der Produktion aufgrund von Materialengpässen, Belegschaftsstreiks oder Lieferanteninsolvenzen, ein Rückgang der Wiederverkaufspreise von Gebrauchtfahrzeugen, die erfolgreiche Umsetzung von Kostenreduzierungs- und Effizienzsteigerungsmaßnahmen, die Geschäftsaussichten der Gesellschaften, an denen wir bedeutende Beteiligungen halten, insbesondere EADS, die

erfolgreiche Umsetzung strategischer Kooperationen und Joint Ventures, die Änderungen von Gesetzen, Bestimmungen und behördlichen Richtlinien, insbesondere soweit sie Fahrzeugemission, Kraftstoffverbrauch und Sicherheit betreffen, sowie der Abschluss laufender behördlicher Untersuchungen und der Ausgang anhängiger oder drohender künftiger rechtlicher Verfahren und weitere Risiken und Unwägbarkeiten, von denen einige im aktuellen Geschäftsbericht von Daimler unter der Überschrift »Risikobericht« beschrieben sind. Sollte einer dieser Unsicherheitsfaktoren oder Unwägbarkeiten eintreten oder sollten sich die den vorausschauenden Aussagen zugrunde liegenden Annahmen als unrichtig erweisen, könnten die tatsächlichen Ergebnisse wesentlich von den in diesen Aussagen genannten oder implizit zum Ausdruck gebrachten Ergebnissen abweichen. Wir haben weder die Absicht noch übernehmen wir eine Verpflichtung, vorausschauende Aussagen laufend zu aktualisieren, da diese ausschließlich auf den Umständen am Tag der Veröffentlichung basieren.

#### Über Daimler

Die Daimler AG ist eines der erfolgreichsten Automobilunternehmen der Welt. Mit den Geschäftsfeldern Mercedes-Benz Cars, Daimler Trucks, Mercedes-Benz Vans, Daimler Buses und Daimler Financial Services gehört der Fahrzeughersteller zu den größten Anbietern von Premium-Pkw und ist der größte weltweit aufgestellte Nutzfahrzeug-Hersteller. Daimler Financial Services bietet Finanzierung, Leasing, Flottenmanagement, Versicherungen und innovative Mobilitätsdienstleistungen an. Die Firmengründer Gottlieb Daimler und Carl Benz haben mit der Erfindung des Automobils im Jahr 1886 Geschichte geschrieben. Als Pionier des Automobilbaus gestaltet Daimler auch heute die Zukunft der Mobilität: Das Unternehmen setzt dabei auf innovative und grüne Technologien sowie auf sichere und hochwertige Fahrzeuge, die faszinieren und begeistern. Daimler investiert seit Jahren konsequent in die Entwicklung alternativer Antriebe mit dem Ziel, langfristig das emissionsfreie Fahren zu ermöglichen. Neben Hybridfahrzeugen bietet Daimler dadurch die breiteste Palette an lokal emissionsfreien Elektrofahrzeugen mit Batterie und Brennstoffzelle. Denn Daimler betrachtet es als Anspruch und Verpflichtung, seiner Verantwortung für Gesellschaft und Umwelt gerecht zu werden. Daimler vertreibt seine Fahrzeuge und Dienstleistungen in nahezu allen Ländern der Welt und hat Produktionsstätten auf fünf Kontinenten. Zum heutigen Markenportfolio zählen neben Mercedes-Benz, der wertvollsten Premium-Automobilmarke der Welt, die Marken smart, Maybach, Freightliner, Western Star, BharatBenz, Fuso, Setra, Orion und Thomas Built Buses. Das Unternehmen ist an den Börsen Frankfurt und Stuttgart notiert (Börsenkürzel DAI). Im Jahr 2011 setzte der Konzern mit mehr als 271.000 Mitarbeitern 2,1 Mio. Fahrzeuge ab. Der Umsatz lag bei 106,5 Mrd. €, das EBIT betrug 8,8 Mrd. €.