

Daimler

# 360



Fakten zur Nachhaltigkeit

<http://nachhaltigkeit.daimler.com>

2010

 1 Kennzahlen des Geschäftsjahres 2009

Ökonomie	Einheit	2007	2008	2009
Umsatz	in Mio. €	101.569	98.469	78.924
Operating Profit / EBIT	in Mio. €	8.710	2.730	-1.513
Ergebnis vor Ertragssteuern	in Mio. €	9.181	2.795	-2.298
Konzernergebnis	in Mio. €	3.985	1.414	-2.644
Forschungs- und Entwicklungsleistungen	in Mio. €	4.148	4.442	4.181
Gesamtabsatz Fahrzeuge	in Mio.	2,1	2,1	1,6
Absatz Mercedes-Benz Cars		1.293.184	1.273.013	1.093.905
Absatz Daimler Trucks		467.667	472.074	259.328
Absatz Mercedes-Benz Vans		289.073	287.198	165.576
Absatz Daimler Buses		39.049	40.591	32.482
Vertragsvolumen Daimler Financial Services	in Mrd. €	59,1	63,4	58,3
<b>Umweltschutz, Sicherheit und Innovation</b>	<b>Einheit</b>	<b>2007</b>	<b>2008</b>	<b>2009</b>
CO <sub>2</sub> -Emissionen (gesamt)	in 1.000 t	3.739	3.611	3.037
CO <sub>2</sub> -Emissionen gesamt (je produziertes Fahrzeug, Mercedes-Benz Cars Pkw)	in kg / Fahrzeug	1.665	1.540	1.833
CO <sub>2</sub> -Emissionen gesamt (je produziertes Fahrzeug, Daimler Trucks)	in kg / Fahrzeug	2.431	2.400	3.530
Lösemittel (VOC) gesamt	in t	7.381	6.356	4.275
Lösemittel (VOC) (je produziertes Fahrzeug, Mercedes-Benz Cars Pkw)	in kg / Fahrzeug	1,3	1,1	1,1
Lösemittel (VOC) (je produziertes Fahrzeug, Daimler Trucks)	in kg / Fahrzeug	8,2	6,8	8,6
Abfall ohne Schrott (je produziertes Fahrzeug, Mercedes-Benz Cars Pkw)	in kg / Fahrzeug	127	121	136
Abfall ohne Schrott (je produziertes Fahrzeug, Daimler Trucks)	in kg / Fahrzeug	352	379	410
Abfall zur Beseitigung (je produziertes Fahrzeug, Mercedes-Benz Cars Pkw)	in kg / Fahrzeug	12,2	8,2	5,4
Abfall zur Beseitigung (je produziertes Fahrzeug, Daimler Trucks)	in kg / Fahrzeug	120,6	108,5	137,6
Wasserverbrauch (gesamt)	in Mio. m <sup>3</sup>	16,2	15,4	12,0
Wasserverbrauch (je produziertes Fahrzeug, Mercedes-Benz Cars Pkw)	in m <sup>3</sup> / Fahrzeug	6,2	5,8	6,0
Wasserverbrauch (je produziertes Fahrzeug, Daimler Trucks)	in m <sup>3</sup> / Fahrzeug	13,1	12,2	18,1
Laufende Aufwendungen in Umweltschutz	in Mio. €	435	483	373
CO <sub>2</sub> -Emissionen der europäischen Flotte (Mercedes-Benz Cars Pkw)	in g CO <sub>2</sub> / km	178	173	160
<b>Mitarbeiter, Kunden und Gesellschaft</b>	<b>Einheit</b>	<b>2007</b>	<b>2008</b>	<b>2009</b>
Anzahl Mitarbeiter (weltweit)		272.382	273.216	256.407
Anzahl Auszubildende (weltweit)		9.300	9.603	9.151
Durchschnittsalter Belegschaft	in Jahren	40,9	41,1	41,4
Kosten Personalaufwand (weltweit)	in Mrd. €	16,0	15,1	14,1
Durchschnittliche Fort- und Weiterbildungstage (pro Jahr/Mitarbeiter)	in Tagen	4,0	4,4	2,4
Kosten für Aus- und Weiterbildung	in Mio. €	213,0	272,7	206,8
Frauenanteil	in Prozent	12,0	12,2	12,4
Frauenanteil Führungspositionen Ebene 4	in Prozent	10,6	11,2	11,7
Fluktuationsquote (weltweit)	in Prozent	7,1	6,5	9,7
Teilzeitquote	in Prozent	5,2	6,1	6,4
Unfallhäufigkeit <sup>1</sup>	in Fällen	15,3	15,5	13,5
Krankenquote	in Prozent	4,5	4,5	4,4
Rückstellungen für Alters- und Gesundheitsvorsorge	in Mrd. €	3,9	4,1	4,1
Ausgaben für Stiftungen, Spenden und Sponsoring	in Mio. €	--	41,46	26,41

<sup>1</sup> Durchgangsarzt-Fälle mit mindestens einem Ausfalltag pro 1 Million Anwesenheitsstunden, bezogen auf Mitarbeiter in der Produktion oder produktionsnahen Bereichen

**Alle Daten und Kennzahlen dieses Berichts** haben wir für Sie online in einer PDF-Datei zum Download zusammengestellt. Um direkt dorthin zu gelangen, geben Sie bitte einfach in der Suchmaske des interaktiven Onlineberichts die Nummer **001** ein.

 <http://nachhaltigkeit.daimler.com>

## Sehr geehrte Leserinnen und Leser,

2009 war ein außergewöhnliches Jahr – für die Weltwirtschaft, für die Automobilindustrie und für Daimler. In einer Situation wie dieser steht das Nachhaltigkeitsengagement jedes Unternehmens auf der Probe. Die wirtschaftlichen Herausforderungen sind groß, die ökologischen und gesellschaftlichen Verpflichtungen aber darum nicht geringer. Überspitzt könnte man sagen: Erst in schlechten Zeiten zeigt sich, wie ernst es ein Unternehmen wirklich mit dem Thema Nachhaltigkeit meint.

Bei Daimler glauben wir, diesen „Lackmus-Test“ bestanden zu haben. So haben wir 2009 nicht nur die Basis für weiteres profitables Wachstum unseres Unternehmens gelegt, sondern zugleich die Entwicklung umweltfreundlicher Antriebe unvermindert vorangetrieben: Die durchschnittlichen CO<sub>2</sub>-Emissionen unserer Pkw-Flotte haben wir im vergangenen Jahr um 13 Gramm verringert; bei umweltfreundlichen Lkw und Bussen war Daimler einmal mehr weltweit die Nummer eins. Auch bei der Hybridtechnologie konnten wir 2009 wichtige Fortschritte erzielen: Unser neuer S 400 HYBRID ist die sauberste Luxuslimousine mit Ottomotor überhaupt; unser Leicht-Lkw Fuso Canter Eco Hybrid war einer der weltweit am häufigsten verkauften Hybrid-Trucks.

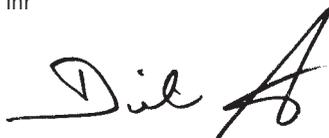
Beim voll elektrischen und lokal emissionsfreien Fahren haben wir 2009 ebenfalls aufs Tempo gedrückt: Seit Ende vergangenen Jahres produzieren wir sowohl einen batteriebetriebenen smart als auch eine B-Klasse mit Brennstoffzelle in Serie. Obwohl die Stückzahlen noch überschaubar sind, zeigen diese Fahrzeuge: Kein anderer Hersteller ist über die gesamte Bandbreite umweltfreundlicher Antriebe besser aufgestellt als Daimler. Und: Wir tun alles, damit das so bleibt. Trotz des Einbruchs der Weltwirtschaft waren unsere Ausgaben in Forschung und Entwicklung 2009 auf dem hohen Niveau der Vorjahre. Wir sind überzeugt: Diese Investitionen werden sich lohnen. Den Elektro-smart beispielsweise werden wir schon ab 2012 in Großserie produzieren.

Zugleich haben wir auch unsere soziale und gesellschaftliche Verantwortung nicht aus den Augen verloren: Wir haben Daimler auf den drastischen Einbruch der Märkte eingestellt, aber die Beschäftigung weitgehend erhalten. Wir haben unsere weltweite Produktion neu ausgerichtet, aber die Arbeitsplätze in Deutschland nachhaltig gesichert. Und so dringlich auch in wirtschaftlicher Hinsicht ein strikter Ausgabenstopp geboten war: Wo Menschen rund um die Welt zum Beispiel durch Naturkatastrophen in Not geraten sind und schnelle Hilfe benötigt haben, haben wir uns – wie zum Beispiel in Haiti – spontan engagiert. Das alles sind nur Beispiele – doch sie illustrieren: Der Anspruch, ökonomische, ökologische und soziale Belange in Einklang zu bringen, ist bei Daimler nicht konjunkturabhängig. Das erkennen auch andere an: Im Rating von oekom research hat Daimler erneut den Status „Prime Investment“ erhalten und konnte sich in der Gesamtwertung deutlich verbessern. Gleiches gilt für den Dow Jones Sustainability Index, in dem unsere Aktie zum fünften Mal in Folge gelistet war.

In diesem Bericht finden Sie viele weitere Belege dafür, dass wir nachhaltiges Denken und Handeln konsequent in unserem Unternehmen verankern. Wir bekennen uns ausdrücklich zum „Global Compact“ der Vereinten Nationen – die darin formulierten Prinzipien haben wir in verbindliche interne Richtlinien umgesetzt. Die Einhaltung dieser Richtlinien stellen wir im gesamten Unternehmen sicher: konsequent, umfassend und ohne „Wenn und Aber“. Am Ende aber gilt auch für unsere Nachhaltigkeitsaktivitäten: Das Bessere ist der Feind des Guten. Aus diesem Grund suchen wir bewusst das Gespräch – mit der Politik, mit der Wissenschaft und natürlich auch und insbesondere mit Vertretern der Nichtregierungsorganisationen. Unser „Sustainability Dialogue“, den wir 2009 zum zweiten Mal durchgeführt haben, ist dafür ein gutes Beispiel.

All das zeigt: Wir haben auch beim Thema Nachhaltigkeit einen klaren Führungsanspruch – darum stehen wir auch in schwierigen Zeiten zu unseren Prinzipien. Unser Bekenntnis zu nachhaltigem Wirtschaften ist krisensicher.

Ihr



Dr. Dieter Zetsche



Dr. Thomas Weber



### Dr. Dieter Zetsche

Vorsitzender des Vorstands der Daimler AG, Leiter Mercedes-Benz Cars

### Dr. Thomas Weber

Vorstandsmitglied der Daimler AG, Konzernforschung & Mercedes-Benz Cars Entwicklung, Vorsitzender des Daimler Sustainability Board

## Vorwort

Daimler

# 360

Fakten zur Nachhaltigkeit 2010

## 01 Das Unternehmen

1.0 Das Unternehmen	8
2.0 Werte und Strategie	8
3.0 Produktportfolio und Produktionsstandorte	11
4.0 Die Einkaufsorganisation	12
5.0 Das Geschäftsjahr 2009	13

## 02 Management von Nachhaltigkeit

1.0 Das Nachhaltigkeits- management bei Daimler	16
2.0 Verantwortungsvolle Unternehmensführung	16
3.0 Umweltmanagement- system	18
4.0 Personalmanagement	20
5.0 Management von Lieferantenbeziehungen	21
6.0 Management von Kundenbeziehungen	23
7.0 Management des Stakeholder-Dialogs	23

## 03 Umweltschutz, Innovation und Sicherheit

1.0 Umweltschutz im Produktlebenszyklus	26
2.0 Innovation, Entwicklung und Sicherheit	26
3.0 Zulieferer	36
4.0 Logistik	36
5.0 Produktion	36
6.0 Vertrieb	40
7.0 Nutzung	40
8.0 End of life	44

---

Interview mit Prof. Dr. Herbert Kohler	30
Externes Statement	45
Unsere Verantwortung für die Umwelt: Handlungsfelder und Ziele	46

<http://nachhaltigkeit.daimler.com>

**Diesen Nachhaltigkeitsbericht** können Sie sowohl gedruckt als auch online lesen – und dabei von spezifischen Vorteilen jedes Mediums profitieren. Eine konzentrierte Darstellung der wichtigsten Zahlen, Daten und Fakten zur Nachhaltigkeit finden Sie in diesem Printbericht. Über die Webadresse gelangen Sie zu unserem interaktiven Onlinebericht, der über die Inhalte des Printberichts hinaus zahlreiche Ergänzungen bietet:

- eine Zusammenstellung von Kennzahlen und spezifischen Fahrzeugdaten in Grafiken, Zeitreihen und Tabellen;
- zusätzliche Hintergrundinformationen;
- den ausführlichen und thematisch verlinkten GRI-Index;
- eine effektive Suchfunktion sowie weitere Orientierungshilfen wie ein interaktives Inhaltsverzeichnis, ein Glossar und eine Grafikübersicht.

**Zu welchem Thema online mehr zu finden ist**, erfahren Sie auch in den Marginalspalten dieses Printberichts. Die hier aufgeführten Verweisziffern geben Sie unter  <http://nachhaltigkeit.daimler.com> in die Suchmaske ein und schon gelangen Sie zu den gewünschten Inhalten.

## 04 Mitarbeiter

1.0 Beschäftigung	50
2.0 Arbeits- und Managementbeziehungen	52
3.0 Berufliche Aus- und Weiterbildung	55
4.0 Arbeitssicherheit und Gesundheit	57
5.0 Diversity	57

Interview mit Wilfried Porth	53
Externes Statement	59
Unsere Verantwortung als Arbeitgeber: Handlungsfelder und Ziele	60

## 05 Kunden und Gesellschaft

1.0 Kunden	64
2.0 Gesellschaftliches Engagement	67

Interview mit Dr. Joachim Schmidt	65
Interview mit Martin Jäger	68
Unsere Verantwortung gegenüber unseren Kunden: Handlungsfelder und Ziele	70
Unsere Verantwortung in der Gesellschaft: Handlungsfelder und Ziele	71

## Service

-  Verweis auf Onlineinformationen: entsprechende Nummer unter <http://nachhaltigkeit.daimler.com> in die Suchmaske eingeben
-  Seitenverweis: entweder auf Seiten in diesem Bericht oder im Geschäftsbericht 2009
-  Verweis auf eine Grafik: die Zuordnung erfolgt mithilfe der entsprechenden Nummer

GRI-Index	72
Berichtsprofil und Materialität	74
Impressum und Kontakt	75



# 01 Das Unternehmen

**Wie wir die Zukunft des Automobils gestalten wollen?** Indem wir bleiben, was wir sind: Erfinder aus Leidenschaft. Zur Verwirklichung wegweisender Technologien haben wir von Anfang an unsere Innovationskraft und unseren Pioniergeist eingesetzt. So können wir unseren Kunden, die das Beste erwarten, auch das Beste geben. Heute prägt die Idee nachhaltiger Mobilität unser Denken und Handeln – die beste Voraussetzung, um weiterhin Schrittmacher der Automobilbranche zu sein.





## 1.0 Das Unternehmen

Daimler blickt auf eine fast 125-jährige Tradition zurück, die bis zu Gottlieb Daimler und Carl Benz, den Erfindern des Automobils, reicht und von Pionierleistungen im Automobilbau geprägt ist. Heute ist das Unternehmen ein weltweit führender Automobilhersteller mit einem in der Branche einzigartigen Produktangebot an hochwertigen Pkw, Lkw, Transportern und Omnibussen. Maßgeschneiderte Serviceleistungen rund um diese Produkte ergänzen das Angebot. An der European Aeronautic Defence and Space Company (EADS), einem führenden Unternehmen der Luftfahrt-, Raumfahrt- und Verteidigungsindustrie, hält die Daimler AG über eine Tochtergesellschaft eine Beteiligung in Höhe von 22,5 Prozent. Wirtschaftlich betrachtet liegt der Anteil von Daimler an der EADS bei 15 Prozent, da ein Konsortium von nationalen und internationalen Investoren mit einem Drittel an dieser Tochtergesellschaft beteiligt ist, die den EADS-Anteil hält. Außerdem ist Daimler mit 28,4 Prozent an der Tognum AG, einem weltweit führenden Hersteller von Off-Highway-Motoren, beteiligt.

Weltweit waren mehr als 256.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zum Jahresende 2009 für Daimler tätig.

## 2.0 Werte und Strategie

**Tradition und Leidenschaft.** Wir haben das Automobil erfunden – jetzt gestalten wir mit Leidenschaft seine Zukunft. Als Pioniere des Automobilbaus betrachten wir es als Ansporn und Verpflichtung, unsere Tradition mit wegweisenden Technologien und hochwertigen Produkten fortzusetzen. Unsere Philosophie ist klar: Wir geben unser Bestes für Kunden, die das Beste erwarten, und wir leben eine Kultur der Spitzenleistung, die auf gemeinsamen Werten basiert. Unsere Unternehmensgeschichte ist geprägt von Innovationen und Pionierleistungen; sie sind Grundlage und Ansporn für unseren Führungsanspruch im Automobilbau. Dabei prägt der Grundsatz nachhaltiger Mobilität unser Denken und Handeln: Es ist unser Ziel, die Mobilitätsanforderungen der Zukunft erfolgreich zu bewältigen. Damit wollen wir dauerhaft Werte schaffen – für unsere Aktionäre, Kunden, Mitarbeiter und die Gesellschaft insgesamt.

**Zielsystem und Unternehmenswerte.** Unser oberstes Unternehmensziel ist es, nachhaltig profitabel zu wachsen und damit den Wert des Unternehmens zu steigern. Wir wollen zu den führenden Automobilunternehmen der Welt gehören. Das Daimler-Zielsystem beinhaltet sechs strategische Dimensionen. Es gibt den strategischen Rahmen vor und definiert, in welchen Dimensionen wir führend sein möchten.  

**Strategische Handlungsschwerpunkte.** Um unsere strategischen Ziele zu erreichen, haben wir im Rahmen des Daimler-Zielsystems vier strategische Handlungsschwerpunkte für die kommenden Jahre festgelegt. Die weltweite Finanz- und Wirtschaftskrise hat dabei unsere grundsätzliche strategische Ausrichtung nicht verändert, sondern deren Richtigkeit bestätigt:

- herausragende Umsetzung (Operational Excellence) und Kultur der Spitzenleistung,
- Ausbau des Kerngeschäfts in traditionellen Marktsegmenten und Nutzung neuer Chancen auf regionaler Basis,
- Weiterentwicklung innovativer und kundenorientierter Dienstleistungen und Technologien,
- Entwicklung und Erschließung neuer Geschäfte in verwandten Bereichen.

**2.1 Nachhaltigkeit als Bestandteil der Unternehmensstrategie.** Um den Erfolg und die Zukunft unseres Unternehmens langfristig zu sichern, unsere Kunden mit nachhaltigen Produkten zu begeistern und die gesellschaftliche Akzeptanz unserer Geschäftstätigkeit zu stärken, haben wir uns dem „Leitbild der Nachhaltigkeit“ verpflichtet. Das Leitbild umfasst die Dimensionen der Nachhaltigkeit „Ökonomie“, „Innovation, Umweltschutz und Sicherheit“ sowie „Mitarbeiter, Kunden und Gesellschaft“. Es wird umgesetzt – unterstützt durch ein systematisches Nachhaltigkeitsmanagementsystem – auf Basis effektiver und aufeinander abgestimmter Strategien und Initiativen.

**Ökonomische Nachhaltigkeit.** Profitables Wachstum und langfristiger ökonomischer Erfolg sichern unser Engagement für eine nachhaltige Entwicklung.

- Unternehmensstrategie: Wir sind technologischer Schrittmacher der Automobilbranche und wollen mit Spitzenleistungen überzeugen. Unser Ziel und unsere Leidenschaft ist es, die Zukunft einer sicheren und umweltverträglichen Mobilität zu gestalten: verantwortlich handelnd mit attraktiven Fahrzeugen, innovativen Technologien und wegweisenden Mobilitätskonzepten. Auf diese Weise streben wir ein nachhaltiges Wachstum an.
- Unternehmensführung: Unternehmerischer Erfolg ist nur nachhaltig, wenn er rechtmäßig und auf der Grundlage ethischen Verhaltens erzielt wird. Deshalb halten wir uns strikt an gesetzliche und selbst auferlegte Grundsätze und Verhaltensregeln. Mit einer klaren Corporate Governance sowie einer weitgehenden Compliance-Prüfung fordern und fördern wir zudem ein verantwortliches Verhalten aller Mitarbeiter und Führungskräfte. Auch von unseren Zulieferern verlangen wir ein ethisch korrektes Handeln.



Mehr zum Zielsystem:

[Geschäftsbericht 2009, Seite 63](#)

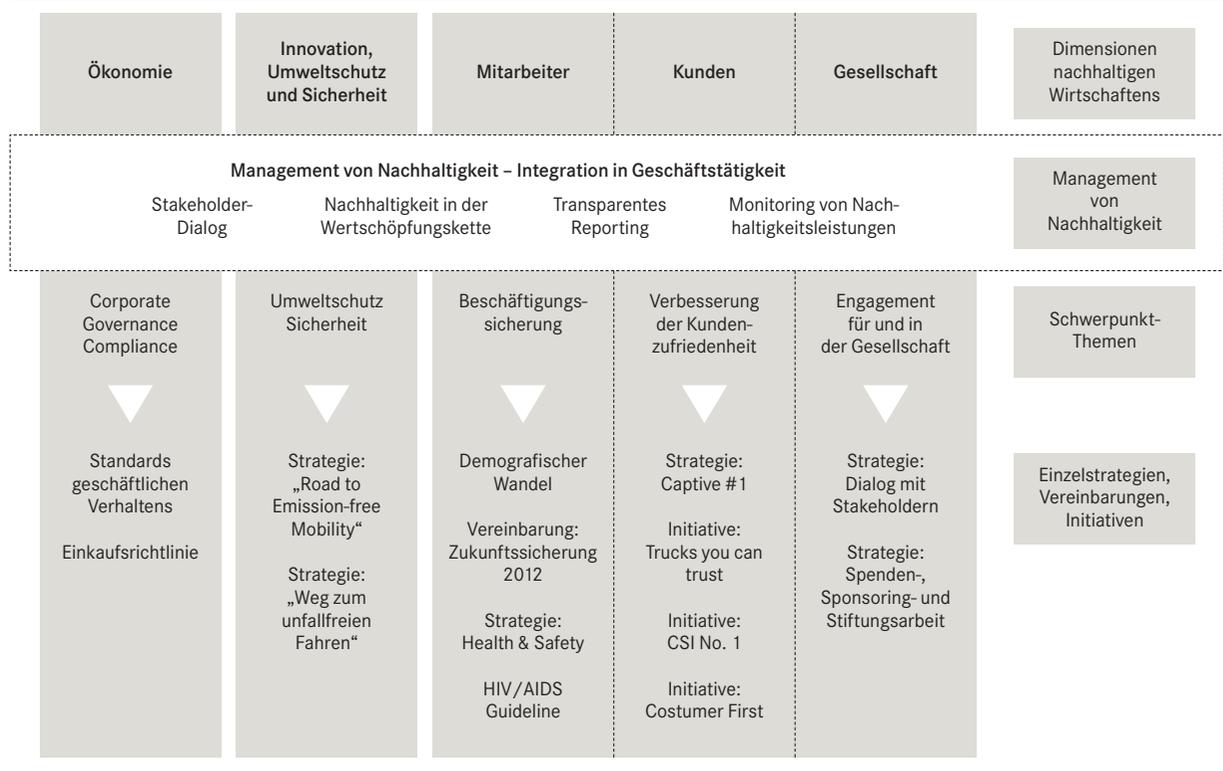


Für weiterführende Informationen bitte entsprechende Nummer unter <http://nachhaltigkeit.daimler.com> in die Suchmaske eingeben.

02 Der Daimler-Konzern (Stand: 31.12.2009)

Marken	Mercedes-Benz, smart, Maybach, Freightliner, Mitsubishi Fuso, Western Star, Thomas Built Buses, Orion, Setra, Detroit Diesel, Mercedes-Benz Bank, Mercedes-Benz Financial, Daimler Trucks Financial
Rechtsform	Aktiengesellschaft (AG) nach deutschem Recht
Vorstand	Dr. Dieter Zetsche (Vorsitzender des Vorstands und Leiter Mercedes-Benz Cars), Wilfried Porth (Personal und Arbeitsdirektor), Andreas Renschler (Leiter Daimler Trucks), Bodo Uebber (Finanzen & Controlling/Daimler Financial Services), Dr. Thomas Weber (Konzernforschung & Mercedes-Benz Cars Entwicklung, Vorsitzender des Daimler Sustainability Board)
Aufsichtsrat	Besteht aus zehn Aktionärsvertretern und zehn Arbeitnehmervertretern. Der Aufsichtsrat überwacht und berät den Vorstand bei der Geschäftsführung.
Zentrale	Stuttgart/Deutschland
Beschäftigte	256.407
Auszubildende	9.151
Marktkapitalisierung	38,1 Mrd. Euro
Bilanzsumme	128,8 Mrd. Euro
Weltweite Börsen	Die Daimler-Aktie ist an den Börsen von Frankfurt, New York und Stuttgart notiert.

03 Nachhaltigkeit als Bestandteil der Unternehmensstrategie



**Ökologische Nachhaltigkeit.** Umweltschutz, Innovation und Sicherheit sind die größten Herausforderungen unseres Nachhaltigkeitsengagements.

- Nachhaltige Mobilität: Innovationen sind der Schlüssel zu Ressourceneffizienz und einer möglichst umweltgerechten Mobilität. Wir haben uns dem Klima- und Umweltschutz ebenso verpflichtet wie der Sicherheit unserer Fahrzeuge und der Vermeidung von Unfällen. Effiziente Antriebstechnologien und innovative Sicherheitssysteme sind die tragenden Säulen von unserem Verständnis einer „nachhaltigen Mobilität“. Darauf können unsere Kunden – und alle anderen Verkehrsteilnehmer – vertrauen.
- Produkte: Unsere Pkw und Nutzfahrzeuge zählen im jeweiligen Marktsegment bei Umweltverträglichkeit und Sicherheit zu den Besten. Mit neuen Mobilitätskonzepten denken wir über das Fahrzeug hinaus und erproben umweltverträgliche Ansätze für urbane Mobilität. In unserer Strategie für eine nachhaltige Mobilität – „Weg zur emissionsfreien Mobilität“ – wird hierbei unser gesamtes Engagement gebündelt. ➔ A

Unsere zahlreichen Sicherheitsinnovationen zeigen, dass wir konsequent an der Verbesserung des Sicherheitsniveaus unserer Fahrzeuge arbeiten und unterstreichen unsere Position als Sicherheitspionier. Unseren Einsatz für mehr Sicherheit im Straßenverkehr verstehen wir als Aufgabe von gesellschaftlicher Bedeutung - im Interesse aller Verkehrsteilnehmer. Wir verfolgen deshalb konsequent unsere Strategie „Weg zum unfallfreien Fahren“. ➔ B

- Produktion: Umweltschutz in der Produktion heißt für uns: Wir gestalten jede Stufe der Herstellung so umweltverträglich wie möglich. Dabei helfen uns hoch entwickelte Produktions- und Verfahrenstechniken. Dadurch reduzieren wir den – direkten und indirekten – CO<sub>2</sub>-Ausstoß, verringern die Lösemittelmissionen, steigern die Ressourceneffizienz und vermeiden oder minimieren Abfälle.

**Soziale und gesellschaftliche Nachhaltigkeit.** Wir engagieren uns für unsere Mitarbeiter, für unsere Kunden und für die Menschen im Umfeld unserer Standorte. Wir verstehen uns hierbei als „mitgestaltender Teil der Gesellschaft“.

- Mitarbeiter: Begeisterte und qualifizierte Mitarbeiter sind die Basis unseres Erfolgs. In wirtschaftlich schwierigen Zeiten, wie wir sie momentan erleben, ist es unser Ziel, die hoch motivierte und qualifizierte Belegschaft zu erhalten. Zudem bilden wir qualifizierte Nachwuchskräfte aus und fördern die Weiterentwicklung unserer Mitarbeiter. Wir investieren in Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz, unterstützen die Vielfalt unserer Belegschaft und

stellen uns auf die Anforderungen des demografischen Wandels ein. Dadurch möchten wir als attraktiver Arbeitgeber überzeugen – und die Zufriedenheit unserer Mitarbeiter erhalten und weiter ausbauen.

- Kunden: Die Zufriedenheit unserer Kunden ist ein vorrangiges Unternehmensziel. Dies gilt für die Kunden aller Produkte sowie Service- und Finanzdienstleistungen unseres Unternehmens. Wir haben uns hierfür hohe Ziele gesetzt und verfolgen diese mit umfassenden Initiativen und Projekten unserer Kundenbindungsprogramme. ➔ C
- Gesellschaft: Wir wissen um die Verpflichtungen, die aus unserer weltweiten Tätigkeit als Unternehmen erwachsen. Unser „Dialog mit Stakeholdern“ zu strategisch bedeutsamen Unternehmensthemen unterstützt uns, vertrauensvolle Beziehungen zu unseren Stakeholdern aufzubauen und zu festigen. ➔ D

Als „mitgestaltender Teil der Gesellschaft“ wollen wir zielgerichtet Wert für die Gesellschaft schaffen. Im Rahmen unserer „Spenden-, Sponsoring- und Stiftungsarbeit“ gibt es klare strategische Vorgaben, mit den Schwerpunkten für die Hilfe in Not geratener Menschen, die Verständigung zwischen den Kulturen, der Förderung von Bildung, Wissenschaft und Kultur und der Unterstützung von Sport- sowie karitativen Projekten. ➔ E

**2.2 Standards geschäftlichen Verhaltens.** Als weltweit operierendes Unternehmen unterliegt Daimler einer Gesetzgebung, die sich von Region zu Region oft stark unterscheidet. Um die Mitarbeiter dabei zu unterstützen, sich in diesem komplexen rechtlichen Umfeld zu orientieren, haben wir „Standards geschäftlichen Verhaltens“ formuliert. Diese dienen als verbindlicher Maßstab für das richtige Verhalten im Geschäftsalltag. Die Standards befassen sich sowohl mit den einschlägigen Gesetzen als auch mit den weiteren internen Richtlinien. Jeder einzelne Mitarbeiter ist verpflichtet, die „Übereinstimmung“ (Compliance) seines täglichen Handelns mit den Daimler-Standards sicherzustellen.

Bereits seit dem Jahr 1999 gibt es bei Daimler die Verhaltensrichtlinie. Ausgehend von unseren Unternehmenswerten Integrität, Begeisterung, Wertschätzung und Disziplin gilt diese ausnahmslos für alle Beschäftigten. Im Jahr 2003 haben wir die Verhaltensrichtlinie durch die „Grundsätze der sozialen Verantwortung“ erweitert und um den „Code of Ethics“ ergänzt. Zusätzlich eingeführte Konzernrahmenrichtlinien und Konzernrichtlinien setzen die Prinzipien der Verhaltensrichtlinie in konkrete Handlungsvorschriften um. Im Jahr 2008 hat der Vorstand darüber hinaus ein neues Richtlinienmanagement beschlossen. Das sogenannte „House of



in 18

Ländern verfügt  
Daimler über  
Fertigungs-  
kapazitäten

Policies“ führt alle konzernweiten Richtlinien zusammen und erleichtert den Umgang mit den Regelwerken nochmals, denn alle Richtlinien werden zusätzlich im Intranet in einer zentralen Datenbank verfügbar sein.

**Menschenrechte.** Daimler bekennt sich zur Einhaltung der Menschenrechte und setzt sich aktiv in seinem Einflussbereich für deren Wahrung und Achtung ein (Menschenrechts-Compliance). Um die internen Umsetzungssysteme hierfür zu verbessern, hat Daimler in Vorbereitung auf den „Sustainability Dialogue 2009“ eine umfassende Bestandsaufnahme (mit Benchmarks und Expertengesprächen) durchgeführt. Dies war die Basis, um mit Stakeholdern über den erreichten Status und das weitere Vorgehen anhand von konkreten Fragestellungen zu diskutieren. Referenzsysteme - mit internen Ableitungen im Integrity Code, den CSR-Prinzipien, Betriebsvereinbarungen oder den Supplier Guidelines - sind die UN-Menschenrechtscharta, die ILO-Kernarbeitsnormen, die OECD-Leitsätze für multinationale Unternehmen sowie die Menschenrechtsprinzipien des UN Global Compact. Unser Hauptaugenmerk als Automobilhersteller liegt dabei auf den Arbeitnehmerrechten, wie Vereinigungsfreiheit, dem Recht sich gewerkschaftlich zu organisieren und dem Recht auf Tarifverhandlungen und der Chancengleichheit, sowie der Ächtung von Zwangsarbeit und der Abschaffung von ausbeuterischer Kinderarbeit.  F

Um die Einhaltung von Menschenrechten im Unternehmen zu gewährleisten, sind bei Daimler verschiedene Instrumente gut etabliert. Hierzu zählen unter anderem die Angebote des Business Practices Office (u. a. die auf Wunsch auch anonyme Meldung über vermutetes Fehlverhalten) oder auch das Zusammenspiel Unternehmen-Weltarbeitnehmervertretung, um potenziellen Verdachtsfällen z. B. in der Zuliefererkette nachzugehen.

Gleichwohl entstehen gelegentlich Dilemmata, wenn nationale Anforderungen unter bzw. im Widerspruch zu den internationalen Referenzsystemen stehen. Diese lösen wir dann individuell - insbesondere in Kooperation mit legitimierten Institutionen - im Sinne des Referenzrahmens. Bis Ende 2010 hat sich Daimler zum Ziel gesetzt, die Aktivitäten und Instrumente zur Einhaltung von Menschenrechten weiter zu entwickeln. Grundidee für diesen mit den Stakeholdern diskutierten Prozess ist es, Menschenrechte als bedeutendes Modul in bei Daimler bestehende Dialog-, Kommunikations- und Prüfprozesse zu integrieren. Hierdurch kann eine Vielzahl an Synergien genutzt werden - z. B. bei der Integration von Menschenrechtsaspekten in das Onlinetraining zur Verhaltensrichtlinie oder ergänzende Trainingsmodule für Führungskräfte in Risikoländern mit Daimler-Präsenz. Darüber hinaus wird Daimler die Stakeholder-Anregung aufgreifen, Menschenrechte in uns verbundenen Gremien zu thematisieren, um so für gemeinsame Industrieinitiativen zu werben.

### 3.0 Produktportfolio und Produktionsstandorte

Mit seinen starken Marken und dem umfassenden Angebot an Fahrzeugen, das vom Kleinwagen bis zum schweren Lkw reicht und mit Dienstleistungen entlang der automobilen Wertschöpfungskette ergänzt wird, ist Daimler in nahezu allen Ländern der Erde vertreten. Das Unternehmen verfügt über Fertigungskapazitäten in insgesamt 18 Ländern und weltweit mehr als 7.000 Vertriebsstandorte.  G  H

**Mercedes-Benz Cars.** Das Produktangebot des Geschäftsfelds Mercedes-Benz Cars reicht von den hochwertigen Kleinwagen der Marke smart über die Premiumfahrzeuge der Marke Mercedes-Benz bis hin zur Luxuslimousine Maybach. Der überwiegende Teil der Fahrzeuge wird in Deutschland gefertigt, das Geschäftsfeld produziert aber auch in den USA, in Frankreich, Südafrika, Brasilien, China, Indien, Vietnam und Indonesien. Weltweit verfügt Mercedes-Benz Cars derzeit über 17 Produktionsstätten. Zur Erweiterung der Modellpalette im Kompaktwagensegment haben wir mit dem Bau eines neuen Werkes in Ungarn begonnen, das im Jahr 2012 in Betrieb gehen soll. Die wichtigsten Märkte für Mercedes-Benz Cars waren im Jahr 2009 Deutschland mit 27 Prozent des Absatzes, die übrigen Märkte Westeuropas (30 Prozent), die USA (19 Prozent), China (6 Prozent) und Japan (2 Prozent).

**Daimler Trucks.** Als der größte weltweit aufgestellte Lkw-Hersteller entwickelt und fertigt das Geschäftsfeld Daimler Trucks in einem globalen Verbund Lkw der Marken Mercedes-Benz, Freightliner, Western Star und Fuso. Die insgesamt 33 Produktionsstandorte befinden sich in der NAFTA (16, davon 13 in den USA und 3 in Mexiko), in Europa (7), in Südamerika (1), in Asien (8) und in Afrika (1). Im Rahmen der Neuausrichtung unseres nordamerikanischen Lkw-Geschäfts haben wir die Produktion der Marke Sterling im März 2009 eingestellt und das Werk St. Thomas, Kanada geschlossen. In Salttilo, Mexiko haben wir im Februar 2009 ein neues Werk eröffnet, in dem pro Jahr bis zu 30.000 schwere Lkw für die Märkte USA, Kanada und Mexiko vom Band laufen können.

Die Produktpalette von Daimler Trucks umfasst leichte, mittelschwere und schwere Lkw der Marke Freightliner für den Fern-, Verteiler- und Baustellenverkehr sowie Spezialfahrzeuge für den Einsatz im kommunalen Bereich. Aufgrund der engen produktionstechnischen Verknüpfung zählen auch die Omnibusse der Marken Thomas Built Buses und Fuso zum Produktangebot von Daimler Trucks. Die wichtigsten Absatzmärkte für das Geschäftsfeld waren im Jahr 2009 Asien (33 Prozent), die NAFTA mit 24 Prozent, Westeuropa (17 Prozent) und Lateinamerika (ohne Mexiko) mit 14 Prozent.



Mehr zu unserer Strategie für eine nachhaltige Mobilität:  
[Seite 26 ff.](#)



Mehr zu unseren Sicherheitsinnovationen:  
[Seite 33 ff.](#)



Mehr zum Kundenmanagement:  
[Seite 64 ff.](#)



Mehr zum Stakeholder-Dialog:  
[Seite 22 f.](#)



Mehr zu Spenden-, Sponsoring- und Stiftungsarbeit:  
[Seite 67 ff.](#)



Mehr dazu:  
[Online 101](#)



Mehr zu unseren weltweiten Standorten:  
[Online 102](#)



Mehr zu unseren Portfolioveränderungen:  
[Geschäftsbericht 2009, Seite 67](#)



Für weiterführende Informationen bitte entsprechende Nummer unter <http://nachhaltigkeit.daimler.com> in die Suchmaske eingeben.

**Mercedes-Benz Vans.** Das Geschäftsfeld Mercedes-Benz Vans produziert an insgesamt 7 Standorten in Deutschland, Spanien, USA, Argentinien und Vietnam die Baureihen Vito/Viano, Sprinter und Vario in den Gewichtsklassen von 1,9t bis 7,5 Tonnen. Die wichtigsten Märkte liegen mit insgesamt 84 Prozent des Absatzes in Europa. In den USA und Kanada wird der Sprinter unter der Marke Freightliner und seit Beginn des Jahres 2010 auch unter der Marke Mercedes-Benz vertrieben.

**Daimler Buses.** Das Geschäftsfeld Daimler Buses ist mit den Marken Mercedes-Benz, Setra und Orion der weltweit führende Hersteller von Omnibussen über 8 Tonnen. Das Angebot von Daimler Buses umfasst Stadt-, Überland- und Reisebusse sowie Fahrgestelle. Die wichtigsten der insgesamt 15 Produktionsstandorte liegen in Deutschland, der Türkei, Lateinamerika, Frankreich, Spanien und der NAFTA. 50 Prozent des Umsatzes erzielte Daimler Buses in Westeuropa, 16 Prozent in den NAFTA-Märkten und 16 Prozent in Lateinamerika (ohne Mexiko).

**Daimler Financial Services.** Das Geschäftsfeld Daimler Financial Services unterstützt weltweit den Absatz der Automobilmarken des Daimler-Konzerns in nahezu 40 Ländern. Das Angebot beinhaltet im Wesentlichen maßgeschneiderte Finanzierungs- und Leasingangebote für Endkunden und Händler. Zum Leistungsspektrum gehören auch Versicherungen, Flottenmanagement, Anlageprodukte und Kreditkarten. Die Schwerpunkte der Aktivitäten liegen in Westeuropa und Nordamerika. Im Berichtsjahr wurden mehr als 40 Prozent der von Daimler verkauften Fahrzeuge von Daimler Financial Services finanziert. Das Vertragsvolumen von 58,3 Mrd. Euro entspricht einem Bestand von 2,4 Mio. Fahrzeugen. Am Konsortium Toll Collect, das in Deutschland ein System zur elektronischen Mauterhebung bei Lkw über 12 Tonnen betreibt, ist Daimler Financial Services mit 45 Prozent beteiligt.

#### 4.0 Die Einkaufsorganisation

**Corporate Procurement Services.** Die Einkaufsorganisation von Daimler setzt sich aus den drei Einkaufsbereichen Procurement Mercedes-Benz Cars and Vans, Procurement Daimler Trucks and Buses sowie dem Einkauf Nichtproduktionsmaterial – International Procurement Services – zusammen. Sie bilden das Ressort Corporate Procurement Services, das an den Vorstand Finanzen & Controlling berichtet. Der Einkauf ist weltweit mit rund 2.000 Mitarbeitern an über 50 Standorten vertreten.

Unsere Philosophie der Zusammenarbeit mit Lieferanten beruht auf klaren gegenseitigen Erwartungen und Verpflichtungen. Denn um unsere Ziele zu erreichen,

#### 04 Produktionsstandorte

Kontinent	Anzahl Standorte
Europa	27
Nordamerika inklusive Mexiko (NAFTA)	21
Süd- und Mittelamerika	3
Afrika	2
Asien	12
Australien/Ozeanien	0

#### 05 Nachhaltigkeits-Ratingagenturen und -Indizes

	2007/2008	2008/2009
<b>Ratingagenturen</b>		
Sustainable Asset Management	positiv bewertet	positiv bewertet
Vigeo	positiv bewertet	positiv bewertet
Sustainalytics	positiv bewertet	positiv bewertet
oekom research	Prime Investment Status (Note C+)	Prime Investment Status (Note B-)
Imug/EIRIS	positiv bewertet	positiv bewertet
<b>Indizes</b>		
Dow Jones Sustainability Index World	gelistet	gelistet
Dow Jones Sustainability Index STOXX	nicht gelistet	nicht gelistet
ASPI-Index	gelistet	gelistet
FTSE4Good-Index	wegen EADS-Anteilen nicht gelistet	

sind wir auf kooperative und verlässliche Partner angewiesen, die unsere Sichtweise einer nachhaltigen Zusammenarbeit teilen. Unsere Erwartungen hinsichtlich ökologischer und gesellschaftlicher Aspekte haben wir in der „Richtlinie zur Nachhaltigkeit für Lieferanten“ formuliert. [→ A](#)

**Zusammenarbeit in schwierigen Zeiten.** Die Ertragslage vieler Zulieferbetriebe in der Automobilindustrie hat sich 2009 deutlich verschlechtert. Wir nehmen hier unsere Verantwortung ernst und haben im Rahmen des Risikomanagements (Supplier Risk Management) Prozesse etabliert, um Lieferanten mit wirtschaftlichen Schwierigkeiten zu identifizieren. Bei Bedarf ergreifen wir Maßnahmen, um solche Lieferanten zu unterstützen, oder prüfen die Möglichkeit gemeinschaftlicher Stützungsmaßnahmen mit anderen Fahrzeugherstellern. Auch in diesen wirtschaftlich schwierigen Zeiten gelten die Anforderungen an nachhaltiges Handeln unserer Lieferanten in den Bereichen Arbeitsbedingungen, Umweltstandards und Business-Ethik unverändert.

## 5.0 Das Geschäftsjahr 2009

Daimler hat in einem sehr schwierigen Umfeld 1,6 Mio. (2008: 2,1) Fahrzeuge abgesetzt. Der Umsatz verringerte sich um 20 Prozent auf 78,9 Mrd. Euro. Das operative Ergebnis (EBIT) hat sich im Jahresverlauf verbessert und war im dritten und vierten Quartal jeweils positiv. Als Folge der hohen Verluste im ersten Halbjahr waren aber sowohl das EBIT mit – 1,5 Mrd. Euro als auch das Konzernergebnis mit – 2,6 Mrd. Euro im Jahr 2009 insgesamt negativ. Maßgeblich für die im ersten Halbjahr sehr schwache Geschäfts- und Ergebnisentwicklung waren die dramatischen Auswirkungen der weltweiten Finanz- und Wirtschaftskrise auf die Automobilmärkte.

Wir haben darauf rasch und konsequent reagiert: Mit zusätzlichen Maßnahmen zur Senkung der Kosten, die unsere laufenden Programme zur Effizienzsteigerung ergänzen, haben wir 5,3 Mrd. Euro eingespart. Gleichzeitig haben wir die Entwicklung neuer Produkte vorangetrieben und zusätzliche Absatzmärkte erschlossen. Deshalb können wir mit Zuversicht in das Jahr 2010 gehen. Daimler hat starke Marken, faszinierende Produkte, die richtigen Technologien und eine solide finanzielle Basis – beste Voraussetzungen dafür, die anstehenden Herausforderungen erfolgreich zu bewältigen. [→ B](#)

**5.1 Breite Aktionärsbasis.** Mit rund 1,2 Mio. Aktionären verfügt Daimler weiterhin über eine breite Aktionärsbasis. Im März 2009 hat eine mittelbare Beteiligungsgesellschaft von Aabar Investments PJSC (Aabar), Abu Dhabi, im Rahmen einer Kapitalerhöhung 96,4 Mio. neu ausgegebene Aktien übernommen und damit einen Anteil von 9,1 Prozent an Daimler erworben. Aabar und

deren Muttergesellschaft International Petroleum Investment Company (IPIC) sind langfristig orientierte Investoren, die darauf ausgerichtet sind, Anteile an Unternehmen mit führenden Positionen in ihren Marktsegmenten zu erwerben. Der Einstieg von Aabar brachte nicht nur neues Eigenkapital in Höhe von 1,95 Mrd. Euro, sondern eröffnete uns auch die Möglichkeit, im Rahmen einer strategischen Zusammenarbeit unsere Aktivitäten im Nahen und Mittleren Osten zu verstärken. Die Kuwait Investment Authority ist mit einem Anteil von 6,9 Prozent weiterhin ein stabiler Großaktionär.

Insgesamt hielten institutionelle Anleger zum Ende des Berichtsjahres 63 Prozent des Aktienkapitals, 21 Prozent befanden sich im Eigentum von Privatanlegern. Europäische Investoren besaßen rund 67 Prozent des Kapitals, rund 17 Prozent lagen bei US-Investoren. [→ C](#)

### 5.2 Die Daimler-Aktie in Nachhaltigkeitsindizes.

Unsere Anstrengungen, Strategie und operatives Geschäft am Grundsatz der Nachhaltigkeit auszurichten, wurden auch im Geschäftsjahr 2009 durch externe Leistungsbewertungen gewürdigt. Beim Rating der oekom research erhielt Daimler erneut den „Prime Investment Status“, diesmal allerdings mit einer deutlich verbesserten Gesamtbewertung von B- (Skala von A+ bis D-). Ebenso war die Aktie der Daimler AG bereits zum fünften Mal in Folge im Dow Jones Sustainability Index (DJSI) gelistet, einem der weltweit renommiertesten Nachhaltigkeitsindizes. Im Vergleich zum Vorjahr ist es uns gelungen, die Gesamtpunktzahl im DJSI um 13 Prozent signifikant zu steigern, sodass die Daimler-Aktie nur noch 2 Prozent hinter dem Industrieführer liegt. Nur knapp haben wir damit verfehlt, wieder in das Europa-Ranking des Dow Jones STOXX Sustainability Index (DJSI STOXX) einzuziehen, in dem Daimler knapp hinter BMW, Volkswagen und Fiat liegt. Aufgrund der Anteile an EADS war die Daimler-Aktie auch 2009 nicht im FTSE4Good-Index vertreten. Dagegen haben die Nachhaltigkeitsanalysten der französischen Ratingagenturen Vigeo und Sustainalytics unser Unternehmen für sein Nachhaltigkeitsengagement positiv bewertet.

Daimler wird seine Bemühungen auf dem Gebiet der Nachhaltigkeit weiter intensivieren. Unser Ziel ist es, unsere Position in allen relevanten Ratings und Rankings weiter zu verbessern.



Vergleiche Kapitel Management von Lieferantenbeziehungen [Seite 21 ff.](#)



Mehr zur Geschäftsentwicklung: [Geschäftsbericht 2009, Seite 58](#)



Mehr zu unserer Aktionärsbasis: [Geschäftsbericht 2009, Seite 54](#)



Für weiterführende Informationen bitte entsprechende Nummer unter <http://nachhaltigkeit.daimler.com> in die Suchmaske eingeben.



ca. 1,2 Mio.

Aktionäre bilden eine breite, weltweite Aktionärsbasis



Daimler Hauptversammlung.

## 02

## Management von Nachhaltigkeit

**Wie wir langfristig unsere Nachhaltigkeitsziele erreichen?** Indem wir sie in unseren Managementsystemen verankern. Daraus resultieren konkrete Nachhaltigkeitsleistungen, die wir in allen Bereichen und auf allen strategischen und operativen Ebenen umsetzen. Der positive Wertbeitrag, den wir dadurch für Gesellschaft und Umwelt erzielen, schlägt sich auch im ökonomischen Erfolg unseres Unternehmens nieder.

# Annual Meeting.



## 1.0 Das Nachhaltigkeitsmanagement bei Daimler

Unser zentrales Managementgremium für Nachhaltigkeit ist das Sustainability Board, das 2008 auf Beschluss des Vorstands gegründet wurde. Alle nachhaltigkeitsrelevanten Managementprozesse sind hier wirkungsvoll gebündelt. Direkt dem Vorstandsvorsitzenden zugeordnet, koordiniert das Gremium unternehmensweit bedeutende Nachhaltigkeitsinitiativen und unterstützt die operativen Bereiche bei der Umsetzung. Geleitet wird das Sustainability Board von einem Mitglied des Vorstands.

Nach erfolgreicher Implementierung des Board unter dem damaligen Vorstand Rüdiger Grube hat im Mai 2009 Dr. Thomas Weber den Vorsitz des Gremiums übernommen. Dr. Weber, der im Daimler-Vorstand für Konzernforschung & Mercedes-Benz Cars Entwicklung verantwortlich ist, hat für das Sustainability Board den Anspruch formuliert, beim Thema Nachhaltigkeit zu den Besten in der Branche zu gehören. Hierzu wurden das Board sowie das unterstützende Office neu strukturiert, um die Einbindung relevanter Zentralbereiche, etablierter Gremien sowie wichtiger Entscheidungsträger aus allen Geschäftsfeldern weiter zu optimieren.  06

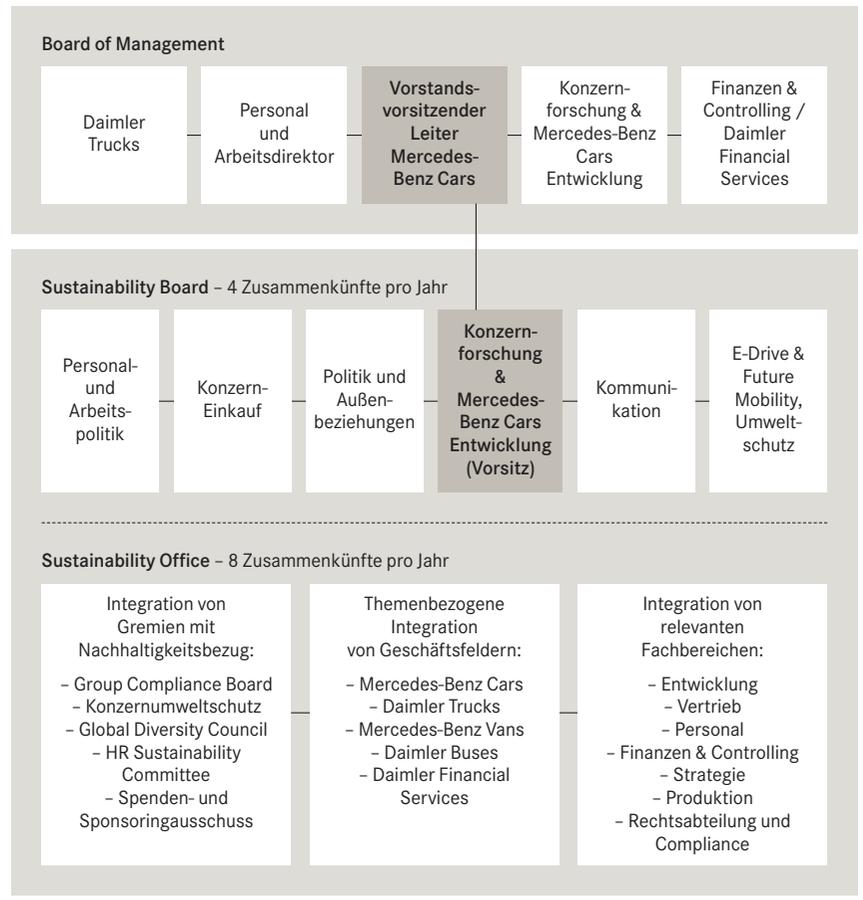
Das Sustainability Board analysiert und bewertet die Nachhaltigkeitsleistung von Daimler, bereitet im Auftrag des Vorstandsvorsitzenden Dr. Dieter Zetsche Entscheidungsvorlagen vor und unterstützt zusammen mit dem Sustainability Office den Vorstand mit „Second Opinions“. Darüber hinaus verantwortet und koordiniert das Board die jährlich stattfindende Veranstaltung „Sustainability Dialogue“.  A

Zur Strukturierung der inhaltlichen Arbeit wurden im Sustainability Board die inhaltlichen Schwerpunktbereiche des Vorjahres weiterentwickelt und daraus Ziele und Maßnahmen abgeleitet. Unter anderem gehören zu diesen Schwerpunktthemen der Klimaschutz (CO<sub>2</sub>-Senkung), Nachhaltigkeit im Einkauf, Mitarbeiterverantwortung (u. a. Beschäftigungssicherung), Compliance, Stakeholder-Dialog und Community Relations. Eine wesentliche Herausforderung des Board bleibt es, das zentrale, konzernweit ausgerichtete Engagement mit dem der Geschäftsbereiche (bzw. deren Marken) zu verzahnen und abzustimmen.  B

## 2.0 Verantwortungsvolle Unternehmensführung

Eine verantwortungsvolle und stetig zu verbessernde Unternehmensführung dient dazu, unternehmerische Entwicklungspotenziale zu erschließen und Geschäftsrisiken zu minimieren. Sie umfasst funktionierende

### 06 Sustainability Governance Structure



Organe und effiziente Steuerungs- und Kontrollinstrumente. Dazu gehören unsere Corporate-Governance-Struktur, die Standards geschäftlichen Verhaltens, Compliance-Prozesse sowie unser Risikomanagement.

**2.1 Corporate Governance.** Der formale Gestaltungsrahmen unserer Corporate Governance ist infolge unseres deutschen Unternehmenssitzes durch deutsches Recht gesetzt. Zusätzliche Anforderungen ergeben sich unter anderem daraus, dass wir an der New Yorker Börse gelistet sind. Die Kompetenzen der drei Gesellschaftsorgane Hauptversammlung, Vorstand und Aufsichtsrat sind durch das deutsche Aktienrecht geregelt. Entscheidend ist dabei das duale Führungssystem, das eine strikte Trennung zwischen Leitungs- und Überwachungsorgan (Vorstand und Aufsichtsrat) vorsieht.   C

**2.2 Compliance.** Wir pflegen eine Compliance-Kultur, die korrektes Verhalten fordert und fördert, und entwickeln sie stetig weiter. Unter Compliance verstehen wir die Übereinstimmung aller unserer Aktivitäten mit den maßgeblichen Gesetzen, Vorschriften und Regelungen sowie den zugehörigen internen Richtlinien. Als einer der Erstunterzeichner des UN Global Compact bekennt sich unser Unternehmen zu den zehn Grundprinzipien dieser Initiative – darunter dem aktiven Kampf gegen Korruption.  D   E

Daimler hat bereits seit 1999 einen Verhaltenskodex, der den Unternehmenswert Integrität ins Zentrum stellt und für alle Beschäftigten weltweit gilt. Um die grundsätzliche Bedeutung von Compliance in allen Geschäftsprozessen noch besser zu verankern, haben wir das Group Compliance Board eingerichtet. Als höchstes Compliance-Gremium untersteht es direkt dem Vorstand und bildet dessen Struktur ab.

Darüber hinaus unterstützt und berät seit 2006 ein unabhängiger externer Berater den Aufsichtsrat und den Vorstand in Compliance-Fragen. Der Chief Compliance Officer berichtet direkt an den Vorstandsvorsitzenden und informiert regelmäßig den Prüfungsausschuss des Aufsichtsrats.

Der Zentralbereich Corporate Compliance Operations definiert auf Basis einer systematischen Risikoanalyse das Antikorruptionsprogramm und betreibt dessen Umsetzung. Daimler setzt weltweit 90 lokale Compliance-Manager ein, die mehr als 150 Gesellschaften und Bereiche betreuen. Sie unterstützen das Management vor Ort dabei, Antikorruptionsvorschriften einzuhalten, und berichten regelmäßig über den Stand und die Fortschritte des Compliance-Programms in ihrer Geschäftseinheit. Die lokalen Compliance-Manager werden gezielt qualifiziert, ihre Unabhängigkeit sichern wir durch eine entsprechende Vereinbarung mit dem lokalen Management und durch die direkte Berichtslinie an den Bereich Legal & Compliance.

In 71 Vertriebsgesellschaften bzw. Geschäftseinheiten haben wir zusätzlich standardisierte Kontrollsysteme eingerichtet, die mit dazu beitragen, ein rechtlich und ethisch einwandfreies Verhalten sicherzustellen.

Fragen zur Prävention aktiver Korruption beantwortet der Compliance Consultation Desk. In einer Online-datenbank werden zudem die häufigsten Fragen und Antworten der jahrelangen Compliance-Beratung in strukturierter Form zur Verfügung gestellt. Das Business Practices Office nimmt Hinweise von Mitarbeitern oder Externen über vermutetes Fehlverhalten jederzeit und weltweit entgegen. Vertraulichkeit wird gewahrt, Meldungen können auch anonym erfolgen. Der Schutz von Hinweisgebern ist verbindlich geregelt.

Mehr als 100.000 Mitarbeiter nahmen am webbasierten Code-of-Conduct-Training teil, das seit 2009 alle Angestellten weltweit jährlich absolvieren. Über 33.000 Mitarbeiter aus Bereichen und Gesellschaften, die Vertriebsaktivitäten durchführen, durchliefen im Jahr 2009 zudem ein obligatorisches Onlinetraining zur Korruptionsprävention. Dieses Training erfolgt alle zwei Jahre. Außerdem fanden 2009 weltweit über 130 Präsenztrainings mit über 4.400 Teilnehmern statt.  F

**2.3 Risikomanagementsystem.** Mit unternehmerischem Handeln im globalen Maßstab sind untrennbar eine Vielzahl von Risiken verbunden. Ihnen sind auch unsere international tätigen Geschäftsfelder ausgesetzt. Um bestehende Risiken frühzeitig zu erkennen, zu bewerten und konsequent anzugehen, haben wir Steuerungs- und Kontrollsysteme eingesetzt. Sie sind – auch im Sinne der Erfüllung gesetzlicher Vorschriften – zu einem einheitlichen und konzernweiten Risikomanagementsystem zusammengefasst. Wesentliche Risikokategorien sind volkswirtschaftliche Risiken, Branchenrisiken (inklusive ökologischer und gesellschaftlicher Risiken) sowie Finanzmarktrisiken.  G

**2.4 Dialog mit der Politik.** Gemäß einer Vorstandsentcheidung aus dem Jahr 2006 fungiert die Abteilung „Politik und Außenbeziehungen“ in Stuttgart als zentrale Koordinierungsstelle für den Dialog mit der Politik. Die Interessenvertretung wird – unter Einhaltung rechtlicher Regeln und unserer „Maßstäbe für ein verantwortungsbewusstes Lobbying“ – in eigens hierfür etablierten Außenbüros in Berlin, Brüssel, Moskau, Peking, Tokio und Washington wahrgenommen, ebenso in über 30 weiteren Daimler-Konzernrepräsentanzen in wichtigen Märkten. Über sie stellt der Konzern eine einheitliche Kommunikation mit politischen Entscheidungsträgern sicher. Das Interesse des Unternehmens sowie seiner Stakeholder in ethisch einwandfreier Weise wahrzunehmen ist hierbei oberste Maxime.

Zu den Schwerpunkten unseres Dialogs mit der Politik zählen unter anderem umwelt- und verkehrspolitische



Mehr zum Sustainability Dialogue:  
[Seite 22](#)



Maßnahmen zu den Schwerpunktbereichen: siehe die folgenden Kapitel



Mehr zu den Rechten und Pflichten von Vorstand und Aufsichtsrat sowie zur Corporate Governance der Daimler AG:  
[Geschäftsbericht 2009, Seite 61](#)



Mehr zu unseren Datenschutzrichtlinien:  
[Online 201](#)



Informationen zur Einhaltung wettbewerbsrechtlicher Bestimmungen:  
[Online 202](#)  
[Geschäftsbericht 2009, Seite 103, 85](#)



Mehr zu Compliance und Nachhaltigkeit:  
[Online 203](#)



Mehr zu unserem Risikomanagement:  
[Online 204](#)



Für weiterführende Informationen bitte entsprechende Nummer unter <http://nachhaltigkeit.daimler.com> in die Suchmaske eingeben.

sowie wirtschaftspolitische Themen (Wettbewerb, internationale Handels- und Investitionsfragen, Schutz geistigen Eigentums). Dazu kommen Fragen, die die Umsetzung technischer Innovationen, die Fahrzeugsicherheit und die Förderung wirtschaftlicher Entwicklung betreffen.  **A**

**2.5 Grundsätze für Spenden und Sponsoring.** Unternehmertum und gesellschaftliche Verantwortung gehören für uns, wo immer wir tätig sind, zusammen. Wir wollen erkennbaren gesellschaftlichen Nutzen stiften und unser Engagement kontinuierlich profilieren. Deswegen setzen wir inhaltliche Schwerpunkte bei unserer Fördertätigkeit und bringen unser Know-how und unsere Erfahrungen als weltweit tätiger Automobilhersteller ein.  **B**

Bei der Vergabe von Fördermitteln achten wir auf größtmögliche Transparenz. Die Grundlage dafür liefert eine Konzernrichtlinie für Spenden und Sponsoring. Außerdem nutzen wir seit 2007 eine Datenbank, in der konzernweit alle Aktivitäten in den Bereichen Spenden und Sponsoring erfasst werden. Ein Spenden- und Sponsoringausschuss des Vorstands koordiniert die Aktivitäten des Konzerns und treibt die strategische Ausrichtung der Spenden- und Sponsoringtätigkeit voran. Alle substantiellen Sponsoringprojekte und Fördervorhaben werden von ihm begutachtet und entschieden.

2009 hat Daimler gemeinnützige Institutionen und gesellschaftlichen Projekte in einem Umfang von 26,41 Mio. Euro unterstützt (ausschließlich Projektmittel). Außerdem verzichtet Daimler seit 2008 bei weltweiten Fahrzeugpräsentationen auf Gastgeschenke und unterstützt stattdessen gemeinnützige Einrichtungen mit einer Spende in gleicher Höhe (insgesamt 55.680 Euro). 2009 ging der Betrag an Bildungsprojekte in SOS-Kinderdorf-Einrichtungen in Italien, Spanien und Deutschland.

Bei Zuwendungen an politische Parteien hält sich Daimler strikt an die Gesetze sowie an die 2006 eingeführte unternehmensinterne Leitlinie. Danach sind Spenden an Parteien nur dann zulässig, wenn hierfür ein ausdrücklicher Vorstandsbeschluss vorliegt.

Im Jahr 2009 hat Daimler ausschließlich in Deutschland Spenden an Parteien zur Unterstützung der demokratischen Strukturen geleistet. Beschlossen wurden, wie schon 2008, Zuwendungen in Höhe von 425.000 Euro. Davon erhielten CDU und SPD je 150.000 Euro, die FDP 45.000 Euro und CSU sowie BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN je 40.000 Euro.

### 3.0 Umweltmanagementsystem

**Umweltmanagement in der Produktion.** Die Zertifizierung aller Standorte nach ISO 14001 sowie die zusätzliche Validierung der deutschen Standorte nach der EU-Umweltauditverordnung EMAS sind wichtige Elemente im Umweltmanagementsystem des Konzerns. Die Wirksamkeit unseres Systems wird regelmäßig durch interne und externe Audits überprüft. Weltweit arbeiten heute mehr als 98 Prozent der Konzernbeschäftigten in Werken mit zertifizierten Umweltmanagementsystemen. Um Umweltschutzaufgaben noch stärker in die Abläufe der jeweiligen Bereiche zu integrieren, arbeiten wir an der Zusammenführung der Managementsysteme für Qualität, Umweltschutz und Arbeitssicherheit.

Daneben nutzen wir die Standort-Umweltrisikobeurteilung, um Umweltrisiken nach weltweit einheitlichen Maßstäben zu ermitteln, sie zu verringern und so den vorsorgenden Umweltschutz weiterzuentwickeln. Dabei werden neben dem Umweltmanagementsystem eines Standorts alle umweltrelevanten Themen, wie Emissionen in die Luft, Abwasser, Abfallmanagement und der Umgang mit Gefahrenstoffen, Boden- und Grundwasserkontaminationen, regelmäßig und systematisch unter die Lupe genommen. Die Beseitigung festgestellter Umweltrisiken ist Bestandteil der Zielvereinbarung zwischen Vorstand und Werksleitungen.

**Umweltmanagement in der Produktentwicklung.** Im standardisierten Prozess der Fahrzeugentwicklung sind das Fahrzeuglastenheft und die Quality Gates (Meilensteine im Entwicklungsprozess) die wichtigsten Eckpunkte. Umwelteinwirkungen und -anforderungen (Verbrauch, Emissionen, Materialverbote und Materialgebote, Ökobilanzen sowie Recyclinganforderungen) sind integrale Elemente des Lastenhefts und werden im Rahmen der Quality Gates während des gesamten Produktentstehungsprozesses mit betrachtet und gesteuert. Mercedes-Benz Cars erfüllt die Anforderungen zur Einbindung von Umweltaspekten in die Produktentwicklung auf Basis der internationalen Umweltnorm ISO TR 14062 sowie nach den erweiterten Kriterien der TÜV Management Service GmbH vollständig. Ebenso werden sämtliche Vorgaben der ISO 14001 und EMAS für den produktbezogenen Teil des Umweltmanagementsystems eingehalten.

**3.1 Organisation des konzernweiten Umweltmanagements.** Um unsere Umweltziele zu erreichen und gezielt Verbesserungen anzugehen, haben wir klare Strukturen, Prozesse und Verantwortlichkeiten etabliert.  **07**  **C**

Im Auftrag des Daimler-Vorstands vertritt der Vorstand Konzernforschung & Entwicklung Mercedes-Benz Cars



Mehr zum Dialog mit der Politik:  
**Online 205**



Mehr zu unserem gesellschaftlichen Engagement und unseren Förderschwerpunkten:  
**Seite 67 ff.**

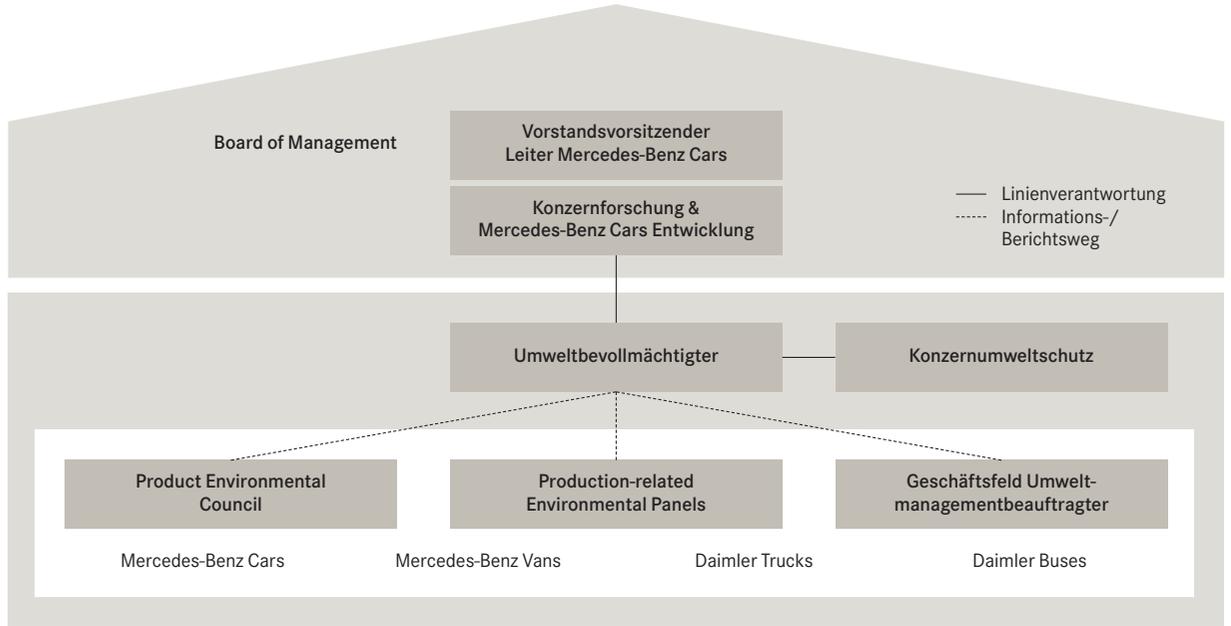


Detaillierte Fassung der Umwelt-Leitlinien:  
**Online 206**

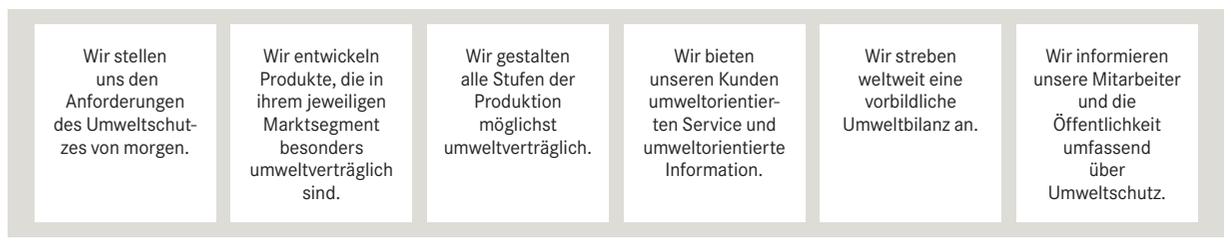


Für weiterführende Informationen bitte entsprechende Nummer unter <http://nachhaltigkeit.daimler.com> in die Suchmaske eingeben.

07 Konzernaufbauorganisation Umweltschutz



08 Die Umwelt-Leitlinien des Konzerns



die Umweltschutzanliegen des Konzerns. Daneben sorgen folgende Funktionen bzw. Organisationseinheiten für eine zentrale Steuerung sowie eine bereichsübergreifende Vernetzung und Kommunikation der Umweltbelange:

- Für die konzernweite Koordination des Umweltmanagements ist ein Umweltbevollmächtigter bestellt. Dieser ist gleichzeitig der Beauftragte des Vorstands für das zentrale Umweltmanagementsystem und berät die Unternehmensleitung in Umweltfragen.
- Der Konzernumweltschutz koordiniert die operativen Belange des konzernweiten Umweltmanagements. Dazu gehört die Analyse und Umsetzung gesetzlicher Anforderungen, die Definition und Weiterentwicklung von Umweltstandards, die Sicherstellung der Umweltberichterstattung und das Umweltschutz-Risikomanagement.
- Der „Product Environmental Council“ analysiert produktbezogene Umweltthemen, gibt Ziele vor, koordiniert bereichsübergreifende Umweltschutzaufgaben und initiiert übergreifende Projekte im Umweltschutz. Dem Gremium gehören die Umweltbeauftragten Produkt und Vertreter der Bereiche Konzernstrategie, Politik und Außenbeziehungen sowie Kommunikation an.
- Produktionsbezogene Umweltschutzthemen werden durch verschiedene regional orientierte Gremien gesteuert, die der Konzernumweltschutz in Abstimmung mit dem Umweltbevollmächtigten koordiniert.

**Umweltbildung.** Wir können den Umweltschutz im Unternehmen nur erfolgreich voranbringen, wenn alle Beschäftigten diesen Anspruch mittragen. Deshalb organisieren wir für Mitarbeiter und Führungskräfte Schulungsprogramme zu praktischen Themen des betrieblichen Umweltschutzes sowie zu Fragen der Verantwortung im Umweltschutz. Außerdem schulen wir unsere Auditoren, die die Umweltmanagementsysteme unserer Werke überprüfen, sowie die Lieferanten-Auditoren. „Refresher-Kurse“ bieten darüber hinaus Gelegenheit zum Erfahrungsaustausch.

**Umweltpreis.** Seit 2000 vergibt Daimler den konzernweit ausgeschriebenen „Environmental Leadership Award“ (ELA) als Anerkennung für Mitarbeiter, die sich in besonderem Maße für den Umweltschutz im Unternehmen engagieren. Der Daimler-Umweltpreis wurde 2009 bereits zum siebten Mal ausgeschrieben und Anfang 2010 verliehen.  A

## 4.0 Personalmanagement

**4.1 Organisation und Steuerung.** Die Personalbereiche von Daimler sind dem Vorstandsressort Personal zugeordnet. Mit ihren weltweit rund 6.700 Mitarbeitern

sind sie für alle Funktionen und Prozesse der Personalarbeit zuständig. Der Personalvorstand, der gleichzeitig auch Arbeitsdirektor für den Konzern ist, verantwortet die Personalarbeit des Unternehmens.

Daimler verfolgt eine globale, an den Unternehmenszielen orientierte Personalstrategie, die auf fünf Säulen aufbaut: Profitabilität, eine wettbewerbsfähige Belegschaft, zukunftsweisende Führungskompetenz, hohe Attraktivität als Arbeitgeber und eine professionelle Organisation. Die Organisation des Personalressorts gliedert sich in drei Kernelemente:

- Konzernfunktionen, die für die Personalstrategie, -politik und -richtlinien im Konzern zuständig sind;
- divisional ausgerichtete Personalfunktionen, die für die Personalarbeit in den Geschäftsfeldern und an den Standorten sowie für die Umsetzung der Personalstrategie zuständig sind;
- Servicebereiche, in denen regional gebündelt Dienstleistungen des Personalbereichs erbracht werden.

Das oberste Entscheidungsgremium innerhalb des Personalressorts ist das Human Resources Executive Committee. Diesem gehören die Leiter der Konzernfunktionen Personal, der divisionalen Personalfunktionen sowie der Servicebereiche Personal an. Das Gremium wird vom Personalvorstand geleitet.

Nachhaltigkeit ist eine Zielfunktion innerhalb der Aktivitäten zur Operational Excellence und dadurch strategisch in der Personalarbeit verankert. Diese Zuordnung sichert eine systematische und umfassende Integration in die Geschäftsprozesse. Die Umsetzung erfolgt über die Kaskadierung der strategischen Ziele im Rahmen des jährlichen Zielvereinbarungsprozesses.

Das Human Resources Sustainability Committee, in dem alle betroffenen Personalkonzernfunktionen vertreten sind, stellt die ganzheitliche Steuerung, Implementierung und Berichterstattung von Nachhaltigkeitsthemen im Personalbereich sicher. Ihm steht der Leiter Personal- und Arbeitspolitik vor, der den Personalbereich auf Konzernebene als Mitglied des Corporate Sustainability Board vertritt.

Als ein wesentliches Steuerungsinstrument setzt Daimler eine „Global Human Resources Scorecard“ ein, die wiederum in der strategischen Scorecard des Gesamtunternehmens verankert ist. Durch Erfolgsfaktoren und derzeit 12 zugeordnete Messgrößen, die „Key Performance Indicators“ (KPIs), lassen sich gezielt globale Human-Resources-Kennzahlen erheben, sodass der Erfolg von Personalprozessen und -maßnahmen messbar wird. Die Global Human Resources Scorecard unterstützt die Geschäftsstrategien und Prozesse in den Geschäftsfeldern und schafft die Basis für ein kontinu-



Mehr zum ELA:  
[Online 207](#)



Weitere Informationen zu variabler Vergütung, Leadership Competencies und NAVI:  
[Online 208](#)



Für weiterführende Informationen bitte entsprechende Nummer unter <http://nachhaltigkeit.daimler.com> in die Suchmaske eingeben.

09 Managementansatz HR – integrierte Personalfunktionen



10 Global Human Resources Scorecard – Erfolgsfaktoren und Key Performance Indicators (KPIs)

Profitabilität	Wettbewerbsfähige Belegschaft	Führungs-kompetenz	Attraktiver Arbeitgeber	Professionelle Personal-arbeit
Arbeitskosten	Anwesenheit	Mitarbeiterzufriedenheit		HR-Kunden-zufriedenheit
Arbeitskosten pro Stunde	Senkung Krankenquote	Führungskräfte-/Mitarbeiter-Commitment-Index		HR-Kunden-zufriedenheits-Index
Flexibilität	Demografische Struktur	Führungs-kräfte-potenzial	Arbeitgeber-image	HR Services und HR-Instrumente
Arbeitskräfte- und Arbeitszeit-flexibilität	Alters-struktur	Potenzial-trägerquote Qualifikations-Index Führungskräfte	Arbeitgeber-Ranking	Umsetzungs-grad globaler HR-Prozesse
	Qualifikation	Diversity	Fluktuation	
	Qualifikations-Index Mitarbeiter	Anzahl Frauen in Management-funktionen	Fluktuations-quote	

ierliches gegenseitiges Lernen im Unternehmen durch Best-Practice-Beispiele.

**4.2 Grundsätze der Personalführung.** Unsere Führungskräfteentwicklung orientiert sich ausnahmslos an dem durchgängigen und weltweit etablierten „Leadership Evaluation And Development“-Prozess – kurz LEAD. Die Unternehmenswerte Begeisterung, Wertschätzung, Integrität und Disziplin bilden den Orientierungsrahmen für das Führungshandeln und die Grundlage für die Entwicklung und die Bewertung unserer Führungskräfte. Ausgewählte Sachbearbeiter werden im Rahmen des LEAD-Prozesses im Hinblick auf ihr Potenzial für die unterste Führungsebene bewertet.

Alle Führungskräfte erhalten neben der fixen Vergütung einen variablen Vergütungsanteil. Wie hoch dieser jeweils ausfällt, richtet sich nach dem Unternehmenserfolg und dem persönlichen Erfolg. Maßstab hierfür ist der Erreichungsgrad der jährlich vereinbarten individuellen Ziele. Generell erwartet Daimler von allen Führungskräften nachhaltiges Handeln. Dies fließt auch in die Bewertung des Führungshandelns ein.

Für Tarifmitarbeiter in technischen und Verwaltungsfunktionen, in denen rund 50 Prozent der Belegschaft tätig sind, setzt Daimler für die Zielumsetzung und Leistungsbewertung den sogenannten NAVI-Führungsprozess ein. Der Name verweist auf das Navigationsgerät im Auto und steht für eine genaue Ziel- und Standortbestimmung von Vorgesetztem und Mitarbeiter zu verschiedenen Zeitpunkten im jährlichen Führungsprozess. 

5.0 Management von Lieferantenbeziehungen

Wir arbeiten mit unseren Zulieferern auf einer leistungsorientierten und gleichzeitig partnerschaftlichen Basis zusammen. Den Rahmen für diese Zusammenarbeit gibt das im März 2009 neu eingeführte Lieferantenkooperationsmodell vor, das Daimler Supplier Network. Mit diesem Programm haben wir uns zum Ziel gesetzt, langfristige Partnerschaften zu begleiten und auszubauen. Dabei setzen wir auf verlässliche, partnerschaftliche Geschäftsbeziehungen und klar definierte Leistungskriterien.

**External Balanced Scorecard im Einkauf.** Als Gradmesser dient die External Balanced Scorecard (EBSC), die Leistung in messbare Kennzahlen übersetzt und damit einen objektiven Vergleich, sowohl für unsere Mitarbeiter im Einkauf als auch für unsere Zulieferer, ermöglicht. Die Grundlage der EBSC sind die vier Werttreiber Qualität, Kosten, Technologie und Liefertreue. Neben diesen Werttreibern der EBSC basiert für uns eine gute Partnerschaft außerdem auch auf Werten, die

## Ergebnisse des Sustainability Dialogue 2009



Am 5. November 2009 diskutierten im Mercedes-Benz Museum in Stuttgart das Daimler-Topmanagement mit rund 80 Interessenvertretern

aus Wirtschaft, Politik, Wissenschaft und Zivilgesellschaft im Rahmen des zweiten Sustainability Dialogue. Auf der Agenda der ganztägigen Workshops standen ausgewählte Nachhaltigkeitsthemen und deren Lösung, die bei der letztjährigen Dialogveranstaltung als entscheidend für unser Unternehmen benannt wurden:

**Attribute „grüner“ Premiumfahrzeuge.** Einvernehmen bestand in der Arbeitsgruppe darüber, dass grüne Produktattribute nicht „anstelle“ traditioneller markenprägender Produkteigenschaften zu sehen sind, sondern vielmehr ergänzend hierzu. Neben der CO<sub>2</sub>-Reduktion wurden Ressourceneffizienz sowie nachhaltige Mobilitätskonzepte als zentrale Herausforderungen angesehen. In Folgeworkshops soll untersucht werden, unter welchen Rahmenbedingungen Mobilitätsdienstleistungen wirtschaftlich erfolgreich gemacht werden können.

**CO<sub>2</sub>-Emissionen.** Aus Sicht der Workshopteilnehmer ist die Lebenszyklusanalyse (Life Cycle Assessment, LCA) ein umfassenderer Ansatz und sollte dem reinen CO<sub>2</sub>-Footprint-Ansatz vorgezogen werden. In Bezug auf E-Mobilität bestand Einverständnis darüber, dass der für Batteriefahrzeuge benötigte Strom aus erneuerbaren Energien kommen sollte. Wie Daimler das unterstützen kann, soll in Folgeworkshops herausgearbeitet werden.

**Beschäftigungssicherung in Krisenzeiten.** Kritisch merkten die Teilnehmer an, dass die bislang getroffenen beschäftigungssichernden Maßnahmen des Unternehmens nicht ausreichen würden, um strukturelle Veränderungen der Automobilindustrie zu überwinden. Einig war man sich, dass sich soziale Verantwortung und wirtschaftlicher Erfolg nicht ausschließen. Im zweiten Teil des Workshops standen – beispielhaft erläutert durch ein Projekt aus dem Werk Bremen – die Herausforderung des demografischen Wandels sowie Lösungswege darauf aus

betrieblicher Sicht im Mittelpunkt. Darüber hinaus wurden Themen wie Qualifizierung und Nachwuchsförderung bei Daimler erörtert. Hier wurde eine Vertiefung der Zusammenarbeit mit Hochschulen und der Bundesagentur für Arbeit vereinbart.

**Community Relations.** Die Workshopteilnehmer diskutierten unter anderem die Feierlichkeiten zum Jubiläum „125 Jahre Automobil“ im Jahr 2011 – verbunden mit dem Wunsch, in diesem Rahmen insbesondere nachhaltige Mobilitätskonzepte sowie deren Auswirkungen für die Stadt- und Standortentwicklung der Bevölkerung zu präsentieren. Außerdem erörterten sie, wie Kommunikationsformen zwischen Kommunen, gesellschaftlichen Institutionen sowie Unternehmen nachhaltiger gestaltet werden können, um Kräfte zur Realisierung sozialer und kultureller Projekte zu bündeln.

**Nachhaltigkeit in der Lieferkette.** Diese Arbeitsgruppe führte Daimler-Geschäftspartner, Nichtregierungsorganisationen sowie Managementvertreter der Daimler-Einkaufsorganisation zusammen. Sie diskutierten intensiv, wie sie die Einhaltung von Nachhaltigkeitsstandards in der Lieferkette gemeinsam unterstützen und überprüfen könnten. Dabei ging es auch um die Kosten eines nachhaltigen Lieferantenmanagements und die spezifischen Erwartungen von Lieferanten an das Unternehmen und der Nichtregierungsorganisationen an die Automobilindustrie. Wichtigste Erkenntnis für alle: Management von Nachhaltigkeit in der Lieferkette ist dann erfolgreich, wenn alle Interessengruppen eng zusammenarbeiten und gemeinsam Verantwortung übernehmen.

**Menschenrechte:** Auf Basis einer umfassenden Bestandsaufnahme diskutierten die Teilnehmer praktische Implementierungs- und Kontrollmechanismen (einschließlich der Erweiterung von Policies und Trainings, Integration in den Compliance-Prozess etc.). Als Arbeitsprogramm bis 2010 wurde zudem vereinbart, die Menschenrechtsdiskussion auf Verbandsebene anzustoßen sowie an einem runden Tisch länderspezifische Menschenrechtsaspekte anzuregen.

einen konstruktiven Umgang miteinander ermöglichen. Dazu gehören insbesondere Fairness, Zuverlässigkeit und Vertrauen.

**Richtlinie zur Nachhaltigkeit für Lieferanten.** Gemeinsam mit unseren Geschäftspartnern arbeiten wir an der Umsetzung der „Richtlinie zur Nachhaltigkeit für Lieferanten“. Sie wurde in Anlehnung an Grundsätze des Unternehmens sowie internationale Prinzipien und Konventionen wie dem Global Compact der Vereinten Nationen und den International Labour Standards der ILO entwickelt und weltweit an alle Lieferanten kommuniziert. Die Richtlinie setzt Standards für nachhaltiges Handeln und formuliert die Erwartungshaltung an unsere Zulieferer in Bezug auf soziale, ökologische sowie ethische Aspekte. Sie ergänzt die bestehenden Regelwerke wie die Daimler-Verhaltensrichtlinie, die Grundsätze zur sozialen Verantwortung und die Umwelt-Leitlinien des Konzerns.

Ein Fragebogen zur Selbsteinschätzung von Lieferanten, ein sogenanntes Sustainability-Self-Assessment, wurde im Jahr 2009 neu entwickelt und wird derzeit in einer Pilotversion getestet. Lieferanten geben uns durch das Ausfüllen des Fragebogens Auskunft darüber, wie weit sie bei der Umsetzung der Anforderungen zur Nachhaltigkeit sind und wo gegebenenfalls noch Handlungsbedarf besteht.   

## 6.0 Management von Kundenbeziehungen

Unsere Kunden stellen höchste Ansprüche. Deshalb heißt das Ziel, an dem wir uns bei allen Daimler-Marken und Produkten messen lassen: höchste Kundenzufriedenheit. Unsere Loyalität gegenüber unseren Kunden bezieht alles ein, womit wir ihre Erwartungen im Verkauf, im Service und bei begleitenden Dienstleistungen wie Finanzierungen und Versicherungen übertreffen wollen. Dabei nehmen wir den kompletten Lebenszyklus bzw. die gesamte Nutzungsdauer des Fahrzeugs in den Blick.

Wir wissen, dass sich die Erwartungen unserer Kunden je nach Produkt – ob Pkw, Lkw, Bus oder Transporter – und Dienstleistung grundlegend unterscheiden. Um unserem Versprechen einer Wertschätzung unserer Kunden gerecht zu werden, haben alle unsere Geschäftsbereiche maßgeschneiderte, an regionale und kundenspezifische Anforderungen angepasste Strategien und Programme entwickelt. Ihre Umsetzung beinhaltet:

- ein klar strukturiertes, mit Prioritäten versehenes Aktionsprogramm, das von praxisorientierten Beschreibungen der Prozesse am Verkaufsort ausgeht;

- ein gezieltes Trainingsprogramm für alle unsere Mitarbeiter, die mit Kunden in Kontakt stehen, und maßgeschneiderte Beratungen;
- messbare Leistungskriterien – intern wie extern – und neue erfolgsorientierte Vergütungsmodelle, die die richtigen Anreize für Verkaufsberater oder Servicemitarbeiter setzen.

Die Wertschätzung unserer Kunden bildet so die Grundlage für eine Strategie, die unser Geschäft differenziert und den Grundstein für Profitabilität und nachhaltiges Wachstum legt.

## 7.0 Management des Stakeholder-Dialogs

Unsere Geschäftstätigkeit berührt die Interessen vieler Menschen: angefangen bei unseren Mitarbeitern über Kunden und Aktionäre bis hin zu zivilgesellschaftlichen Organisationen. Uns liegt viel an einem offenen und konstruktiven Meinungsaustausch mit diesen Anspruchsgruppen – auch über kontroverse Themen.

Kriterium für die Identifikation und Gewichtung von Stakeholdern ist für uns, ob und wie stark eine Gruppe von den Aktivitäten unseres Unternehmens betroffen ist. Für zentrale Dialogthemen gibt es im Unternehmen verantwortliche Bereiche und Ansprechpartner – wie den Bereich Investor Relations, den Zentralbereich Konzernumweltschutz, das Personalressort, die Einkaufsorganisation, die Stabsbereiche Politik und Außenbeziehungen oder die Kommunikation.  

**Sustainability Dialogue.** Ergänzend zu den institutionalisierten Dialogformen haben wir 2008 den jährlich stattfindenden „Daimler Sustainability Dialogue“ ins Leben gerufen, der als zentrale Diskussionsveranstaltung in Stuttgart die regelmäßig tagenden fachspezifischen Arbeitsgruppen verbindet. Dieses Dialogforum, das Nachhaltigkeitsthemen in den Mittelpunkt stellt, führt Vertreter aus Politik und Zivilgesellschaft, aus Nichtregierungsorganisationen und der Wissenschaft mit Managementvertretern unseres Unternehmens zusammen. Ausdrücklicher Anspruch ist es, den Austausch gerade auch mit kritischen Interessengruppen zu vertiefen und voneinander zu lernen – mit dem Anspruch, gemeinsam praktische Lösungen zu suchen. Das machte der Daimler-Vorstandsvorsitzende, Dr. Dieter Zetsche, auch bei der Veranstaltung am 5. November 2009 in Stuttgart deutlich: „Dieser Dialog ist wichtig zur Standortbestimmung unseres Unternehmens – und wenn nötig auch als Anstoß zur Kurskorrektur“. In diesem Sinne wird der Sustainability Dialogue 2010 fortgeführt. Der Sustainability Dialogue wird vom Sustainability Board und Office koordiniert. 



Mehr zu unseren Anforderungen an Lieferanten sowie unsere vollständige Richtlinie für Lieferanten:

[Online 209](#)



Mehr zum weltweiten Einkauf:

[Seite 12 f.](#)



Unsere Ziele im Bereich Stakeholder-Dialog:

[Seite 71](#)



Eine Auswahl wichtiger Mitgliedsorganisationen und Interessenvertretungen:

[Online 210](#)

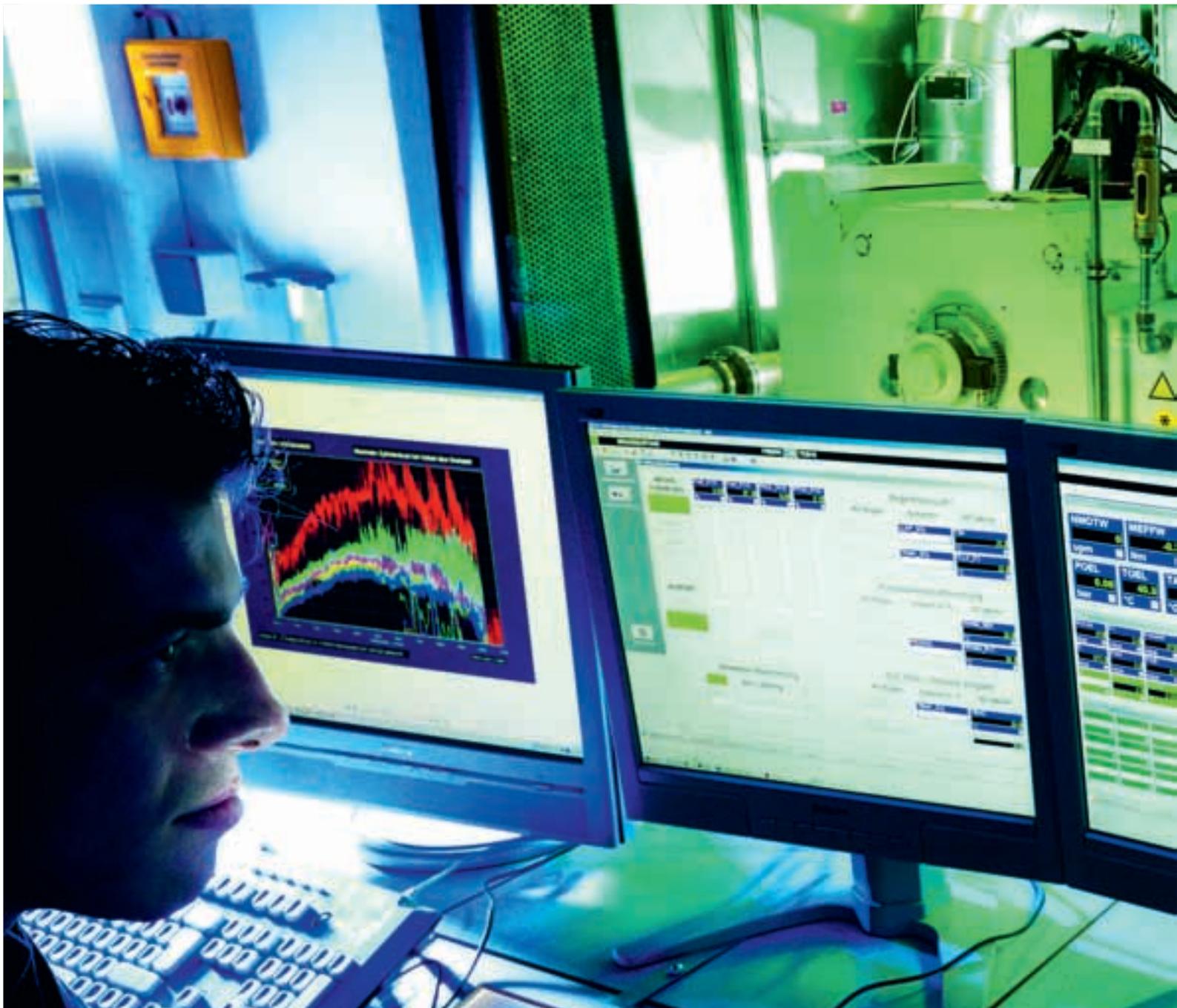


Für weiterführende Informationen bitte entsprechende Nummer unter <http://nachhaltigkeit.daimler.com> in die Suchmaske eingeben.



rund 80

Teilnehmer beim  
Sustainability  
Dialogue 2009



# 03

## Umweltschutz, Innovation und Sicherheit

**Weshalb uns nachhaltige Mobilität so wichtig ist?** Weil Umweltschutz, Innovation und Sicherheit die wichtigen Herausforderungen für unser Unternehmen sind: Von der Forschung und Entwicklung bis zur Produktion setzen wir auf effiziente Ressourcennutzung, Emissions- und Lärminderung und die Erhöhung der aktiven und passiven Verkehrssicherheit. Davon profitieren unsere Kunden heute schon – und werden es in Zukunft mehr denn je.



## 1.0 Umweltschutz im Produktlebenszyklus

Um die Zukunftsfähigkeit des Unternehmens sicherzustellen, ist unser zentrales Ziel die Gestaltung einer nachhaltigen Mobilität. Klimaforscher warnen vor einer weiteren Erwärmung der Erdatmosphäre, vor allem die europäischen Staaten drängen deshalb auf eine Reduzierung der CO<sub>2</sub>-Emissionen. Als global tätiger Automobilhersteller sehen wir uns hier besonders in der Verantwortung. Wir wollen eine stete Verbesserung der Umweltverträglichkeit unserer Produkte und unserer Tätigkeiten erreichen. Dabei haben wir die Umweltauswirkungen unserer Fahrzeuge über ihren gesamten Lebenszyklus, von der Entwicklung über Produktion, Nutzung und Service bis hin zum Recycling, im Blick.  A

Die folgenden Kapitel orientieren sich an den einzelnen Stufen des Produktlebenszyklus und zeigen auf, welche Maßnahmen wir treffen, um Ressourcen sparsam einzusetzen und Emissionen möglichst gering zu halten.  11

## 2.0 Innovation, Entwicklung und Sicherheit

In unseren Forschungs- und Entwicklungsbereichen arbeiten weltweit rund 18.837 Mitarbeiter daran, Emissionen und Energieverbrauch in der Herstellung, Nutzung und beim Recycling unserer Produkte zu minimieren sowie die Sicherheit unserer Fahrzeuge weiter zu optimieren. Insbesondere die weitere Senkung der CO<sub>2</sub>-Emissionen unserer Produkte steht für uns im Fokus. Wir sind dabei in zwei Handlungsfeldern aktiv: bei den Fahrzeugen und Antriebssystemen (Kernaktivitäten) sowie der Infrastruktur und den Kraftstoffen (unterstützende Aktivitäten).

**2.1 Strategie für eine nachhaltige Mobilität – „The Road to Emission-free Mobility“.** Die Mobilitätsbedürfnisse in unserer Gesellschaft werden differenzierter und individueller – gleichzeitig nimmt die Mobilität insgesamt immer weiter zu. Daher kann es nach unserer Überzeugung auch künftig keinen singulären technologischen Königsweg zur nachhaltigen Mobilität geben. Stattdessen bieten wir für die Vielfalt der Anforderungen ebenso vielseitige, maßgeschneiderte Lösungen. Ziel unserer Strategie ist die Entwicklung von immer sparsameren und umweltverträglicheren Automobilen – ohne auf Sicherheit und Komfort zu verzichten. So können die einzelnen Technologien ihre Vorteile in Bezug auf Verbrauchs- und Emissionswerte in jeweils unterschiedlichen Einsatzbereichen ausspielen.  B

Unsere Strategie für die Zukunft der Mobilität umfasst drei Handlungsschwerpunkte:

- Optimierung unserer Fahrzeuge mit modernsten Verbrennungsmotoren;
- weitere Effizienzsteigerung durch Hybridisierung;
- emissionsfreies Fahren mit Elektrofahrzeugen mit Brennstoffzelle und Batterie.  12

Diese markenübergreifende Strategie erweitern wir durch den Einsatz sauberer und alternativer Kraftstoffe, die Entwicklung neuartiger Mobilitätskonzepte (car2go, Bus Rapid Transit) sowie unsere Aktivitäten in neuen, zukunftsweisenden Geschäftsfeldern, wie etwa Entwicklung, Fertigung und Vertrieb von Lithium-Ionen-Batterien.  C

### Optimierung der Fahrzeuge mit modernsten Verbrennungsmotoren.

Mit dem Effizienzpaket BlueEFFICIENCY bündeln wir eine Vielzahl intelligenter Maßnahmen und Technologien, die den Kraftstoffverbrauch unserer Fahrzeuge weiter senken. Diese Maßnahmen sind aufeinander abgestimmt und werden dem Nutzungsprofil des jeweiligen Fahrzeugmodells individuell angepasst – in der Summe sind so Verbrauchseinsparungen von bis zu 30 Prozent möglich. BlueEFFICIENCY Maßnahmen sind verbrauchsoptimierte Antriebe, die ECO Start-Stop-Funktion, ein intelligentes Generator-Management, rollwiderstandsarme Reifen oder die ECO Lenkhilfpumpe. Zum Jahresende 2009 waren 62 BlueEFFICIENCY Modelle (Mercedes-Benz Pkw und Transporter<sup>1</sup>) am Markt verfügbar, 2010 wird die Flotte auf 95 Fahrzeuge anwachsen. Ab Herbst 2010 wird das Paket auch für Viano und Vito erhältlich sein.  D

Wichtiger Bestandteil der BlueEFFICIENCY Fahrzeuge sind modernste Verbrennungsmotoren. 2009 haben wir die Produktion der neuen Vierzylinder-Benzinmotoren mit Direkteinspritzverfahren gestartet. Kernelement der neuen CGI-Aggregate (Stratified Charged Gasoline Injection) ist die homogene Direkteinspritzung. Über eine Hochdruckleitung erreicht der Kraftstoff bei bis zu 140 bar Druck die Injektoren, die direkt in den Brennraum führen. Die je nach Fahrsituation benötigte Menge Benzin wird exakt dosiert in die Zylinder gespritzt und nahezu vollständig verbrannt. Kraftstoffverbrauch und Schadstoffemissionen werden erheblich gesenkt: Die neuen Vierzylinder-Direkteinspritzer der E-Klasse benötigen bis zu 18 Prozent weniger Kraftstoff als das Vorgängermodell mit vergleichbarer Motorisierung.

Ein Musterbeispiel ist auch die vierte Generation der Common-Rail-Direkteinspritzung, die seit 2008 im Vierzylinder-Dieselmotor OM 651 in verschiedenen Mercedes-Benz Baureihen erhältlich ist. Sie kann die Kraftstoffeinspritzung noch genauer an die jeweilige Last- und Drehzahlsituation anpassen, was sich günstig auf Emissionen, Verbrauch und Verbrennungsgeräusch auswirkt. Mit diesem effizienten Motor verbraucht die neue E-Klasse bis zu 23 Prozent weniger Kraftstoff als ihr Vorgänger. Der neue Dieselmotor erfüllt – auch in



Mehr zu Klimaschutz und Senkung der CO<sub>2</sub>-Emissionen:

[Online 301](#)



Unsere Mobilitätsszenarien:

[Online 302](#)



Mobilitätskonzepte der Zukunft – car2go und Bus Rapid Transit

[Online 303](#)



Weitere Informationen zu BlueEFFICIENCY:

[Online 304](#)



Für weiterführende Informationen bitte entsprechende Nummer unter <http://nachhaltigkeit.daimler.com> in die Suchmaske eingeben.

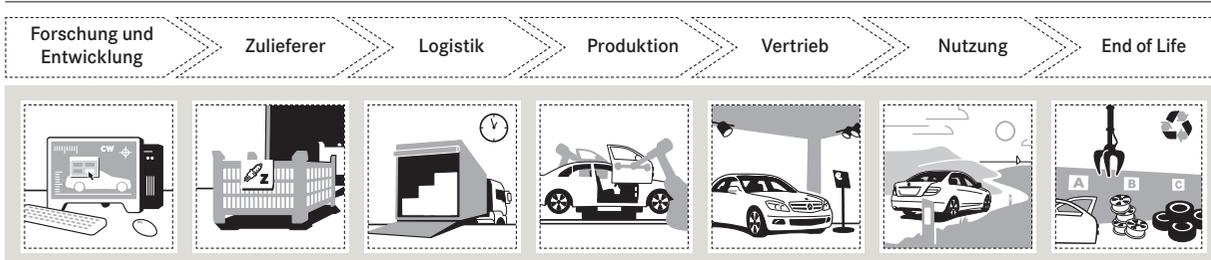


bis zu 30 %

Verbrauchseinsparungen durch BlueEFFICIENCY möglich

<sup>1</sup> Die Mercedes-Benz Transporter (Viano, Vito und Sprinter inklusive Pkw-Varianten) sind in verschiedenen Gewichts- und Karosserievarianten erhältlich, die in die genannte Anzahl nicht einzeln eingerechnet wurden.

11 Produktlebenszyklus



12 Die Daimler-Roadmap zur nachhaltigen Mobilität

Antriebstechnologien		
Optimierung der Fahrzeuge mit modernsten Verbrennungsmotoren	Weitere Effizienzsteigerung durch Hybridisierung	Emissionsfreies Fahren mit Elektrofahrzeugen mit Brennstoffzelle und Batterie
Energieversorgung		
Saubere Kraftstoffe für Verbrennungsmotoren: synthetische Kraftstoffe, Biokraftstoffe, Erdgas		Energiequellen für emissionsfreies Fahren: Strom, Wasserstoff

13 Antriebstechnologien von Daimler

Anteil in Prozent	Fahrzeuge mit Ottomotor	Fahrzeuge mit Dieselmotor	Fahrzeuge mit Erdgasantrieb <sup>1</sup>	Fahrzeuge mit Hybridantrieb <sup>2</sup>	Fahrzeuge mit Elektroantrieb <sup>3</sup>
Europa	36,7	63,3	0,4	0,2	x
NAFTA	69,1	30,9			
Japan	54,3	45,7			

<sup>1</sup> 0,4 Prozent der im Jahr 2009 produzierten Fahrzeuge wurden als Erdgasvariante aufgebaut.

<sup>2</sup> Mit derzeit über 4.000 weltweit im Betrieb befindlichen Hybrid-Nutzfahrzeugen (inklusive Busse) ist Daimler Marktführer.

<sup>3</sup> Weltweit betreibt Daimler die größte Brennstoffzellenfahrzeugflotte (Pkw, Transporter und Busse) aller Hersteller. Seit November 2009 wird der smart electric drive in einer 1.000 Fahrzeuge umfassenden Serie produziert.

## S 400 HYBRID - Hybridisierung en route



Ausgestattet mit einem weiterentwickelten 6-Zylinder-Benzinmotor, einem Permanentmagnet-Elektromotor und einer 120-Volt-Lithium-Ionen-Batterie hält der

S 400 HYBRID einen Weltrekord: den der sparsamsten Luxuslimousine mit Ottomotor.

Das Zusammenspiel der Komponenten spart Kraftstoff ein: In der verbrauchsintensiven Beschleunigungsphase unterstützt der Elektromotor den Verbrennungsmotor (Boost-Effekt). Zudem dient er auch als Starter, Basis für die Funktionsfähigkeit der Start-Stopp-Automatik. Diese schaltet den Motor unterhalb einer Geschwindigkeit von 15 km/h ab – zum Beispiel beim Heranrollen an eine rote Ampel. Wird die Bremse gelöst oder das Gaspedal betätigt, startet der Elektromotor das Haupttriebwerk fast unmerklich wieder. Beim Abbremsen des Fahrzeugs arbeitet der Elektromotor als Generator und gewinnt Bremsenergie

zurück (Rekuperation), die in die Lithium-Ionen-Batterie eingespeist wird.

Bei Überlandfahrten wechseln sich Boost-, Konstant- und Rekuperationsphasen ab. So stehen, je nach Streckenprofil, große Mengen an Rekuperationsenergie zur Verfügung, die sich günstig auf die Verbrauchs- und Emissionsbilanzen auswirken. Ein rein elektrisches Fahren ist mit dem S 400 HYBRID nicht möglich – für eine Limousine, die nicht nur im Stadtverkehr zum Einsatz kommt, ist die gewählte Form der Hybridisierung jedoch zweckmäßig. Eine andere Auslegung des Hybridsystems hätte Zusatzgewicht zur Folge, das sich vor allem bei Überland- und Autobahnfahrten negativ auf den Kraftstoffverbrauch auswirkt. Dank der speziell für den Einsatz in Fahrzeugen entwickelten Lithium-Ionen-Hochvoltbatterie ist der S 400 HYBRID jedoch nur 75 Kilogramm schwerer als der vergleichbare Benziner S 350. Und die Bilanz der Hightechlimousine spricht für sich: 21 Prozent weniger Kraftstoffverbrauch und Reduktion der CO<sub>2</sub>-Emissionen auf 186 Gramm pro Kilometer.

## Elektromobilität – Emissionen adieu?



Mit der Fokussierung auf das Thema Elektromobilität ist in der Öffentlichkeit – spätestens seit den Automobilausstellungen des Jahres 2009 – der Eindruck entstanden, dass das Zeitalter der Elektrofahr-

zeuge bereits begonnen hat. Richtig ist, dass diese Fahrzeuge ein enormes CO<sub>2</sub>-Reduktionspotenzial bieten und schadstoff- und geräuscharm sind. Die Großserientauglichkeit der Fahrzeuge wird allerdings noch einige Zeit auf sich warten lassen. Gründe hierfür sind die aktuellen Produktionskosten für die entsprechenden Batterie- bzw. Brennstoffzellensysteme sowie das Fehlen einer flächendeckenden Stromlade- und Wasserstoffinfrastruktur für Batterie- und Brennstoffzellenfahrzeuge. Für ein gänzlich emissionsfreies Fahren müssen zudem regenerativ erzeugte Energien zur Verfügung stehen.

Mit dem smart electric drive und der B-Klasse F-CELL hat Daimler die Zukunft der Elektromobilität fahrzeugtechnisch bereits eingeläutet. Mit dem seriennahen Concept

BlueZERO zeigt das Unternehmen ein modulares Antriebskonzept für Elektrofahrzeuge. Auf Basis einer Fahrzeugarchitektur haben wir drei Modelle mit unterschiedlichen Antriebskonfigurationen entwickelt, die je nach Kundenanforderungen und Infrastruktur zum Einsatz kommen können:

- BlueZERO E-CELL mit batterieelektrischem Antrieb,
- BlueZERO F-CELL mit Brennstoffzelle,
- BlueZERO E-CELL PLUS mit Elektroantrieb und zusätzlichem Verbrennungsmotor als Stromgenerator („Range Extender“).

Da die Verfügbarkeit leistungsfähiger Lithium-Ionen-Batterien Grundvoraussetzung der Fahrzeugelektrifizierung ist, arbeiten wir an der Industrialisierung und Standardisierung dieser Batterietechnologie. Dabei nehmen wir, im Sinne einer ganzheitlichen Betrachtung, auch die Entsorgung und das Recycling der neuen Batterien mit in den Blick. In Zusammenarbeit mit Lieferanten und Entsorgungspartnern haben wir innovative Recyclingkonzepte entwickelt, die eine Wiedergewinnung der wertvollen Inhaltsstoffe ermöglichen.

sämtlichen Leistungs- und Gewichtsvarianten des Sprinters – die Anforderungen von Euro 5.

Der Kraftstoffverbrauch konventioneller Nutzfahrzeug-Dieselmotoren haben wir in den letzten Jahrzehnten durch Weiterentwicklung der Motoren und Optimierungen bei Getriebe und Antriebsstrang um mehr als ein Drittel reduziert. Zudem erhöht die Dieselmotortechnologie BLUETEC die Effizienz und reduziert den Schadstoffausstoß: Der Verbrauch sinkt um 2 bis 5 Prozent.  **A**

**Natural Gas Technology (NGT).** Der Erdgasantrieb ist – ökologisch wie ökonomisch betrachtet – eine Alternative zu herkömmlichen Antriebskonzepten. Im Vergleich zu konventionellen Benzin- oder Dieselmotoren liegen die Vorteile hier im geringeren Kohlenstoffgehalt und der emissionsarmen Verbrennung. Nachteile der Erdgasfahrzeuge sind derzeit noch die aufwendige Speicherung des Kraftstoffs in schweren Drucktanks sowie die eingeschränkte Infrastruktur. Unsere NGT-Pkw sind daher mit einem bivalenten Antrieb, der wahlweise mit Erdgas oder Superbenzin betrieben werden kann, ausgestattet. Die Technologie ist aktuell im Mercedes-Benz B 180 NGT BlueEFFICIENCY auf dem Markt erhältlich.

Bei den Nutzfahrzeugen sind Erdgasfahrzeuge aufgrund der eingeschränkten Reichweite vor allem für den Einsatz im städtischen Umfeld eine gute Alternative zum Dieselmotor. Seit 2008 ist der neue Mercedes-Benz Sprinter NGT mit bivalentem Erdgasantrieb auf dem Markt. Der Mercedes-Benz Citaro CNG wird als Solo- wie auch als Gelenkbus mit Erdgasantrieb gebaut. Der Econic NGT ist im Kommunal-, Sammel- und Verteilerverkehr mit mehr als 900 Exemplaren in Europa unterwegs. 1.300 Erdgasfahrzeuge auf der Basis der MT-45 Walk-in-Lieferfahrzeuge hat die Freightliner Custom Chassis Corporation (FCCC) seit dem Jahr 2000 ausgeliefert.

**Modellspezifische Hybridmodule.** Weitere Reduktionen von Kraftstoffverbrauch und CO<sub>2</sub>-Emissionen erreichen wir durch die Kombination von optimierten Verbrennungsmotoren mit maßgeschneiderten Hybridmodulen. Unser Hybridbaukasten umfasst unterschiedliche Module, die von der Start-Stopp-Funktion über das Boosten und die Rekuperationsfunktion bis hin zum vollelektrischen Fahren reichen. Vor allem im innerstädtischen Verkehr spart die Kombination aus High-tech-Verbrennungs- und Elektromotor bis zu 20 Prozent Kraftstoff. In Verbindung mit Effizienz steigernden BlueEFFICIENCY Maßnahmen sind weitere Einsparungen realisierbar. Seit 2007 sind Fahrzeuge mit Start-Stopp-Funktion erhältlich. Weitere Hybridlösungen sind seit Sommer 2009 im S 400 HYBRID und ML 450 HYBRID auf dem Markt. Zukünftig wollen wir jährlich mindestens ein Hybridmodell auf den Markt bringen, darunter auch Fahrzeuge mit Dieselmotoren.

Einen weiteren Entwicklungsschritt bei den Hybridantrieben markiert die Vision S 500 Plug-in HYBRID. Ausgestattet mit einer Plug-in-Batterie, die an Ladestationen aufgeladen werden kann, fährt das Fahrzeug bis zu 30 Kilometer rein elektrisch. Bis zur Serienreife muss jedoch noch an der Auslegung der Komponenten gearbeitet werden. Zudem erfordert die externe Aufladung der Batterie eine flächendeckende Ladeinfrastruktur.

Auch im Nutzfahrzeugbereich bewähren sich Kombinationen von Verbrennungs- und Elektromotoren. Abgestimmt auf Einsatz und Fahrzeugtyp werden die Motoren entweder einzeln (serielles Hybridsystem) oder gemeinsam (paralleles Hybridsystem) betrieben. Beim Lkw wird – unabhängig von der Fahrzeuggröße – ein paralleler Hybridantrieb verwendet, bei Stadtbussen kommt – wie beim Citaro G BlueTec Hybrid – ein serielles System zum Einsatz. Vor allem im Stadtverkehr kommen die Verbrauchsvorteile des Hybridantriebs zum Tragen. Doch auch im Verteiler- und Fernverkehr bergen Hybridfahrzeuge – je nach Topografie – Einsparpotenziale im Verbrauch. Für die Zukunft plant Daimler deshalb Hybrid-erprobungen mit Lkw im Fernverkehr sowie mit Reisebussen.  **B**

**Emissionsfreies Fahren mit Elektrofahrzeugen mit Brennstoffzelle und Batterie.** Wasserstoffbetriebene Brennstoffzellenfahrzeuge verbinden eine hohe Reichweite mit dem Ziel der ressourcenschonenden, emissionsfreien Mobilität – vor allem, wenn dafür regenerativ erzeugter Wasserstoff genutzt wird. In einer Brennstoffzelle (engl. Fuel Cell) erzeugt die chemische Reaktion von Wasserstoff mit Sauerstoff elektrische Energie, übrig bleibt lediglich Wasserdampf. Dabei haben Brennstoffzellenantriebe einen etwa doppelt so hohen fahrzeuginternen Wirkungsgrad wie heutige Verbrennungsmotoren. Mit der Mercedes-Benz B-Klasse F-CELL läuft seit Ende 2009 der erste unter Serienbedingungen gefertigte Brennstoffzellen-Pkw vom Band. Das Fahrzeug mit lokal emissionsfreiem Antrieb weist einen NEFZ-Verbrauch (Neuer Europäischer Fahrzyklus) von umgerechnet 3,3 Litern Kraftstoff je 100 Kilometer (Dieseläquivalent) auf und hat eine Reichweite von etwa 400 Kilometer. Als Stromspeicher kommt eine leistungsstarke Lithium-Ionen-Batterie mit Hochvolttechnik zum Einsatz. Die ersten der rund 200 Fahrzeuge wurden bereits an Kunden in Europa und den USA ausgeliefert. Der neue Stadtbus Mercedes-Benz Citaro FuelCELL-Hybrid wurde im Juni 2009 vorgestellt. Seit Herbst 2009 wird eine Kleinserie von rund 30 Fahrzeugen produziert und ab 2010 europaweit sukzessive in mehreren Städten eingesetzt.

Im Herbst 2009 startete die Serienproduktion der ersten smart fortwo electric drive mit Lithium-Ionen-Batterie. Die Fahrzeuge werden zunächst an ausgewählte Kunden ausgeliefert. Sie kommen in verschiedenen Metropolen Europas, in den USA und in Kanada im



Mehr zur Senkung des Schadstoffausstoßes:

**Seite 43**



Unser modulares Konzept für bau-reihenübergreifende Hybridisierung:

**Online 305**



Für weiterführende Informationen bitte entsprechende Nummer unter <http://nachhaltigkeit.daimler.com> in die Suchmaske eingeben.



„Das Premiumsegment war schon immer ‚Innovationsmotor‘ – das streben wir auch im Bereich der grünen Fahrzeugtechnologien an.“

## Interview mit Prof. Dr. Herbert Kohler

Leiter „E-Drive & Future Mobility“,  
Umweltbevollmächtigter, Daimler AG

**Herr Prof. Kohler, Daimler strebt die „grüne Technologieführerschaft“ an. Ist dies für einen Premiumhersteller eine realistische Zielsetzung?**

**Prof. Herbert Kohler:** Aus meiner Sicht eindeutig ja. Grüne Technologieführerschaft heißt mit entsprechenden Technologien im Verbrauch und den Emissionen eine Führungsposition einzunehmen und diese dann auch in unseren Produkten sehr früh am Markt zu etablieren. Das Premiumsegment war schon immer der Innovationsmotor der Branche, beispielsweise im Sicherheitsbereich oder auch bei Technologien zur Schadstoffreduktion. Diese Innovationsführerschaft streben wir auch im Bereich der grünen Fahrzeugtechnologien an und haben vor diesem Hintergrund auch unsere Strategie „Road to Emission-free Mobility“ formuliert.

**Wie weit sind Sie denn auf diesem Weg vorangekommen?**

**Kohler:** Ich denke schon, dass wir gerade auch in den letzten Jahren wichtige Umweltinnovationen auf den Markt gebracht haben. Wir haben beispielsweise sowohl im Nutzfahrzeug als auch beim Pkw als Erste mit BLUETEC eine Technologie eingeführt, die bei der Reduktion der Stickoxidemissionen des Dieselmotors einen Quantensprung erlaubte. Mit BLUETEC sind wir bei Diesel-Pkw auf einem mit Ottomotoren vergleichbaren Emissionsniveau. Der 2009 eingeführte S 400 HYBRID ist der weltweit erste Hybrid-Pkw mit Lithium-Ionen-Technologie, der erste europäische Hybrid überhaupt und weltweit die effizienteste Luxuslimousine mit Ottomotor. Darüber hinaus sind wir auch Weltmarktführer bei Hybridbussen.

Diese Entwicklungsarbeiten bei der Lithium-Ionen-Batterie, ergänzt durch die Arbeiten an der Brennstoffzelle, versetzen uns bei den emissionsfreien Fahrzeugen bereits heute in eine außerordentlich gute Wettbewerbsposition, die wir mit der Markteinführung des smart for two electric drive, der A-Klasse E-CELL und der mit Brennstoffzelle ausgerüsteten B-Klasse F-CELL weiter untermauern werden.

Trotz dieser Erfolge wissen wir aber auch, dass es insbesondere bei der Frage der Reduktion der CO<sub>2</sub>-Emissionen verstärkter Entwicklungsanstrengungen bedarf, um auch unseren eigenen Erwartungen und Zielen gerecht zu werden. Unsere Aufwendungen für den Umweltschutz lagen 2009 trotz des schwierigen wirtschaftlichen Umfelds bei rund 2,1 Mrd. Euro. Dies unterstreicht, dass wir unsere strategischen Zielsetzungen in diesem Themenfeld auch in schwierigen Zeiten konsequent weiterverfolgen.

**Wenn man die öffentliche Diskussion zum Thema „zukünftige Antriebe“ aufmerksam verfolgt, gewinnt man zum Teil den Eindruck, dass das Zeitalter des Verbrennungsmotors zu Ende geht und das Zeitalter des Elektroantriebs beginnt. Teilen Sie diese Einschätzung?**

**Kohler:** In dieser Form sicherlich nicht. Ich würde eher von einer zunehmenden Elektrifizierung des Antriebsstrangs sprechen mit unterschiedlichen technischen Ausprägungen: vom Hybriden über den Range Extender bis zum reinen Elektrofahrzeug. Derzeit ist auf breiter Front eine Entwicklung in Richtung Elektromobilität zu beobachten. Die Umweltvorteile, hohe Effizienz des Antriebsstrangs, lokale Emissionsfreiheit und CO<sub>2</sub>-freier Fahrzeugbetrieb, sprechen für sich. Es gibt auch vielversprechende Ansätze, die wir sehr unterstützen, den benötigten Strom bzw. Wasserstoff regenerativ herzu-

stellen, sodass die gesamte Kette von der Strom-/Wasserstoffherzeugung bis zum Betrieb fast ohne CO<sub>2</sub>-Emissionen erfolgen kann. Diese Aspekte und die im Rahmen unserer Forschungs- und Vorentwicklungsarbeiten erzielten technologischen Fortschritte waren der Auslöser für unsere Entscheidung, die Elektrifizierung des Antriebsstrangs mit Nachdruck voranzutreiben und die Serienentwicklungsaktivitäten bei Elektrofahrzeugen zu starten.

Wir müssen aber gleichzeitig bedenken, dass unsere Kunden an Elektrofahrzeuge zu Recht auch die von unseren Produkten zu erwartenden Qualitätsmaßstäbe anlegen. Deswegen erproben wir seriennahe Elektrofahrzeuge intensiv über Pilot- und Feldversuche, um die Reifegradentwicklung zu beschleunigen. Der Verbrennungsmotor hat fast 125 Jahre Entwicklungszeit hinter sich mit der entsprechenden Reife in Bezug auf Zuverlässigkeit und vor allem auch Kostenoptimierung. Produkte insbesondere im Premiumbereich können sich nur dann am Markt durchsetzen, wenn sie auch einen erlebbaren Kundenmehrwert vermitteln. Dies gilt, wie die Erfahrung zeigt, auch für grüne Produkte.

Wir sind fest davon überzeugt, diesen Kundenmehrwert für verschiedene Einsatzfelder mit Elektrofahrzeugen auch darstellen zu können – nur wir wissen auch: Dieses Ziel ist nicht von heute auf morgen zu erreichen. Ziele wie die Markteinführung des smart ed 2012 mit fünfstelligen Stückzahlen oder das Ziel der Bundesregierung von einer Million Elektrofahrzeuge im Jahr 2020 sind einerseits sehr ambitioniert, aber andererseits doch machbar, insbesondere dann, wenn die entsprechenden Rahmenbedingungen in Deutschland jetzt schnell auf den Weg gebracht werden. Gleichzeitig sind diese Zahlen aber auch in Relation zum Fahrzeugbestand zu sehen, derzeit etwas über 40 Millionen Pkw in Deutschland. Dies zeigt, dass der Verbrennungsmotor, sicherlich mit einem sehr signifikanten Anteil an Hybridfahrzeugen, auch noch kurz- und mittelfristig das Rückgrat der automobilen Mobilität bilden wird.

„Wir sind fest davon überzeugt, mit Elektrofahrzeugen auch einen Kundenmehrwert darstellen zu können.“

#### Was heißt dies in Bezug auf den Verbrennungsmotor?

**Kohler:** Wir werden auch bei unseren Verbrennungsmotoren konsequent an der weiteren Verbrauchsoptimierung arbeiten. 2009 haben wir weiterentwickelte Vierzylinder-Otto- und -Dieselmotoren eingeführt. Die Verbrauchsreduktionen betragen je nach Fahrzeugtyp bis zu 20 Prozent. 2010 wird die neue Generation der V6- und V8-Benziner mit bis zu 25 Prozent Kraftstoffeinsparung folgen. Und wir werden sukzessive Hybridfahrzeuge, auch Dieselhybride, einführen, die den Verbrauch nochmals um ca. 20 Prozent reduzieren.

„Der Verbrennungsmotor mit signifikantem Hybridisierungsanteil wird auch noch kurz- und mittelfristig das Rückgrat der automobilen Mobilität bilden.“

#### Daimler entwickelt zwei Typen von Elektrofahrzeugen: Batterie- und Brennstoffzellenfahrzeuge. Warum diese Breite – wäre es nicht effizienter, sich auf eine Technologie zu fokussieren?

**Kohler:** Beide Typen von Elektrofahrzeugen haben bislang im Vergleich zum Verbrennungsmotor erst wenige Jahre intensiver Entwicklungsarbeit erfahren. Zudem besitzen sie ihre spezifischen Vorzüge, aber auch Herausforderungen – technologisch, insbesondere aber auch auf der Kostenseite. Vor diesem Hintergrund halten wir es zum jetzigen Zeitpunkt für erforderlich, beide Entwicklungslinien parallel zu verfolgen. Beim Batteriefahrzeug beispielsweise liegt die Reichweite bei ca. 200 Kilometer und die Batterieladezeiten bewegen sich im Stundenbereich bzw. bei ca. 30 Minuten für eine Schnellladung. Darüber hinaus sind auch nur bestimmte Fahrzeuggrößen sinnvoll.

Das sind alles Einschränkungen die die Brennstoffzelle nicht hat. Wir können bereits heute mit unserer 2009 vorgestellten neuen Generation der B-Klasse F-CELL 400 Kilometer Reichweite erzielen, und die Betankungszeit ist vergleichbar mit heutigen konventionellen Fahrzeugen. Vor dem Hintergrund unserer bisherigen Erfahrungen, insbesondere mit den intensiven Felderprobungen – unsere Brennstoffzellenfahrzeuge (A-Klasse, Sprinter, Citaro Bus) haben eine kombinierte Laufleistung von über 4,5 Millionen Kilometern –, sehen wir ein hohes technologisches und auch Marktpotenzial im Wasserstoffantrieb mit Brennstoffzelle.

Um trotz aller Vielfalt der Antriebskonzepte hinsichtlich Technologie, d. h. Batteriefahrzeug, Brennstoffzelle, Hybridfahrzeug, sowie Fahrzeugart vom Pkw über Transporter bis zu Bus und Lkw Effizienzvorteile zu erzielen, haben wir unseren „E-Drive Systembaukasten“ entwickelt, der uns den Einsatz von Gleichteilen in allen Elektrofahrzeugen ermöglicht.

Mit dem seriennahen Concept BlueZERO realisieren wir auf Basis einer Fahrzeugarchitektur drei alltagstaugliche Varianten mit unterschiedlichen Antriebskonfigurationen: einen rein batterieelektrischen Antrieb mit bis zu 200 Kilometern Reichweite, einen Brennstoffzellenantrieb mit 400 Kilometern Reichweite und eine Version mit Range Extender, die bis zu 600 Kilometer weit fährt, davon rund 100 Kilometer rein elektrisch.

Rahmen von Mobilitätskonzepten zum Einsatz. Im Dezember 2009 wurden in Berlin die ersten smart electric drive an Kunden übergeben. Von 2012 an werden die Fahrzeuge in großen Stückzahlen produziert und als Teil der smart Produktpalette über das Händlernetz vermarktet werden. Die ersten rein batterieelektrisch angetriebenen Fahrzeuge von Mercedes-Benz folgten 2010 mit der A-Klasse E-CELL. Zur Minimierung der CO<sub>2</sub>-Emissionen im Straßenverkehr wird das Elektrofahrzeug einen wichtigen Beitrag leisten können. Es bietet enorme Potenziale in Sachen Umweltfreundlichkeit, ist aber derzeit noch nicht großserienfähig. Die Großserientauglichkeit wird erst in den nächsten Jahren mit marktfähigen Produktionskapazitäten und dem Aufbau einer flächendeckenden Ladeinfrastruktur erreicht werden.

Über die technologischen Fortschritte am Antrieb hinaus engagiert sich Daimler auch bei der Erprobung von Kraftstoffen und, gemeinsam mit Partnern aus Politik und Wirtschaft, beim Aufbau einer geeigneten Infrastruktur. Die ersten Fahrzeuge des smart electric drive beispielsweise sind für das Projekt „e-mobility Berlin“ vorgesehen. Hier schafft Daimler in Zusammenarbeit mit RWE und mit Unterstützung der Bundesregierung derzeit die Voraussetzungen für ein lokal emissionsfreies Fahren mit batterieelektrischen Antrieben. Dazu zählt der Aufbau von Stromladestationen, die eine intelligente Kommunikation zwischen Elektrofahrzeug und Stromnetz automatisch ermöglichen.

Zu einer der wichtigsten Fahrzeuginnovationen zählt die speziell für den automobilen Einsatz entwickelte Lithium-Ionen-Batterie. Anderen Batterietypen hat sie einiges voraus, wie ihre sehr kompakten Abmessungen, eine deutlich höhere Leistungsfähigkeit, kürzere Ladezeiten, eine lange Lebensdauer und hohe Zuverlässigkeit. Um diese vielversprechende Technologie weiter voranzubringen, hat sich Daimler 2008 an der Li-Tec Battery GmbH, einer Tochter der Evonik Industries AG, beteiligt. Darüber hinaus wurde das gemeinsame Joint Venture „Deutsche Accumotive GmbH & Co. KG“ gegründet, das in Kamenz (Sachsen) Batteriesysteme auf Basis der Lithium-Ionen-Technologie entwickeln, produzieren und vertreiben wird. In Kürze verfügt Daimler damit über Produktionskapazitäten für modernste Lithium-Ionen-Batterien, die dann für alle automobilen Anwendungen – von Hybrid- bis zu Elektrofahrzeugen, für den Pkw- wie auch den Nutzfahrzeugsbereich – bedarfsgerecht hergestellt werden können. 

#### Well-to-Wheel-Energieeffizienz online berechnen.

Mit unserem Onlinetool OPTIRESOURCE lässt sich die Energieeffizienz unterschiedlicher Antriebstechnologien, Kraftstoffe und Energiequellen von der Energiequelle bis zum angetriebenen Rad („Well-to-Wheel“) berechnen. Das Ergebnis stellt den äquivalenten Kraftstoffverbrauch sowie die CO<sub>2</sub>-Emissionen für die

gewählte Kombination, verglichen mit einem Benzinfahrzeug der Kompaktklasse, dar. 

**2.2 Kraftstoffe der Zukunft: Neue Treibstoffe ersetzen fossilen Sprit.** Neben der technologischen Weiterentwicklung des Antriebs leisten auch weiter verbesserte fossile und hochwertige alternative Kraftstoffe einen wichtigen Beitrag für eine optimale Umweltbilanz des gesamten Antriebssystems. Unser Weg zum Kraftstoff der Zukunft führt von sauberen konventionellen Kraftstoffen über Biokraftstoffe der ersten und zweiten Generation zu regenerativ erzeugtem Wasserstoff bzw. Strom. Neben der Erprobung neuartiger Kraftstoffe in unseren Fahrzeugen engagieren wir uns gemeinsam mit Projektpartnern auch in der Entwicklung und dem Aufbau einer geeigneten Infrastruktur. 

**Bioethanol und Biodiesel** sind Biokraftstoffe der ersten Generation, die aus öl- oder zucker- und stärkehaltigen Pflanzen, vereinzelt auch aus tierischen Fetten gewonnen werden. Aufgrund der energieaufwendigen Herstellungsprozesse und des dabei vergleichsweise hohen Anteils eingesetzter fossiler Energie haben Biokraftstoffe der ersten Generation nur ein begrenztes CO<sub>2</sub>-Minderungspotenzial. Die EU hat in ihrem „Aktionsplan Biomasse“ für das Jahr 2010 einen Biokraftstoffanteil von 5,75 Prozent am Gesamtkraftstoffbedarf vorgeschrieben. Zudem hat sie 2009 in der Erneuerbare-Energien-Richtlinie einen Mindestanteil von 10 Prozent erneuerbarer Energien im Verkehrssektor bis 2020 vorgegeben.

Der Einsatz von biogenen Kraftstoffen mit einem Anteil von bis zu 10 Prozent Ethanol (E10) in Mercedes-Benz und smart Modellen mit Ottomotor ist Stand der Technik. Um auch für Dieselfahrzeuge eine stärkere CO<sub>2</sub>-Reduzierung über den Kraftstoff zu erreichen, wurde 2009 in Deutschland der Anteil von Biodiesel (Fettsäuremethylester, FAME) auf 7 Prozent (B7) erhöht. Durch einen umfangreichen Flottentest mit Neu- und Bestandsfahrzeugen der Mercedes-Benz und smart Pkw konnten wir die Eignung von B7 für unsere Modelle nachweisen.

Weiteres Potenzial zur Erhöhung des Biokraftstoffanteils bei Dieselfahrzeugen liegt im Einsatz von qualitativ hochwertigen hydrierten Pflanzenölen (Hydrotreated Vegetable Oils, HVO). Die HVO sind emissionsarm und können problemlos als Beimischung in beliebiger Höhe verwendet werden. Feldtests in Mercedes-Benz Lkw und Bussen haben gezeigt, dass der Einsatz von Dieselmotoren aus hydrierten Pflanzenölen den Ausstoß von Stickoxidemissionen um bis zu 15 Prozent senken kann. Die CO<sub>2</sub>-Emissionen des Kraftstoffs sind über die gesamte Kette, vom Anbau bis zum Einsatz im Fahrzeug, um mehr als 60 Prozent geringer als bei fossilen Kraftstoffen. Voraussetzung für den Einsatz von HVO muss jedoch ein nachhaltiger Anbau der eingesetzten Biomasse sein.



bis zu 30 %

Reduktion der Partikelemissionen durch den Einsatz von BTL

**Biomass-to-Liquid-Kraftstoffe (BTL).** Wir engagieren uns daher bereits seit Langem für die Entwicklung von Biokraftstoffen der zweiten Generation, wie beispielsweise die Biomass-to-Liquid-Kraftstoffe (BTL). Diese können aus unterschiedlichsten biogenen Ersatz- und Reststoffen gewonnen werden und stehen damit nicht im Wettbewerb zur Nahrungs- und Futtermittelproduktion. Der Einsatz von synthetischen Kraftstoffen – wie BTL – kann die Partikelemissionen um bis zu 30 Prozent, Kohlenmonoxid- und Kohlenwasserstoffemissionen um bis zu 90 Prozent reduzieren. Vom Anbau über die Herstellung bis zur Nutzung lassen sich mit BTL bis zu 90 Prozent CO<sub>2</sub> vermeiden. BTL kann ohne Anpassungen in allen Diesel-Pkw und -Nutzfahrzeugen eingesetzt werden.  D

**Wasserstoff und elektrischer Strom als Kraftstoffe der Zukunft.** Elektrofahrzeuge mit Batterie und Brennstoffzelle bieten CO<sub>2</sub>-neutrale Mobilität, sofern der benötigte Strom bzw. Wasserstoff aus erneuerbaren Energien gewonnen wird. Für eine breite Nutzung muss zudem der Aufbau einer entsprechenden Tank- bzw. Ladeinfrastruktur weiter vorankommen. Das ist nur in Zusammenarbeit von Politik, Mineralölindustrie, Energiewirtschaft und weiteren potenziellen Investoren zu leisten. Daimler engagiert sich für diese Ziele u. a. in der europäischen Kooperation „Clean Energy Partnership“ (CEP). Seit September 2009 ist das Unternehmen Partner der Initiative „H2 Mobility“, die Möglichkeiten für den Aufbau einer flächendeckenden Infrastruktur zur Versorgung mit Wasserstoff in Deutschland prüft.

**2.3 Umweltgerechte Produktentwicklung.** Über die ökologischen Lasten eines Produkts wird weitgehend in der frühen Entwicklungsphase entschieden. Je früher die umweltgerechte Produktentwicklung (Design for Environment, DfE) in den Entwicklungsprozess integriert ist, desto größer ist der Effekt hinsichtlich der Minimierung der Umweltauswirkungen. Spätere Korrekturen dagegen sind nur noch unter hohem Aufwand zu realisieren. Die kontinuierliche Verbesserung der Umweltverträglichkeit unserer Fahrzeuge schreiben wir daher bereits in den jeweiligen Lastenheften der Entwicklung fest.

Als Querschnittsteam sind DfE-Experten in alle Prozessstufen der Fahrzeugentwicklung eingebunden. Sie bewerten alle neuen Bauteil- und Fahrzeugkonzepte im Rahmen einer ganzheitlichen Bilanzierung.

**Methodik der ganzheitlichen Bilanzierung.** Entscheidend für die Verbesserung der Umweltverträglichkeit eines Fahrzeugs ist die Reduzierung der Emissionen und des Ressourcenverbrauchs über den gesamten Lebenszyklus. Umweltgerechte Produktentwicklung fängt somit bei der Auswahl geeigneter Rohstoffe und Materialien an und endet bei der recyclingfreundlichen Konstruktion und Produktion, die eine spätere Wiederverwendung oder Verwertung erlaubt. Derart durchdachte Demon-

strategische- und Recyclingkonzepte führen dazu, dass bei unseren Pkw und Nutzfahrzeugen immer weniger Altteile zur Entsorgung anfallen. Insgesamt kommen mehr als 40.000 Einzelprozesse auf den Prüfstand, deren Analyse, Berechnung und Bewertung schließlich ein umfassendes Ökoprofil ergibt.  E

**Umweltgerechte Entwicklung von Pkw.** Die Anforderungen einer umweltorientierten Produktentwicklung sind in der ISO-Norm 14062 geregelt. Die S-Klasse von Mercedes-Benz erhielt im Jahr 2005 als weltweit erstes Automobil ein TÜV-Umwelt-Zertifikat, das die Erfüllung dieser Vorgaben bescheinigt. Mittlerweile wurde auch die umweltorientierte Produktentwicklung der C-Klasse, des C-Klasse T-Modells, der modellgepflegten A- und B-Klasse, des GLK, der neuen E-Klasse und des S 400 HYBRID mit dem Umwelt-Zertifikat ausgezeichnet. Die Zertifikate dokumentieren auch die großen Fortschritte, die gegenüber den jeweiligen Vorgänger- bzw. Vergleichsmodellen erzielt wurden.  F

**2.4 Sicherheit.** Fahrzeugsicherheit gehört zu unseren Kernkompetenzen und ist ein zentraler Bestandteil unserer Produktstrategie. Unsere Entwicklungen bei der passiven und aktiven Fahrzeugsicherheit von Pkw, Lkw, Transportern und Omnibussen sind seit mehr als 60 Jahren wegweisend. Weltweit investiert kein Hersteller mehr in die Entwicklung lebensrettender Sicherheitssysteme. Den Einsatz für mehr Sicherheit im Straßenverkehr versteht Daimler als Aufgabe von gesellschaftlicher Bedeutung im Interesse aller Verkehrsteilnehmer. Deshalb verfolgen wir konsequent unsere „Vision vom unfallfreien Fahren“ und setzen sie Schritt für Schritt in die Realität um. Damit unterstützen wir auch das Ziel der EU, die Zahl der Verkehrstoten von 2001 bis 2010, trotz drastisch zunehmender Verkehrsleistung, zu halbieren.

Daimler definiert Sicherheit als ganzheitliche Aufgabe, die weit über die Einhaltung gesetzlicher Vorgaben und genormter Crashtestanforderungen hinausgeht. Unser Konzept der integralen Sicherheit umfasst vielmehr alle Aspekte rund ums Fahrzeug und orientiert sich an den folgenden 4 Phasen:

1. Sicher fahren: Gefahren vermeiden, rechtzeitig warnen und assistieren.
2. Bei Gefahr: Vorbeugend agieren mit PRE-SAFE®.
3. Beim Unfall: Bedarfsgerecht schützen.
4. Nach dem Unfall: Schlimmeres vermeiden und schnell helfen.

**Sicher fahren: Gefahren vermeiden, rechtzeitig warnen und assistieren.** Oberstes Ziel unserer Sicherheitsphilosophie ist es, Unfälle zu vermeiden. Aktive Sicherheitssysteme wie ESP® und der Bremsassistent tragen bereits seit Jahren entscheidend zu mehr Verkehrssicherheit bei. Die neue Müdigkeitsdetektion ATTENTION ASSIST beobachtet mittels Sensoren zu

 A Mehr Informationen zu elektrischen Antrieben:

[Online 306](#)

 B

Die Well-to-Wheel-Betrachtung der Energieeffizienz von Pkw-Antrieben:

[Online 307](#)

 C

Mehr zur Kraftstoff-Roadmap von Daimler:

[Online 308](#)

 D

Mehr zu Biokraftstoffen der zweiten Generation:

[Online 309](#)

 E

Informationen zum Umweltprofil der Mercedes-Benz E-Klasse:

[Online 310](#)

 F

Informationen zu Mercedes-Benz Modellen mit Umweltzertifikat:

[Online 311](#)



Für weiterführende Informationen bitte entsprechende Nummer unter <http://nachhaltigkeit.daimler.com> in die Suchmaske eingeben.

jeder Zeit das Verhalten des Fahrers, kann so typische Anzeichen von Übermüdung erkennen und den Fahrer entsprechend warnen. Der radargestützte Abstandsregeltempomat DISTRONIC PLUS unterstützt den Fahrer, die gewählte Distanz zum Vordermann zu halten. Je nach Situation kann der Tempomat das Fahrzeug bis zum Stillstand abbremsen oder auf die gewünschte Geschwindigkeit beschleunigen, wenn der Verkehr wieder rollt. Im Nutzfahrzeug warnt der Telligent®-Spurassistent (im Omnibus: Spurassistent) den Fahrer, wenn der Lkw die registrierte Fahrspur ungewollt zu verlassen droht. Zu dichtes Auffahren verhindert die Telligent®-Abstandsregelung im Lkw und der Abstandsregeltempomat im Omnibus. Die Telligent®-Stabilitätsregelung (im Omnibus ESP® und im Transporter Adaptive ESP®) kann ein Schleudern innerhalb der physikalischen Grenzen unterbinden. Und der Dauerbrems-Limiter verhindert, dass Omnibusse bergab ungewollt beschleunigen.

**Bei Gefahr: Vorbeugend agieren mit PRE-SAFE®.** Ein wichtiges Prinzip unserer Sicherheitsphilosophie ist das Zusammenwirken von aktiven und passiven Sicherheitssystemen. So erfasst die PRE-SAFE® Bremse den Abstand zu vorausfahrenden Fahrzeugen mittels Radar. Wenn sich das Fahrzeug dem Vordermann zu schnell nähert, warnt das System den Autofahrer und berechnet vorausschauend den nötigen Bremsdruck, den es beim Tritt aufs Bremspedal sofort bereitstellt. Reagiert der Fahrer jedoch trotz registrierter, akuter Unfallgefahr nicht auf Warnhinweise, kann die PRE-SAFE® Bremse eine automatische Teilbremsung einleiten. In den Fahrzeugen der neuen E- und S-Klasse geht dieses Sicherheitssystem noch einen Schritt weiter: Handelt der Fahrer auch nach der Teilbremsung nicht, so aktiviert die PRE-SAFE® Bremse vor dem unvermeidbaren Aufprall die maximale Bremsleistung und kann dadurch die Unfallschwere deutlich vermindern. Nach wie vor einzigartig innerhalb der Nutzfahrzeugbranche ist der Notbrems-Assistent Active Brake Assist, der für Mercedes-Benz Lkw und inzwischen auch für Reisebusse der Marken Mercedes-Benz und Setra angeboten wird. Der Active Brake Assist leitet bei erkannter, akuter Gefahr eines Auffahrunfalls nach gestuften Warnhinweisen eine Vollbremsung ein. Kommt das Fahrzeug mit der Notbremsung zum Stillstand, wird automatisch die Warnblinkanlage eingeschaltet. Gemeinsam mit dem Front Collision Guard (FCG), dem System zum Schutz bei einem Frontalaufprall, wird so ein bislang unerreichtes Maß an Sicherheit für Fahrer und Reisebegleiter erreicht.

**Beim Unfall: Bedarfsgerecht schützen.** Bei der Entwicklung neuer Sicherheitssysteme legt Daimler die langjährige Erfahrung und die Daten aus 40 Jahren intensiver Unfallforschung zugrunde. Dabei orientieren wir uns, nach dem Konzept der sogenannten „Real Life Safety“, an realen Gefahrensituationen im Straßenverkehr. Darüber hinaus führt Daimler eine ganze Reihe

## 14 Der Weg zum unfallfreien Fahren

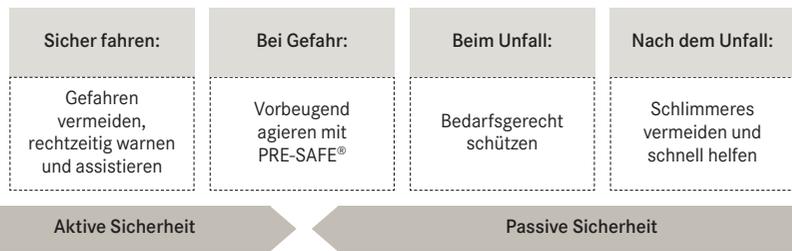
### Die Daimler-Strategie für Sicherheit

Den Fahrer permanent entlasten

Schwierige Situationen aktiv mit dem Fahrzeug meistern

Die Verkehrsteilnehmer bestmöglich schützen

## 15 Integrale Sicherheitsphilosophie



unterschiedlicher Crashtests durch, die weit über die Anforderungen gesetzlicher Vorschriften und Ratings hinausgehen. Mit den so entwickelten Innovationen wie Airbag, Automatikgurt, Gurtstraffer und Gurtkraftbegrenzer haben die Pkw-Modelle traditionell ein vorbildliches Sicherheitsniveau. Umfassende Innovationen rund um Karosseriestruktur und Fahrgastzelle mindern zudem die Schwere eines Unfalls. Durch den verstärkten Einsatz höchstfester Stahllegierungen kann die Karosserie hohen Aufprallbelastungen weitestgehend standhalten. So bestehen rund 72 Prozent aller Karosseriebleche der neuen E-Klasse aus diesen modernen Hightechstahlarten. Bei den Nutzfahrzeugen tragen dieselben Techniken wie im Pkw dazu bei, die Sicherheit der Fahrzeuginsassen zu erhöhen. Der 3-Punkt-Sicherheitsgurt (im Lkw und Omnibus integriert) und die verstellbare Kopfstütze halten den Fahrer bestmöglich in seinem Sitz. Auch die Fahrgäste im Reisebus sind mit integrierten 2-Punkt-Sicherheitsgurten und energieabsorbierenden Rückenlehnen bestmöglich gesichert.

**Nach dem Unfall: Schlimmeres vermeiden und schnell helfen.** Nach einer Kollision geht es darum, größeren Schaden zu vermeiden und Verletzte schnell zu retten. Um die Situation nach einem Crash zu entschärfen, können durch ein zentrales Steuergerät bestimmte Bereiche des Bordstromnetzes von der Batterie getrennt, der Motor abgeschaltet, das Warnblinklicht und die Notbeleuchtung aktiviert, die Türen entriegelt und die Seitenscheiben abgesenkt werden. Für alle Rettungskräfte stellt Daimler Rettungsleitfäden im Internet zur Verfügung. Viele Feuerwehren haben sich diesen Rettungsleitfäden auf einem Einsatzlaptop abgespeichert und können so die erforderlichen Informationen bereits auf dem Weg zum Unfallort abrufen.  A

Auch für Lkw, Busse und Transporter sind Rettungsleitfäden im Internet abrufbar. Sie bieten exakte Anleitungen, wie etwa verunfallte Fahrzeuge zu stabilisieren sind, wie das Fahrerhaus des Lkw abgesenkt werden kann oder wo und wie genau das Rettungsgerät angebracht werden muss, um das Fahrerhaus oder auch den Fond eines Transporters zu öffnen.  B

Wir forschen weiterhin intensiv an Verbesserungen der Sicherheit für Passagiere und Verkehr, wie das neue Mercedes-Benz Experimental-Sicherheits-Fahrzeug (ESF 2009) zeigt. Zu den Highlights der Sicherheitsinnovationen zählen unter anderem aufblasbare Metallstrukturen, die sich in Sekundenbruchteilen entfalten, die Stabilität von Strukturbauteilen erhöhen und dadurch die Crashsicherheit der Fahrzeuge weiter erhöhen. Neu ist auch der Braking Bag, der sich im Fahrzeugboden vor einer Kollision entfaltet und das Fahrzeug durch einen Reibbelag auf der Fahrbahn abstützt und zusätzlich abbremst.

Die heute in Nutzfahrzeugen – Lkw, Omnibussen und Transportern – angebotenen Sicherheits-Assistenz-Sys-

teme können den häufigsten Unfallarten – Auffahrunfällen (33 Prozent) sowie Spurführungsunfällen bzw. Abkommen von der Fahrbahn (39 Prozent) – wirksam begegnen. In den vergangenen Jahren ist die Nachfrage nach modernster Sicherheitstechnik stetig gestiegen – allein die Ausstattungsquote von Lkw mit dem System Active Brake Assist stieg seit 2008 um 32 Prozent. Bei den Reisebussen, die mit Active Brake Assist verfügbar sind, liegt die Bestellquote inzwischen sogar bei knapp 70 Prozent. Da die starke Nachfrage sich aber bisher auf Deutschland und die Schweiz konzentriert, ist eine weitere Verbreitung der Systeme unser Ziel. Gemeinsam mit der Allianz und der DEKRA hat Daimler deshalb die Initiativen „Safetyplus Truck“ und „Safetyplus Van“ ins Leben gerufen, die die Ausrüstung der Fahrzeuge mit modernsten Regel- und Fahrer-Assistenz-Systemen fördern. Versicherungen und Berufsgenossenschaften bieten inzwischen Prämiennachlässe, wenn Nutzfahrzeuge mit den entsprechenden Techniken ausgestattet sind.  C

Dem Schutz schwächerer Verkehrspartner, wie Fußgänger und Radfahrer, kommt bei der Entwicklung der Mercedes-Benz Pkw seit jeher eine große Bedeutung zu. Glatte Karosserien, energieabsorbierende Stoßfänger, bündige Türgriffe, Verbundglas-Frontscheiben, klappbare Außenspiegel sowie versenkt angeordnete Scheibenwischer sind seit vielen Jahren Merkmale der Mercedes-Benz Modelle, die dem Fußgängerschutz dienen. Bei den zusätzlichen Maßnahmen in der neuen E-Klasse steht eine neu entwickelte, aktive Motorhaube an erster Stelle. Erkennen die Aufprallsensoren einen Zusammenstoß mit einem Fußgänger, löst die Elektronik die Arretierung der Motorhaube und drückt diese im Bruchteil einer Sekunde bis zu 50 Millimeter nach oben. Diese Technik vergrößert den Deformationsraum und reduziert dadurch das Verletzungsrisiko des Fußgängers.

**Verkehrssicherheit.** Fahrzeugsicherheit zählt zu den Kernkompetenzen von Daimler. Gleichzeitig wissen wir, dass Verkehrssicherheit nicht auf technologische Lösungen an den Fahrzeugen beschränkt werden darf. Wir sind uns unserer Verantwortung für den gesamten Straßenverkehr bewusst und gehen deshalb einen Schritt weiter. So reicht unser Engagement von der Verkehrsförderung für die ganz kleinen Verkehrsteilnehmer über Informationen für Rettungskräfte bis hin zu umfassendem Partnerschutz:

- Daimler unterstützt das European Road Assessment Programme (EuroRAP) in dem Ziel, das System Straße sicherer zu machen, etwa indem Unfallschwerpunkte aufgezeigt und beseitigt werden.
- In zahlreichen wissenschaftlich fundierten Programmen und Initiativen (wie „The Global Road Safety Partnership“, „MobileKids“ und „Mothers against Drunk Driving“) schult Daimler das sicherheitsbe-



Rettungsleitfäden und -karten für Pkw im Internet:

[Online 312](#)



Informationen für Rettungs- und Abschleppdienste:

[Online 313](#)



Informationen zu unseren Sicherheitstrainings und Fahrerschulungen:

[Online 314](#)



Für weiterführende Informationen bitte entsprechende Nummer unter <http://nachhaltigkeit.daimler.com> in die Suchmaske eingeben.



rund 72 %

aller Karosseriebleche der neuen E-Klasse sind aus Hightechstahl

wusste Verhalten von Kindern im Straßenverkehr, sensibilisiert Eltern und klärt mithilfe gesellschaftlicher Kampagnen auf.

### 3.0 Zulieferer

Mehr Informationen: S. 12 f. und S. 21 f.

### 4.0 Logistik

Der Zu- und der Auslieferverkehr unserer Produktionsstätten im außereuropäischen Ausland wirken sich auf die Umwelt aus. Die schädlichen Emissionen der Transporte wollen wir durch effiziente Logistik sowie die Nutzung von Bahn- und Schiffsverbindungen minimieren. In unmittelbarer Nähe des Werks Untertürkheim am Neckar betreiben wir beispielsweise bereits seit 2004 ein Logistikzentrum, von dem aus jährlich mehr als 60.000 (2009: knapp 69.000) Tonnen an Aggregaten auf dem umweltfreundlichen Wasser- und Schienenweg transportiert werden. Dadurch konnten im Jahr 2009 in Abhängigkeit vom Gesamttransportvolumen etwa 4.000 Tonnen CO<sub>2</sub> eingespart werden. Im Jahr 2009 transportierten Lkw für die Produktion in den deutschen Pkw- und Nutzfahrzeugwerken sowie im spanischen Vitoria rund 2,8 Mio. Tonnen Güter über eine Gesamtstrecke von 113 Mio. Kilometern (ohne Frei-Haus-Lieferungen). Die damit verbundenen CO<sub>2</sub>-Emissionen beliefen sich auf rund 99.500 Tonnen (laut Handbuch für Emissionsfaktoren des Straßenverkehrs, HBEFA 2.1). Das entspricht rund 5 Prozent aller produktionsbedingten CO<sub>2</sub>-Emissionen der belieferten Werke.

Auf den Exportwegen in die USA nutzen wir inzwischen für die Pkw vorwiegend überdachte Lagerflächen in Parkhäusern und witterungsgeschützte Züge (sogenannte „Tubes“). Deshalb haben wir 2009 erstmals auf die beim Transport übliche Lackschutzfolie verzichtet und rund 40.000 Quadratmeter des Materials eingespart. Zurzeit prüfen wir, ob die Lackschutzfolie für Überseeexporte zukünftig ganz abgeschafft werden kann. Zusätzlich wurden bei der gesamten exportierten Pkw-Flotte die sogenannten Stoßfänger pads eingespart. Das sind 6 Schaumstoffstreifen pro Fahrzeug, deren Gesamtvolumen jährlich der Füllung von 10 großen Containern entspricht.

### 5.0 Produktion

**5.1 Strategie für den Umweltschutz in der Produktion.** Wir wollen in der Produktions- und Verfahrenstechnik Innovationen vorantreiben, die der Umwelt zugute-

kommen. In unserer dritten Umwelt-Leitlinie haben wir uns deswegen vorgenommen, alle Produktionsphasen möglichst umweltverträglich zu gestalten. Die wichtigsten Handlungsfelder sind der Klimaschutz, die Luftreinhaltung und die Ressourcenschonung. Konkret heißt dies:

- Reduzierung des direkten und indirekten CO<sub>2</sub>-Ausstoßes,
- Verringerung der Lösemittellemissionen,
- Erhöhung der Ressourceneffizienz und die Vermeidung von Abfall.

Dafür hat Daimler Steuerungsprozesse entwickelt, die in zertifizierten Umweltmanagementsystemen an den Standorten verankert sind. Die nach der europäischen Umweltauditverordnung EMAS bewerteten Standorte legen jährlich in geprüften Umwelterklärungen Rechenschaft über ihre Umweltpolitik, ihre Ziele und Maßnahmen sowie über ihre Umweltdaten ab.  

**5.2 Energie und Klimaschutz.** Innerhalb des produktionsbezogenen Umweltschutzes genießt der Klimaschutz oberste Priorität. Unser konzernweites Ziel ist es, die produktionsbedingten spezifischen CO<sub>2</sub>-Emissionen bis 2015 gegenüber den Werten von 2007 um 20 Prozent zu senken. Um dieses Ziel zu erreichen, werden in den Werken detaillierte Potenzialanalysen und Strategien zur CO<sub>2</sub>-Reduktion erarbeitet und in Zusammenarbeit mit den zentralen Planungsbereichen auf Geschäftsfeldebene koordiniert. Die Stellhebel für diese Optimierung liegen in einer möglichst umweltgerechten Energiebereitstellung von Strom und Wärme an den Standorten sowie in der effizienten Energienutzung.  

Die Wärmeversorgung der Werke erfolgt bereits seit Langem über den kohlenstoffarmen Energieträger Erdgas. Wo machbar, nutzen wir Fernwärme – und in einem Werk nahezu CO<sub>2</sub>-neutral Holzackschnitzel. An vielen Standorten sind hocheffiziente Kraft-Wärme-Kopplungsanlagen im Einsatz, die entweder Daimler oder ein regionaler Versorger betreibt. Koks wird ausschließlich zum Schmelzen von Gusseisen genutzt und ist dort technologisch alternativlos. Bei Neubauten, Erweiterungen oder Modernisierungen setzen wir auf innovative CO<sub>2</sub>-arme Energiekonzepte und regenerative Stromversorgung. So konnte 2009 eine neue Fotovoltaikanlage mit 500 Kilowatt Spitzenleistung auf dem Dach unseres Werks in Berlin in Betrieb genommen werden. Die Fotovoltaikfläche auf unseren Werksdächern wuchs 2009 auf insgesamt 35.000 Quadratmeter, die damit erzeugte Energiemenge stieg auf 4.180 Megawattstunden.

Im Jahr 2009 verbrauchte Daimler weltweit insgesamt 8,63 Mio. (2008: 10,42) Megawattstunden Energie, das sind 17 Prozent weniger als im Vorjahr. Da ein großer Teil des Energieverbrauchs nicht von der Produktionsmenge abhängt, hat sich infolge des starken Produktionsrück-



Mehr zu den Umweltmanagementsystemen:

[Online 315](#)



Weitere Informationen zur Datenerfassung sowie Datenübersicht:

[Online 316](#)



Für weiterführende Informationen bitte entsprechende Nummer unter <http://nachhaltigkeit.daimler.com> in die Suchmaske eingeben.



4.180 MWh

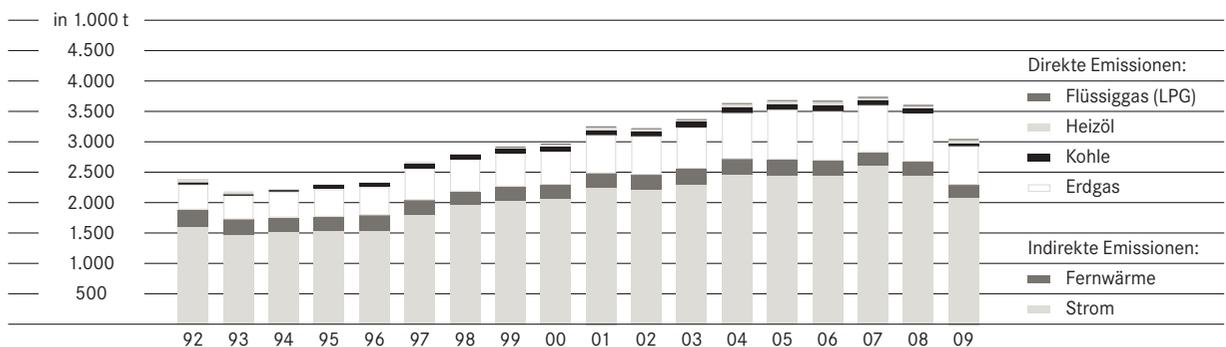
durch Fotovoltaikflächen auf Werksdächern im Jahr 2009 erzeugt

16 Konzernweite Daten zum produktionsbezogenen Umweltschutz

		Einheit	2007	2008	2009*	Veränderung 2008/2009 in Prozent
Energieverbrauch	gesamt	GWh	10.323	10.420	8.631	-17,2
	davon Strom	GWh	4.608	4.579	3.863	-15,7
	davon Erdgas	GWh	4.302	4.383	3.473	-20,7
	davon Fernwärme	GWh	976	1.025	932	-9,0
	davon Heizöl	GWh	143	135	115	-15,2
	davon Flüssiggas	GWh	114	101	121	+19,1
	davon Kohle	GWh	180	197	127	-35,4
CO <sub>2</sub> -Emissionen	gesamt	1.000 t	3.739	3.611	3.037	-15,9
	davon direkt (Scope 1)	1.000 t	909	925	743	-19,6
	davon indirekt (Scope 2)	1.000 t	2.830	2.686	2.293	-14,6
Emissionen in die Luft	Lösemittel (VOC)	t	7.381	6.356	4.275	-32,7
	Schwefeldioxid (SO <sub>2</sub> )	t	51	37	33	-10,7
	Kohlenmonoxid (CO)	t	2.167	2.657	2.148	-19,2
	Sickoxide (NO <sub>x</sub> )	t	884	938	802	-14,5
	Staub (ges.)	t	262	243	186	-23,4
Abfallmengen	Abfall zur Beseitigung	1.000 t	79	69	42	-39,1
	Abfall zur Verwertung (ohne Schrott)	1.000 t	210	231	149	-35,5
	Schrott zur Verwertung	1.000 t	801	751	527	-29,8
	gefährlicher Abfall zur Beseitigung	1.000 t	16	19	24	+30,1
	gefährlicher Abfall zur Verwertung	1.000 t	60	60	45	-25,4
Wasserverbrauch	Trinkwasser (Fremdbezug)	Mio. m <sup>3</sup>	9,87	9,24	7,11	-23,1
	Brunnenwasser (Eigenförderung)	Mio. m <sup>3</sup>	5,48	5,31	4,24	-20,2
	Oberflächenwasser (u. a.)	Mio. m <sup>3</sup>	0,82	0,84	0,61	-28,1
Umweltschutz- bezogene Kosten	Investitionen	Mio. €	86	74	44	-40,1
	laufende Aufwendungen	Mio. €	435	483	373	-22,8
	FuE-Aufwendungen	Mio. €	1.418	1.799	1.721	-4,3

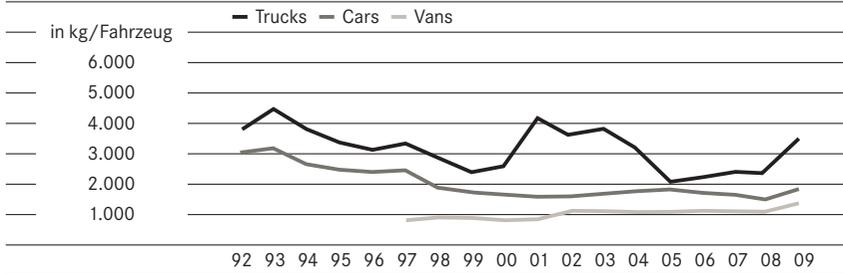
Der starke Rückgang der Abfallmengen ist weitgehend durch den Produktionsrückgang bedingt. Die Entsorgung von Spülflüssigkeiten im Zuge von Lackierprozessumstellungen verursachte jedoch einen weiteren Anstieg der gefährlichen Abfälle zur Beseitigung. Die Verwertungsquote bei den nicht gefährlichen Abfällen (ohne Schrott) liegt bei leicht verbesserten 78 Prozent. Entsprechend dem Geschäftsverlauf gingen die umweltschutzbezogenen Aufwendungen zurück. Der Anstieg des Anteils der umweltbezogenen FuE-Aufwendungen an den gesamten FuE-Aufwendungen (von 39 auf 43 Prozent) unterstreicht aber deren steigenden Stellenwert. (\* Zahlen für 2009 vorläufig)

17 Direkte und indirekte CO<sub>2</sub>-Emissionen aus der Produktion



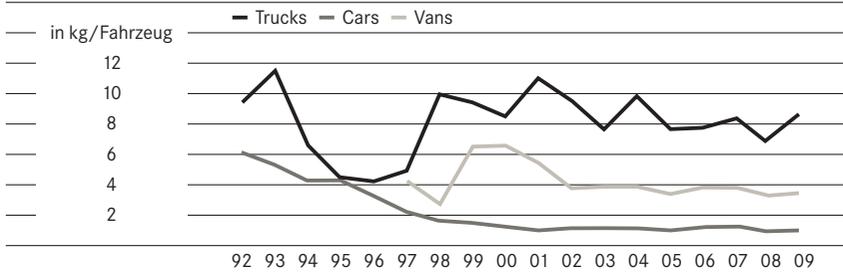
Der Rückgang der gesamten CO<sub>2</sub>-Emissionen beträgt im Vergleich zum Vorjahr -15,9 Prozent. Die direkten Emissionen aus der Verbrennung fossiler Energieträger (Scope 1) gingen 2009 stärker zurück als die indirekten Emissionen aus der Erzeugung von Strom und Fernwärme (Scope 2). Geringfügige Abweichungen von früheren Berechnungen resultieren aus den aktualisierten Umrechnungsfaktoren.

### 18 Spezifische CO<sub>2</sub>-Emissionen aus der Produktion



Die Erhöhung der spezifischen CO<sub>2</sub>-Emissionen ergibt sich aus dem produktionsunabhängigen Teil des Energieverbrauchs (Infrastruktur, Verwaltung und Entwicklung), der nicht im gleichen Maß durch Energieeinsparmaßnahmen reduziert werden konnte. Die Halbierung der Produktion bei Vans und Trucks lässt diesen Effekt besonders ausgeprägt erscheinen.

### 19 Spezifische Lösemittlemissionen



Die niedrigen spezifischen Lösemittlemissionen konnten bei Cars (1,1 kg/Fahrzeug, - 2 Prozent) und Vans (3,5 kg/Fahrzeug, +5 Prozent) annähernd gehalten bzw. leicht verbessert werden. Bei Trucks führte die geringe Produktion zu einem Anstieg des spezifischen Wertes auf 8,6 kg/Fahrzeug.

gangs jedoch der spezifische Energieverbrauch und damit auch die CO<sub>2</sub>-Emission pro Fahrzeug in allen Geschäftsfeldern erhöht.

Die Auswertung verschiedener Energieoptimierungsprojekte hat uns gezeigt, dass die Energiekosten der technischen Infrastruktur einen überproportional hohen Anteil an den Gesamtenergiekosten der Produktion haben. So wurden im Geschäftsfeld Mercedes-Benz Cars 2009 im derzeit größten, zentral gesteuerten Energieeinsparprojekt durch verbesserte Abwärmenutzung, Optimierungen bei Druckluftherzeugung und Lüftungstechnik, bedarfsgesteuertem Heiz-, Beleuchtungs- und Anlagenbetrieb etc. deutliche Energieeinsparungen erzielt. Im Transporterwerk Ludwigsfelde wurde die Lüftung während Produktionspausen optimiert, dadurch ergaben sich Einsparungen von 455 Megawattstunden Strom und 2.000 Megawattstunden Fernwärme. Auch bei der smart Produktion im französischen Hambach haben wir durch eine verbesserte Steuerung von Heizung und Lüftung der Werkshallen sowie der Zu- und Abluftvolumen in der Lackierung insgesamt 6.000 Megawattstunden Wärmeenergie eingespart. Im Motorenwerk der Detroit Diesel Corporation in Redford (USA) führte ein groß angelegtes Mitarbeiterprogramm mit internen „Energiebotschaftern“ zu einer Einsparung von 15 Prozent bei Heizung, Lüftung und Klimatisierung. In den Werken Mount Holly und Cleveland der Daimler Trucks North America trugen eine Sensibilisierung der Mitarbeiter, neue Abschaltprogramme sowie eine optimierte Klimatisierung dazu bei, den Energieverbrauch in Stillstandszeiten um bis zu 70 Prozent und während der Produktion um 30 Prozent zu senken. Unter anderem konnte durch große Ventilatoren die Luftumwälzung so verbessert werden, dass die Kühlung im Sommer wie die Heizung im Winter weniger Energie erfordert.

**CO<sub>2</sub>-Emissionen.** Aufgrund von Einsparungen und der geringeren Produktion sanken die energiebedingten CO<sub>2</sub>-Emissionen aller Werke 2009 um 15,8 Prozent auf 3,04 Mio. Tonnen. Die Emissionen weiterer Treibhausgase, wie zum Beispiel Kältemittel, sind zu vernachlässigen: Umgerechnet auf ihre Klimarelevanz machen sie weniger als 1 Promille der gesamten Treibhausgasemissionen von Daimler aus.  A

**5.3 Luftreinhaltung.** Bei der Produktion von Fahrzeugen entstehen in unseren Werken Luftschadstoffe, insbesondere die bei der Lackierung frei werdenden Lösemittel (leichtflüchtige organische Kohlenstoffverbindungen VOC).  19

Schwefeldioxid (SO<sub>2</sub>), Kohlenmonoxid (CO), Stickoxide (NO<sub>x</sub>) und Staub gelangen vornehmlich bei Verbrennungsprozessen in Feuerungsanlagen und auf Motorprüfständen in die Atmosphäre. Das Unternehmen hält an dem Ziel fest, das in den vergangenen Jahren erreichte niedrige Emissionsniveau zu halten und, wo immer

technisch und wirtschaftlich möglich, weiter zu senken. In der Pkw-Lackiertechnik ist bereits ein sehr hoher Standard erreicht, der nur noch geringe weitere Absenkungen der Emissionen ermöglicht. Durch die Einführung von Wasserbasislacken in den 1990er-Jahren wurden die Lösemittellemissionen in den Pkw-Werken um rund 70 Prozent gesenkt. Bei der Lackierung von Nutzfahrzeugen und Aggregaten sind jedoch mit innovativen Lösungen noch deutliche Reduktionen möglich. So hat das EvoBus-Werk in Neu-Ulm in Zusammenarbeit mit dem Anlagenhersteller die weltweit erste vollautomatische Lackieranlage mit Robotern und elektrostatischer Applikationstechnik für die Buslackierung entwickelt, die 2008 in Betrieb genommen wurde. Gegenüber der früheren manuellen Lackierung reduzierten sich dadurch der Lackverbrauch, die zu entsorgende Lackschlammmenge und die Lösemittellemissionen um 44 Prozent sowie der Energieverbrauch um 50 Prozent. Eine weitere zukunftsweisende Innovation in der Oberflächentechnik gelang bei der Lackierung von Achsen im Werk Gaggenau. Für diesen Prozess wurde eine völlig neuartige Beschichtungstechnik mit einem Lackmaterial entwickelt, das Grundierung und Deckschicht vereint und bei Bestrahlung mit ultraviolettem Licht in nur 90 Sekunden aushärtet. Die Erfolgsbilanz der neuen Technik: keine Lösemittellemissionen, kein zu entsorgender Lackschlamm, 30 Prozent weniger Energiebedarf.  B

**5.4 Abfallvermeidung und Recycling.** Unser Leitsatz in der Abfallwirtschaft lautet: Vermeiden und verwerten ist besser als entsorgen. Das Wiederaufbereiten und Wiederverwenden von Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffen ist deshalb in unseren Werken seit Jahren selbstverständlich. Damit Abfälle möglichst gar nicht erst entstehen, setzt das Unternehmen auf innovative technische Verfahren und eine umweltgerechte Produktionsplanung.  C

So wurde beispielsweise am Standort Untertürkheim ein Verfahren entwickelt, das aus dem Abwasser der Teilereinigung das Bearbeitungsöl wieder herauslöst und dieses so aufbereitet, dass es direkt wiederverwendet werden kann. Das gewonnene Recyclingmaterial schont die Umwelt und ist gegenüber dem Frischprodukt etwa 45 Prozent preisgünstiger. Große Erfolge in der Abfallvermeidung und -verwertung vermeldet die Detroit Diesel Corporation in Redford (USA). Das Werk erreichte durch gezielte Abfalltrennung sowie Vermeidung gefährlicher Abfälle bei der amerikanischen Umweltbehörde den Status eines „kleinen Abfallerzeugers“ mit weniger als einer Tonne gefährlichen Abfalls pro Monat. Bei der Freightliner Chassisfertigung in Gaffney (South Carolina, USA) feierte man im Oktober 2009 den letzten Abfalltransport zu einer Deponie. Ein hochmotiviertes „Green Team“ hat dort ein Abfalltrennsystem entwickelt, neue Verwertungswege etabliert, Mehrwegverpackungen eingeführt und bei der Belegschaft den notwendigen Bewusstseinswandel initiiert. So erreichte der Standort



Details zur Berechnung der CO<sub>2</sub>-Emissionen:

[Online 317](#)



Informationen zur UV-Lackierung:

[Online 318](#)



Mehr zum Online-Abfallnachweis:

[Online 319](#)



Für weiterführende Informationen bitte entsprechende Nummer unter <http://nachhaltigkeit.daimler.com> in die Suchmaske eingeben.

mit vormals mehr als 100 Tonnen Deponieabfall monatlich binnen zwei Jahren das Ziel einer Produktion ohne Deponieabfall.  **A**

**5.5 Gewässerschutz.** Das Ziel von Daimler ist es, die Verunreinigungen von Gewässern zu vermeiden und den Verbrauch der natürlichen Ressource Wasser so gering wie möglich zu halten. Dies gilt insbesondere in Ländern mit trockenem Klima. In unserem Lastwagenwerk im mexikanischen Santiago Tianguistenco wurde beispielsweise eine neue Abwasserbehandlungsanlage mit biologischer Reinigungsstufe gebaut, die durch Kreislauf-führung 27 Prozent des Frischwasserbedarfs einspart. Zudem wird mehr als die Hälfte der Reinigungskapazität für die kommunalen Abwässer genutzt. Dadurch hat sich auch die Wasserqualität der umgebenden Gewässer deutlich verbessert. Generell leitet die Mehrzahl der Werke ihre Abwässer nicht direkt in Gewässer ein, sondern nach entsprechender Vorbehandlung über die öffentliche Kanalisation in kommunale Kläranlagen. Detaillierte Angaben zu den verschiedenen Abwasserparametern finden sich in den Umwelterklärungen der Werke.  **B**  **C**

**5.6 Bodenschutz, Altlastensanierung und Naturschutz.** Wir sehen den Schutz von Boden und Grundwasser als eine unserer verantwortungsvollsten Aufgaben im Umweltschutz an. Oberstes Ziel ist es, Verunreinigungen von vornherein zu vermeiden. In älteren Industriekomplexen, wie z. B. dem 70 Jahre alten Werk der Detroit Diesel Corporation in Redford (USA), sind jedoch auch Altlasten vorhanden. Durch größere Produktionsstilllegungen im Jahr 2004 drohten große Teile dieses Werks zur ungenutzten Industriebrache zu verkommen. In einem mehrjährigen Altlastensanierungsprojekt und in Zusammenarbeit mit dem Bundesstaat Michigan und der Gemeinde Redford wurde die gesamte Fläche in einen modernen Industriepark verwandelt, der mittlerweile sechs Unternehmen als neue Mieter beherbergt. Die amerikanische Umweltbehörde EPA zeichnete dieses Projekt mit dem „Phoenix Award 2008“ für vorbildliches Flächenrecycling aus.

**Naturschutz-Ausgleichsmaßnahmen.** Auch das ehemalige Hochmoorgebiet bei Papenburg (Emsland) war durch die vorherige Nutzung als Torfabbaugelände bereits nicht mehr intakt, als Daimler dort 1995 mit dem Bau einer Prüfanlage begann. Im Rahmen der naturschutzrechtlichen Ausgleichsmaßnahmen haben wir dort umfangreiche Wiedervernässungen auf ehemaligen Hochmoorstandorten durchgeführt und dadurch erreicht, dass die typische Vegetation des Hochmoors heute wieder auf dem Vormarsch ist und zahlreiche bedrohte Tierarten geeignete Lebensräume finden.  **D**

**5.7 Lärmschutz.** Wir haben uns zum Ziel gesetzt, die Lärmbelastung unserer Mitarbeiter und der Anwohner unserer Standorte so gering wie möglich zu halten. Auch

hierbei setzen wir auf innovative Lösungen, wie beispielsweise in der Lackiererei des Transporterwerks Düsseldorf: Hier konnten die bisherigen Kulissenschalldämpfer in den Abluftkaminen wegen gestiegener Abluftmengen und zunehmender Verschmutzung durch Lackpartikel nicht mehr für die erforderliche Schalldämmung zum Schutz der Nachbarschaft sorgen. Zusammen mit dem Fraunhofer Institut für Bauphysik und einer spezialisierten Herstellerfirma wurden schallabsorbierende Bauteile, sogenannte „Plattenschwinger“, so weiterentwickelt, dass sie höhere Schallfrequenzen als bisher dämpfen können und sich relativ unempfindlich gegen Verschmutzung zeigen. Neben der deutlichen Minderung der Lärmemissionen bewirkte der Umbau einen vergrößerten Strömungsquerschnitt und damit einen verringerten Leistungsbedarf der Ventilatoren. Dadurch lassen sich zusätzlich rund 7.600 Megawattstunden elektrische Energie im Jahr einsparen.

## 6.0 Vertrieb

Die Umwelt-Leitlinien des Konzerns gelten auch im weltweiten Vertrieb unserer Produkte als strategischer Rahmen für den Umweltschutz. In Deutschland betreibt die Mercedes-Benz Vertriebsorganisation Deutschland (MBVD) auf dieser Basis ein aktives Umweltmanagement, das Händler und konzerneigene Niederlassungen einschließt. Die Matrixzertifizierung des Umweltmanagements nach der europäischen Umweltauditverordnung EMAS bezieht sich auf 45 Niederlassungsbetriebe und ist so die umfangreichste im deutschen Automobilvertrieb.

Das Recycling nach dem Werkstattentsorgungssystem MeRSy ist seit nahezu 15 Jahren in den Betrieben etabliert. Es sorgt für die geordnete Sammlung des Materials, dessen Abholung sowie die fachgerechte Verwertung und Aufbereitung. Jedes Jahr sammelt und verwertet die MBVD weit mehr als 30.000 Tonnen Abfall, fein säuberlich getrennt nach 35 Sorten – von A wie Altreifen bis Z wie Zierblenden. Und die Umweltprogramme zur Ressourcenschonung zeigen Wirkung: So hat sich zum Beispiel der Wasserverbrauch seit 2003 durch die stärkere Nutzung von Fahrzeugwaschanlagen mit Wasserkreislaufführung um etwa 12.000 Kubikmeter (-9,4 Prozent) reduziert. Auch im Energiebereich werden seit Jahren Einsparungen erzielt, zur flächendeckenden Umsetzung wird derzeit ein Konzept für das „energiesparende Autohaus“ entwickelt.  **E**

## 7.0 Nutzung

**7.1 Kraftstoffverbrauch und CO<sub>2</sub>-Emissionen.** Über den gesamten Lebenszyklus eines Pkw betrachtet ent-



Mehr zum Projekt „Zero Waste to Landfill“ in Detroit:

[Online 320](#)



Informationen zu den Umwelterklärungen der Werke:

[Online 321](#)



Mehr Informationen zu den Schadstofffrachten der Direkteinleiter:

[Online 322](#)



Details zu den Ausgleichsmaßnahmen bei der Prüfanlage Papenburg:

[Online 323](#)



Mehr zu MeRSy:

[Seite 44](#)



Die EU-Gesetzgebung zur Reduktion der CO<sub>2</sub>-Emissionen in Europa:

[Online 324](#)



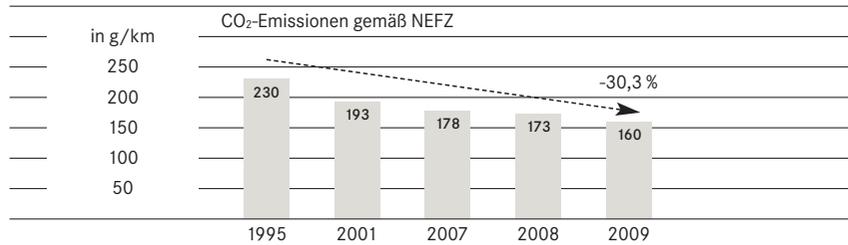
Daten der Pkw-Modelle des Konzerns:

[Online 325](#)



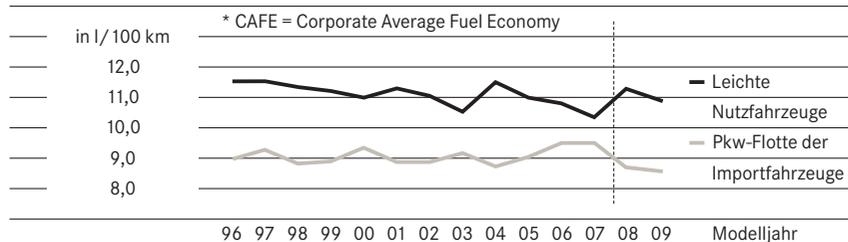
Für weiterführende Informationen bitte entsprechende Nummer unter <http://nachhaltigkeit.daimler.com> in die Suchmaske eingeben.

20 **Entwicklung der CO<sub>2</sub>-Emissionen im Durchschnitt der europäischen Mercedes-Benz Cars Pkw-Flotte 1995-2009**



Von 2008 auf 2009 konnten wir die CO<sub>2</sub>-Emissionen der europäischen Mercedes-Benz Cars Pkw-Flotte um 7,5 Prozent reduzieren.

21 **Daimler-CAFE\*-Werte Pkw und leichte Nutzfahrzeuge 1996-2009 in den USA**



Die Angaben für die Modelljahre 2008 und 2009 beinhalten ausschließlich die in den USA abgesetzten Mercedes-Benz und smart Fahrzeuge. Bis zum Modelljahr 2007 waren in der Flotte der leichten Nutzfahrzeuge auch nicht zum SUV-Segment gehörende Fahrzeuge der Chrysler LLC beinhaltet.

fallen etwa 80 Prozent des Primärenergieverbrauchs wie auch der CO<sub>2</sub>-Emissionen auf die Nutzungsphase. Hier konnte Daimler mit Optimierungen am Verbrennungsmotor, durch Downsizing-Konzepte mit Aufladung oder die Einführung neuer Getriebe den Kraftstoffverbrauch und die CO<sub>2</sub>-Emissionen sowohl bei den Pkw als auch bei Nutzfahrzeugen in den zurückliegenden Jahren bereits deutlich senken. Mit dem konsequenten Rollout unserer BlueEFFICIENCY Modelle über alle Baureihen hinweg und der Einführung der neuen Vierzylinder-Diesel- und -Benzinmotorengeneration haben wir im Berichtsjahr weitere deutliche Reduktionen der CO<sub>2</sub>-Emissionen unserer Neuwagenflotte erzielt.

In Europa konnte Mercedes-Benz Cars die CO<sub>2</sub>-Emissionen der Flotte seit 1995 um rund 30 Prozent senken. Der Gesamtflottendurchschnitt in Europa lag 2009 bei 160 Gramm CO<sub>2</sub> pro Kilometer (Mercedes-Benz Cars inklusive Transporter).    20

Mit der Umsetzung unserer Maßnahmen und Technologien zur emissionsfreien Mobilität (vgl. Kap. 2.1) werden wir die Verbrauchs- und CO<sub>2</sub>-Werte innerhalb unserer Flotte zukünftig weiter reduzieren. Unser Ziel ist es, die CO<sub>2</sub>-Emissionen unserer Neuwagenflotte in Europa bis zum Jahr 2012 auf unter 140 Gramm pro Kilometer zu senken – dies entspricht einer Reduktion von fast 40 Prozent seit 1995. Unsere Produktplanungen sind darauf ausgerichtet, keine Strafzahlungen zu leisten und die entsprechenden EU-Ziele bis 2015 zu erreichen.  

In den USA gelten die „Corporate Average Fuel Economy“-Standards (CAFE) als rechtlicher Rahmen für die Verbesserung der Energieeffizienz. Für das Modelljahr 2009 mussten demnach die nach Absatz gewichteten Pkw-Flotten der Hersteller den Durchschnittswert von 8,6 Liter pro 100 Kilometer (27,5 miles per gallon) bei Pkw und 10,2 Liter pro 100 Kilometer (23,1 miles per gallon) bei leichten Nutzfahrzeugen (Light Trucks) unterschreiten.  21

Anhand der verkauften Fahrzeuge und der jeweiligen Fuel-Economy-Werte wird ein Flottenwert pro Modelljahr berechnet. Für jede 0,1 mile per gallon, um die der Grenzwert unterschritten wird, muss der Hersteller 5,50 US-Dollar pro Fahrzeug an den Staat abführen – eine Erhöhung der Strafsätze steht derzeit zur Diskussion. Durch die Maßnahmen zur Verbrauchsverbesserung konnte das Bußgeld für das Modelljahr 2008 um über 75 Prozent auf 6,9 Millionen US-Dollar reduziert werden. Kurzfristig werden wir keine Strafen mehr bezahlen. Im Jahr 2009 wurden Verschärfungen der Standards sowohl für Pkw wie für Light Trucks beschlossen. Inzwischen sind neue Vorschriften zum Kraftstoffverbrauch (CAFE-Standards) und zur Reduktion der CO<sub>2</sub>-Emissionen (Greenhouse-Gas-Standards) ausgearbeitet und verabschiedet worden, die parallel existieren, jedoch

## 22 Anteil der 2009 in Europa verkauften Mercedes-Benz und smart Pkw, die geltende und zukünftige Emissionsstandards erfüllen

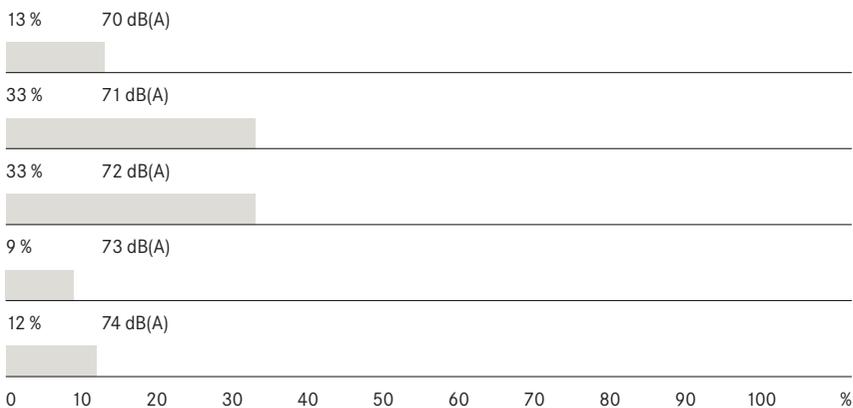
	HC + NO <sub>x</sub> in g/km		NO <sub>x</sub> in g/km		Partikel in g/km		Anteil der Mercedes-Benz und smart Pkw, die die entsprechenden Grenzwerte erfüllen
	Diesel	Otto	Diesel	Otto	Diesel	Otto	
Euro 4	0,30	0,08	0,25	-	0,025		66,2 Prozent
Euro 5 <sup>1</sup>	0,23	0,06	0,18	0,005	0,005		33,7 Prozent
Euro 6 <sup>2</sup>	0,17	0,06	0,08	0,005	0,005		0,1 Prozent <sup>3</sup>

<sup>1</sup> Grenzwerte für Euro 5 sind für alle Neufahrzeuge ab dem 01.01.2011 verpflichtend.

<sup>2</sup> Grenzwerte für Euro 6 sind für alle Neufahrzeuge ab dem 01.01.2015 verpflichtend.

<sup>3</sup> Der Anteil der angebotenen Euro-6-Typen (3 Prozent) ist deutlich höher als der Marktanteil.

## 23 Fahrgeräusche Pkw – Verteilung über die Anzahl der verkauften Mercedes-Benz und smart Pkw in Europa 2009



Der gesetzliche Grenzwert, der für die beschleunigte Vorbeifahrt verbindlich ist, liegt bei 74 dB(A). Eine Reduktion um 3 dB(A) entspricht einer Halbierung der Schallleistung.

eng aufeinander abgestimmt sind. Die Vorschriften gelten bundesweit, die CAFE-Standards für Fahrzeuge ab dem Modelljahr 2011, die Greenhouse Gas-Standards ab dem Modelljahr 2012. Um diese Vorgaben zu erreichen, sind fortschrittlichste Antriebs- und Fahrzeugtechnologien sowie weitere CO<sub>2</sub>-senkende Maßnahmen erforderlich.  A

In Japan legt das „Top Runner“-Konzept vom Jahr 2010 verbindliche Verbrauchsobergrenzen für Pkw fest. Das Programm wurde in den Jahren 1998 und 1999 mit dem Ziel aufgelegt, den japanischen Primärenergieverbrauch bis 2010 auf das Niveau von 1996 zu reduzieren. Für verschiedene Produktgruppen, so unter anderem für Fahrzeuge, wurden innerhalb festgelegter Klassen die jeweils effizientesten Modelle ermittelt und deren Verbrauchswerte als Zielvorgaben festgelegt. Die Zielwerte für 2010 haben wir bislang in einer Klasse erreicht. Die Verbrauchsziele für das Jahr 2015 sind im Vergleich zu den Zielen für 2010 um 30 Prozent strenger gefasst, weiterführende Ziele für das Jahr 2020 werden aktuell diskutiert. Unsere Produktplanungen sind darauf ausgerichtet, die entsprechenden Zielwerte zu erreichen.

Bei unseren Nutzfahrzeugen konnten wir den Kraftstoffverbrauch in den letzten Jahren durch weiterentwickelte, noch effizientere Motoren, durch Verbesserungen bei Reifen und Aerodynamik, eine bedarfsgerechte Achsübersetzung sowie die Einführung der BLUETEC-Technologie kontinuierlich reduzieren. Mit Fernverkehrs-Lkw, wie dem Mercedes-Benz Actros, sind wir seit Jahren führend in puncto Sparsamkeit.

BLUETEC-Fahrzeuge verbrauchen zwischen 2 und 5 Prozent weniger Kraftstoff als Euro-III-Fahrzeuge, das bedeutet bei einem Fernverkehrs-Lkw Einsparungen von rund 2.000 Liter Diesel, umgerechnet rund 5 Tonnen CO<sub>2</sub> pro Jahr. Auch bei den Transportern machen sich neue Technologien, wie die ECO Start-Stopp-Funktion, beim Kraftstoffverbrauch bemerkbar. Der Sprinter spart damit im Stadtverkehr zwischen 5 und 8 Prozent Kraftstoff. Mit Hochdruck arbeiten wir weiterhin an der Reduzierung des Kraftstoffverbrauchs und des CO<sub>2</sub>-Ausstoßes.  B

**Sparpotenzial Fahrweise.** Unabhängig von den fahrzeugseitigen Verbesserungen hat der Fahrer selbst einen entscheidenden Einfluss auf den Kraftstoffverbrauch. Untersuchungen zufolge kann ein Fahrer langfristig bis zu 10 Prozent Kraftstoff einsparen, wenn er die Regeln einer wirtschaftlichen und vorausschauenden Fahrweise befolgt. Dieses Sparpotenzial aufzuzeigen ist das Ziel der Mercedes-Benz Eco-Trainings, die wir für die Fahrer von Pkw wie von Nutzfahrzeugen anbieten. Schaltempfehlung und Momentanverbrauchsanzeige im Kombiinstrument unterstützen den Fahrer zusätzlich.  C  D

**7.2 Luftschadstoffemissionen.** Kraftfahrzeuge emittieren neben Kohlendioxid und Wasserdampf auch Kohlenmonoxid (CO), Stickoxide (NO<sub>x</sub>) und Kohlenwasserstoffe (HC). Bei Dieselfahrzeugen sind darüber hinaus auch die Rußpartikelemissionen relevant. Die verschiedenen Abgaskomponenten hat Daimler in den vergangenen Jahren mithilfe verbesserter Motoren und hochwirksamer Abgasreinigungssysteme über die gesamte Pkw-Fahrzeugalette hinweg deutlich reduziert. So haben wir die NO<sub>x</sub>-Emissionen unserer Dieselfahrzeuge seit 1995 um rund 70 Prozent gesenkt (mit BLUETEC sogar um über 95 Prozent) und den Rußpartikelaußstoß um mehr als 95 Prozent. Auch bei den Nutzfahrzeugen hat das Unternehmen in den vergangenen 10 Jahren den Ausstoß an Stickoxiden, Kohlenwasserstoffen und Partikeln durch verbesserte Steuerung der Verbrennungsvorgänge im Motor und eine optimierte Gemischaufbereitung drastisch verringert. Unser Ziel bleibt es, die Luftschadstoffemissionen mithilfe modernster Technologien weiter zu reduzieren und so auch zukünftige Emissionsanforderungen in Europa, Asien und den USA möglichst schon im Voraus zu erfüllen.  E

**Schadstoffarme Pkw.** Seit dem 1. September 2009 gilt die Abgasnorm Euro 5 für neue Typen, vom 1. Januar 2011 an wird sie auf alle Neufahrzeuge angewandt. Für neue Pkw und Transporter schreibt sie strengere Grenzwerte für Partikel und Stickoxide vor. Zudem hat die EU mit Euro 5 erstmals auch für Benziner (Direkteinspritzer) einen Partikelgrenzwert eingeführt. Die Euro-6-Grenzwerte werden ab dem 1. September 2014 für neue Typen und ab September 2015 für alle Neufahrzeuge gelten. Zur weiteren Reduktion der Abgasemissionen unserer Fahrzeuge haben wir einen Stufenplan erstellt, der alle technischen Lösungen zur Abgasminderung zu einem sinnvollen Paket kombiniert. Bei Dieselfahrzeugen beinhaltet der Stufenplan Folgendes:

- Optimierte Motoren und Verbrennungsvorgänge reduzieren die Rohemissionen so weit wie möglich. Das geschieht unter anderem mithilfe elektronischer Motorsteuerung, Vierventiltechnik, Common-Rail-Technik der vierten Generation mit Piezoinjektoren, Turbolader mit variabler Geometrie sowie Abgasrückführung.
- Oxidationskatalysatoren minimieren die Emissionen von Kohlenmonoxid (CO) und unverbrannten Kohlenwasserstoffen (HC).
- Der Dieselpartikelfilter reduziert die Partikelemissionen um bis zu 98 Prozent.

BLUETEC ist eine von Mercedes-Benz entwickelte Technologie zur wirkungsvollen Senkung insbesondere der Stickoxidemissionen. Dafür wird AdBlue<sup>®</sup>, eine wässrige Harnstofflösung, in den Abgasstrom eingespritzt. Eine chemische Reaktion setzt dort Ammoniak frei, das im nachgeschalteten SCR-Katalysator bis zu 80 Prozent der Stickoxide zu unschädlichem Stickstoff und Wasser

reduziert. Die BLUETEC-Modelle der R-, ML- und GL-Klasse konnten als erste Diesel-SUV die strikten Abgasnormen aller 50 US-Staaten einhalten. Sie erfüllen zudem, ebenso wie der E 350 BlueTEC, bereits heute die Grenzwerte der Euro-6-Norm. Durch neue Motor- und Abgastechnologien erfüllten Ende 2009 bereits 3 Prozent unserer angebotenen Pkw-Modelle die Euro-6-Abgasnorm.  F  22

**Schadstoffarme Nutzfahrzeuge.** Im Oktober 2009 hat die Abgasnorm Euro V die Euro-IV-Norm abgelöst. Dank der BLUETEC-Technologie konnten wir Euro V bereits frühzeitig und wirtschaftlich sinnvoll erfüllen. Auf der Basis von BLUETEC können wir mit weiteren Anpassungen an Motor und Abgasanlage (zum Beispiel geschlossener Partikelfilter) auch die strengen Abgasvorschriften EPA 10 der NAFTA-Staaten und JP 09 in Japan erfüllen.  F Im Jahr 2000 wurde außerdem der Abgasstandard EEV (Enhanced Environmentally Friendly Vehicle) eingeführt, dessen Grenzwerte noch strenger sind als die der Euro-V-Norm. Unser Angebot an EEV-Fahrzeugen umfasst Citaro Stadtbusse, den Econic NGT, den Sprinter NGT, den Fuso Canter sowie Fahrzeuge der Lkw-Baureihen Mercedes-Benz Actros und Axor.

**7.3 Geräuschemissionen.** Viele Teile eines Fahrzeugs haben Einfluss auf die Geräuschemissionen, so zum Beispiel Motor und Antriebsstrang. Dank der produktiven Zusammenarbeit von Aeroakustikern, Karosserie- und Motorenentwicklern konnten wir in der Vergangenheit bereit große Fortschritte bei der Reduktion der Geräusche im Innen- und Außenbereich unserer Modelle erzielen. Seit Anfang der 1970er Jahre sind Omnibusse um mehr als 10 Dezibel leiser geworden. Erreicht wurden diese Ergebnisse in erster Linie durch fahrzeugtechnische Maßnahmen, wie Senkung der Motorendrehzahl, Optimierung der Einspritz- und Verbrennungsverfahren sowie Kapselung von Motor und Getriebe. Neue Aggregate, wie der Vierzylinder-Dieselmotor bei Pkw, können die Verbrennungsgeräusche hörbar minimieren. Bereits im Leerlauf liegt der Geräuschpegel der Vierzylinder-CDI-Motoren deutlich unter dem Mercedes-Benz Zielwert von 62 Dezibel.  23

Das Problem des Verkehrslärms ist allerdings nicht allein durch Maßnahmen am Fahrzeug zu lösen. Zunehmende Verkehrsdichte und Bebauung in straßennahen Bereichen, Fahrverhalten, Straßenoberfläche und -zustand sowie Reifeneigenschaften haben ebenfalls einen Einfluss auf die Lärmbelastung. Bei den Nutzfahrzeugen verursachen die Reifen sowie Aufbau und Beladung in der Regel den stärksten Lärm. Wichtige Parameter, die Daimler direkt beeinflussen kann, sind eine vibrationsarme Konstruktion, optimale Motordämmung und Fahrerhäuser, die dem Fahrtwind möglichst wenig Angriffsfläche bieten. Darüber hinaus arbeiten wir auch eng mit den Aufbauherstellern zusammen, um die Geräuschemissionen auf ein Minimum zu reduzieren.

 A Corporate Average Fuel Economy-Standards (CAFE) in den USA:

[Online 326](#)

 B Mehr zu den Sparpotenzialen bei Nutzfahrzeugen:

[Online 327](#)

 C Unsere Spritspartipps:

[Online 328](#)

 D Mehr zu den Eco-Fahrtrainings:

[Online 329](#)

 E Mehr zur Entwicklung der europäischen Emissionsgrenzwerte:

[Online 330](#)

 F Weitere Informationen zu unserer BLUETEC-Technologie:

[Online 331](#)

 Für weiterführende Informationen bitte entsprechende Nummer unter <http://nachhaltigkeit.daimler.com> in die Suchmaske eingeben.



3 %

unserer Pkw  
erfüllen bereits  
die Euro-6-  
Abgasnorm

## 8.0 End of Life

**Recyclinggerechte Konstruktion.** Bereits bei der Entwicklung unserer Fahrzeuge hat eine umwelt- und recyclinggerechte Konstruktion einen hohen Stellenwert. Beispiel dafür ist der Einsatz von sortenreinen Materialien bei Stoßfängern und Unterbodenverkleidungen. Diese erlauben eine einfache Demontage und ein hochwertiges, stoffliches Recycling.

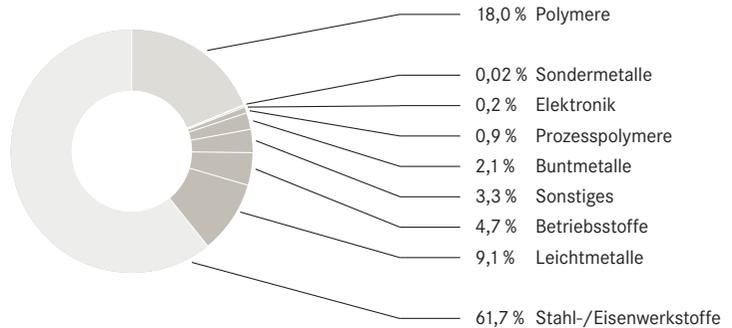
Unsere Rahmenbedingungen zur Verwertung von Altfahrzeugen orientieren sich an der europäischen Altfahrzeugrichtlinie:

- kostenlose Rücknahme aller Altfahrzeuge seit Januar 2007;
- Verbot der Schwermetalle Blei, sechswertiges Chrom, Quecksilber und Cadmium unter Berücksichtigung der Ausnahmeregelungen in Anhang II;
- ein leistungsfähiges Rücknahme- und Recyclingnetz ist seit 2002 eingerichtet;
- das Mercedes-Benz Gebrauchtteile Center leistet durch den Wiederverkauf geprüfter und zertifizierter Gebrauchtteile einen wichtigen Beitrag zum Recyclingkonzept;  
- detaillierte Demontageinformationen sind für alle Altfahrzeugverwerter über das „International Dismantling Information System“, kurz IDIS, elektronisch verfügbar.

**MeRSy schont Ressourcen.** Unser Recycling-Management-System MeRSy sieht vor, das Abfallaufkommen zu verringern, indem wir in unseren Werkstätten Verpackungsmaterialien, Werkstattabfälle, Fahrzeug-, Alt- und Garantieteile sowie Flüssigkeiten sammeln und, soweit möglich, wiederverwerten. Über die gesetzlichen Vorgaben hinaus trägt Daimler für einen Teil der zurückzunehmenden Abfälle freiwillig und bis auf Widerruf die Kosten für die Entsorgung. Die Miete geeigneter Sammelbehälter ist vom Servicepartner zu tragen. Das System wurde 1993 eingeführt und ist heute in Belgien, Deutschland, Luxemburg, den Niederlanden, Österreich, der Schweiz und in Spanien etabliert. Teilnahmeberechtigt sind alle Werkstätten der Daimler-Marken und – nach Rücksprache – Großkunden mit eigener Werkstatt. Im Jahr 2009 hat MeRSy insgesamt 31.064 Tonnen Altteile und Materialien gesammelt und einer Verwertung zugeführt. Etwa 1.103.000 Liter Kühl- und 807.000 Liter Bremsflüssigkeit wurden wieder aufbereitet.

**Rücknahmenetz für Altfahrzeuge.** Daimler garantiert seinen Kunden die einfache Rückgabe und qualitativ hochwertige, gesetzeskonforme Entsorgung ihrer Altfahrzeuge. Dafür haben wir in allen EU-Staaten, in Zusammenarbeit mit lokalen Importeuren und nationalen Entsorgungsdienstleistern, Rücknahmenetze aufgebaut.

### 24 Werkstoffzusammensetzung der Daimler-Pkw-Flotte Verteilung über die Anzahl der verkauften Mercedes-Benz und smart Pkw in Europa 2009



Über die Hälfte des Fahrzeuggewichtes (61,7 Prozent) wird durch die Stahl-/Eisenwerkstoffe definiert. Danach folgen die Polymerwerkstoffe (18 Prozent) und als drittgrößte Fraktion die Leichtmetalle (9,1 Prozent).



Mehr zum Mercedes-Benz Gebrauchtteile Center:

[Online 332](#)



Für weiterführende Informationen bitte entsprechende Nummer unter <http://nachhaltigkeit.daimler.com> in die Suchmaske eingeben.



**Christian Hochfeld**

Mitglied der Geschäftsführung  
des Öko-Instituts e.V.

## Externes Statement



Das Öko-Institut ist eine der europaweit führenden, unabhängigen Forschungs- und Beratungseinrichtungen für eine nachhaltige Zukunft.

Mehr Informationen unter:  
[www.oeko.de](http://www.oeko.de)

**Perspektiven eines „Stuttgarter Accords“.** So düster wie im letzten Jahr die Perspektive der Automobilindustrie zu sein schien, so schlecht sind heute die Aussichten, dass wir die notwendigen weltweiten Klimaschutzziele erreichen und es schaffen, den Temperaturanstieg bis zum Ende dieses Jahrhunderts auf zwei Grad Celsius zu begrenzen. Der „Kopenhagen Accord“, die Übereinkunft des Weltklimagipfels im Dezember vergangenen Jahres, blieb weit hinter den Erwartungen und den notwendigen Weichenstellungen zurück. Die Zeit, umzusteuern, läuft uns davon!

Umso mehr ist nun die immer wieder beschworene Eigenverantwortung der Wirtschaft, der Automobilhersteller wie Daimler gefragt, die Hoffnung auf eine Erholung der Märkte in diesem Jahr schöpfen. Wird das neue Wachstum wieder auf Kosten des Klimas und der Umwelt gehen oder kommt man wirklich grün aus der Krise? Wie gut ist der „Stuttgarter Accord“? Auf dem Weg zu einem Green New Deal?

Erstmals sind die durchschnittlichen CO<sub>2</sub>-Emissionen der Neuwagenflotte im Jahr 2009 im Jahresvergleich um über 7 Prozent gesunken. Ein wichtiger erster Schritt, der aber nur ein Anfang sein kann. Die aktuellen Leistungen und die Zielformulierung der „grünen Technologieführerschaft“ sind vielversprechende Teile eines „Stuttgarter Accords“. Sie allein reichen nicht für den Green New Deal, um die notwendigen Minderungen der Klimawirkungen des Verkehrs in Zukunft auch zu realisieren. Die klimagerechte „Neuerfindung“ des Automobilunternehmens geht weit über die Technologieführerschaft hinaus. Ein wichtiger Bestandteil ist aus unserer Sicht die anspruchsvolle Fortschreibung des Ziels der Reduzierung der CO<sub>2</sub>-Emissionen der europäischen Neuwagenflotte bis 2020 im Vergleich zu 2012 um mindestens 30 Prozent. Auch für die anderen Weltmärkte sind vergleichbar ambitionierte Ziele zu formulieren, in dem Maße, wie zum Beispiel der chinesische Markt an Bedeutung gewinnt.

Die ablehnende Haltung der europäischen Automobilindustrie gegenüber noch anspruchsvolleren europäischen Flottengrenzwerten für 2012 und die Einforderung eines "Phase-In" vor dem Hintergrund nicht eingehaltener Selbstverpflichtungen hat wertvolle Zeit für einen effektiven Klimaschutz gekostet, die wir nicht haben. Daran sollten sich die Beteiligten bei der Diskussion zu verbindlichen Flottengrenzwerten für 2020 erinnern. Über langfristige Ziele für die Neuwagenflotte hinaus halten wir es für erforderlich, das Premiumsegment nicht nur als technologischen Innovationsmotor zu sehen. Bereits in den vergangenen Jahren haben wir darauf hingewiesen, dass es zur nennenswerten Senkung des Klimaeffekts zwingend erforderlich ist, das Premiumsegment neu zu positionieren. Der Begriff „Premium“ ist auf kleinere Modelle auszuweiten und für große Fahrzeuge ist nicht nur der Leistungszuwachs zu stoppen, sondern die Leistungen müssen sinken.

Auch gilt es, das Geschäftsmodell von einer weiteren „heiligen Kuh“ der Branche zu lösen: dem Autobesitz. Gerade bei jungen Erwachsenen in Städten sinkt die Priorität des Autokaufs und dessen Nutzung, wie empirische Studien belegen. Höchste Zeit, Mobilitätsdienstleistungen wie „car2go“ weiterzuentwickeln und in die Breite zu bringen. Nicht zuletzt erfordert konsequenter Klima- und Ressourcenschutz auch den Blick auf die fahrende Flotte. Aus unserer Sicht endet die Verantwortung des Konzerns dafür nicht am Autohaus. Es wird in Zukunft auch darum gehen, mit welchen Mitteln auch die Flottenemissionen in der Nutzung gesenkt werden können – oder wie wertvolle Rohstoffe gerade für Schlüsseltechnologien wie Batterien, Brennstoffzellen und Katalysatoren konsequent im Sinne eines „Fleet Mining“ wiedergewonnen werden.

Aus unserer Sicht kann aus dem Stuttgarter Accord nur dann ein Green New Deal werden, wenn der Anspruch auf grüne Führung über die Technologieentwicklung hinausgeht. Und ohne Green New Deal werden die Kinder der heutigen Kunden keinen Daimler mehr fahren können.

**Christian Hochfeld**  
Berlin, im März 2010



# Unsere Verantwortung für die Umwelt: Handlungsfelder und Ziele

Die Konzernziele zum Umweltschutz sind Ausdruck unseres Willens, dauerhaft richtungweisende, umweltorientierte, technologisch führende Produkte auf den Markt zu bringen und die Umweltverträglichkeit unserer Produktion weiter zu verbessern. Sie dienen als interne Richtschnur und als externe Kontrollmöglichkeit für Öffentlichkeit und Geschäftspartner. Werden Ziele erreicht, so werden neue Ziele formuliert, die auf den erreichten aufbauen (siehe Einführung der BLUETEC-Technologie bei Pkw). Vereinzelt werden Ziele detailliert oder erweitert, wenn sich die gesetzlichen Rahmenbedingungen verändert haben oder technologische Trends dies erforderlich machen.

Ziele	Aktivitäten/Status	Zielerreichung	Seite
<b>CO<sub>2</sub>-Emissionen der Neufahrzeugflotte.</b>			
<p>Pkw: Ziel ist es, die CO<sub>2</sub>-Emissionen unserer Neuwagenflotte in Europa bis zum Jahr 2012 auf unter 140 g/km zu senken. Dies entspricht einer Reduktion von fast 40 Prozent seit 1995.</p>	<p>Unsere Anstrengungen zur Verbrauchsreduktion intensivieren wir weiter. Wesentliche Maßnahmen sind:  // Einführung neuer Vierzylinder-Benzinmotoren mit Direkteinspritzung im September 2009 (diese verbrauchen in der E-Klasse bis zu 18 Prozent weniger Kraftstoff als die vergleichbaren Motoren des Vorgängermodells) // Einführung des neuen 4-Zylinder-Dieselmotors im Herbst 2008 (Verbrauch: rund -13 Prozent) // Einführung von Start-Stopp-Systemen im smart mhd, in der A-, B- und E-Klasse sowie im S 400 HYBRID (Verbrauch: rund -8 Prozent) // Einführung des S 400 HYBRID im Juni 2009 (Verbrauch: rund -20 Prozent) // Entwicklung des sogenannten DIESOTTO-Konzepts (Verbrauch: rund -15 bis -20 Prozent), 1. Stufe bis 2012 // Verbesserung des Energiemanagements ab 2008 (5 bis 10 Prozent)  Im Vergleich zu 1995 konnten wir durch verschiedene Maßnahmen die durchschnittlichen CO<sub>2</sub>-Emissionen unserer Pkw (M1-Fahrzeuge) in Europa um rund 30 Prozent reduzieren.</p>	Ziel gilt weiter.	➔ 26-33, 41
<p>Pkw: Wir wollen bei den CO<sub>2</sub>-Emissionen unserer Fahrzeuge „best in class“ sein. Ab dem Jahr 2007 soll in den Volumenbau-reihen (S-, C-, E-, A-/B-, M-Klasse sowie smart) jährlich mindestens ein Fahrzeug auf den Markt kommen, dessen CO<sub>2</sub>-Emissionen im Vergleich zum Vorgängermodell deutlich verringert sind (im Kleinwagensegment, d. h. smart, A-/B-Klasse, um mindestens 8 Prozent, im Mittel- und Oberklassensegment um mindestens 15 Prozent).</p>	<p>Zum Einsatz kommen technische Maßnahmen zur weiteren Verbesserung des Wirkungsgrades des Antriebsstrangs, u. a. auch neue innovative Brennverfahren.  // Bei dem 2007 mit der neuen Generation des smart fortwo eingeführten CDI-Motor konnte eine Reduktion des Kraftstoffverbrauchs von rund 13 Prozent realisiert werden. // Mit der Markteinführung der BlueEFFICIENCY Fahrzeuge wurden die Reduktionsziele auch im Mittelklassensegment erreicht und zum Teil deutlich übertroffen. Der seit 2008 erhältliche C 200 CDI BlueEFFICIENCY weist einen im Vergleich zum Vorgängermodell um 17 Prozent reduzierten CO<sub>2</sub>-Ausstoß auf, der C 180 Kompressor BlueEFFICIENCY liegt 15 Prozent unter den CO<sub>2</sub>-Emissionen des Vorgängermodells. // Die neue E-Klasse hat die Ziele auch für das Oberklassensegment erreicht – die Reduktionen liegen gegenüber dem Vorgängermodell bei bis zu 24 Prozent.</p>	Ziel gilt weiter.	➔ 26-33
<p>Pkw: Ab 2007 Einführung verschiedener Hybridlösungen, die je nach Fahrzeugklasse, Einsatzprofil und Kundenwunsch einzeln oder kombiniert eingesetzt werden.</p>	<p>// Markteinführung des smart mhd mit Start-Stopp-System im Oktober 2007, seit 2008 sind auch die A- und B-Klasse, seit 2009 die neue E-Klasse mit Start-Stopp-Systemen erhältlich.  // Serieneinführung des S 400 HYBRID im Juni 2009 in Europa und des ML 450 HYBRID im Herbst 2009 in den USA // Einführung der E-Klasse BlueTEC HYBRID im Jahr 2011 // Einführung verschiedener Start-Stopp-Systeme im Jahr 2010</p>	Ziel gilt weiter.	➔ 29
<p>Nutzfahrzeuge: Ziel ist es, den Verbrauch unserer Lkw (N3) in Europa gegenüber dem Basisjahr 2005 (Euro-III-Fahrzeuge) bis zum Jahr 2020 um durchschnittlich 20 Prozent pro Tonnenkilometer zu reduzieren.</p>	<p>// Weiterentwicklung und Optimierung des Antriebsstranges durch z. B. Minderung der Reibungsverluste // Einführung neuer, gewichts- und verbrauchsoptimierter Motoren // Verbesserung der Aerodynamik des Fahrerhauses und des Gesamtfahrzeuges // Einführung rekuperativer Systeme // Einführung weiterer Hybridmodelle (mit dem Fuso Canter Eco Hybrid wurde 2009 der erste serienmäßig produzierte Hybrid-Lkw in Europa an einen Kunden verkauft).  Der Dieselsonsum konventioneller Nutzfahrzeug-Dieselmotoren hat sich in den zurückliegenden Jahrzehnten um mehr als ein Drittel reduziert, gleichzeitig ist die Transportleistung um die gleiche Größenordnung gestiegen; in der jüngsten Vergangenheit hat die neue Dieselsechnologie BLUETEC nochmals einen deutlichen Fortschritt gebracht: 2 bis 5 Prozent geringerer Verbrauch bzw. je nach Einsatz 1.500 Liter bis 2.000 Liter weniger Dieselsonsum je Lkw und Jahr.</p>	Ziel gilt weiter.	➔ 26-33, 42
<p>Nutzfahrzeuge: Einführung verschiedener Hybridlösungen ab dem Jahr 2007, die je nach Fahrzeugklasse, Einsatzprofil und Kundenwunsch einzeln oder kombiniert eingesetzt werden.</p>	<p>// Mercedes-Benz Atego BlueTec Hybrid seit Anfang 2009 im Flottentest bei der Deutschen Post DHL, Einführung einer Innovationsflotte Ende 2010 // Start der Kundenerprobung des Mercedes-Benz Citaro G BlueTec Hybrid Stadtbusses Ende 2009, 2010 Test von rund 30 Citaro G BlueTec Hybrid im Alltagsbetrieb in ausgewählten Modellregionen.  Derzeit sind weltweit mehr als 4.000 Hybrid-Lkw und -Busse von Daimler im täglichen Einsatz unterwegs. Neben den Orion Hybridbussen sind der Fuso Canter Eco Hybrid, die Fuso Hybridbusse Aero Star Eco Hybrid der zweiten Generation sowie die Freightliner Lkw vom Typ M2e Hybrid bei unseren Kunden im Einsatz.</p>	Ziel gilt weiter.	➔ 29-33, 42

Ziele	Aktivitäten/Status	Zielerreichung	Seite
Kontinuierliche Senkung von Verbrauch und Emissionen bis hin zum emissionsfreien Fahren mit batterieelektrischen Fahrzeugen und Brennstoffzellenfahrzeugen. Dabei gilt es, zeitnah die Serienreife der Fahrzeuge – unter Berücksichtigung der Reichweite und der Batterielebensdauer – zu erlangen.	// Produktionsstart des smart fortwo electric drive im Herbst 2009 – 1.000 Fahrzeuge werden zunächst im Rahmen von Mobilitätsprojekten in Metropolen Europas und in den USA getestet, ab 2012 wird das Elektrofahrzeug für alle Kunden erhältlich sein. // Ab 2010 Produktion (Kleinserie) von rein batterieelektrisch angetriebenen Mercedes-Benz Pkw // Beginn der Kleinserienproduktion der B-Klasse F-CELL Ende 2009 – Start der Auslieferung an Kunden in Europa und den USA im Januar 2010 // Brennstoffzellenbus Mercedes-Benz Citaro FuelCELL-Hybrid ab 2010 im Flottentest in Hamburg unterwegs	Ziel gilt weiter.	➔ 29, 32
<b>Energieverbrauch und CO<sub>2</sub>-Emissionen in der Produktion.</b>			
Kontinuierliche Senkung der spezifischen CO <sub>2</sub> -Emissionen in der Produktion um 20 Prozent bis 2015 gegenüber 2007.	Die laufenden Projekte zur Steigerung der Energieeffizienz und der gleichzeitigen Reduktion der CO <sub>2</sub> -Emissionen zeigen Wirkung und leisteten auch einen wesentlichen Beitrag zur Reduzierung der gesamten CO <sub>2</sub> -Emissionen um fast 16 Prozent. Sie konnten aber einen Anstieg der spezifischen CO <sub>2</sub> -Emissionen aufgrund der gegenläufigen Effekte durch den deutlichen Produktionsrückgang im Jahr 2009 (insbesondere die Halbierung bei Vans und Trucks) nicht kompensieren; der produktionsunabhängige Anteil des Energieverbrauchs (Infrastruktur, Verwaltung und Entwicklung) gewinnt größeres Gewicht. Dadurch stiegen die CO <sub>2</sub> -Emissionen pro hergestelltem Fahrzeug im Vergleich der Jahre 2008/2009 bei Mercedes-Benz Cars um 19 Prozent und im Bereich Mercedes-Benz Vans um 35 Prozent. Bei Daimler Trucks stiegen die spezifischen CO <sub>2</sub> -Emissionen um 47 Prozent.	Ziel gilt weiter.	➔ 36-39
<b>Schadstoffemissionen der Neufahrzeugflotte.</b>			
Pkw: Einführung weiterer BLUETEC-Modelle im Jahr 2009.	// Die seit Herbst 2009 auch in Europa verfügbaren Modelle GL 350 BlueTEC 4MATIC, ML 350 BlueTEC 4MATIC und R 350 BlueTEC 4MATIC erfüllen bereits heute die ab 2014 geltenden Euro-6-Grenzwerte. // Markteinführung des E 350 BlueTEC war ebenfalls im Herbst 2009.	Ziel erreicht.	➔ 43
Nutzfahrzeuge: Senkung der Stickoxidemissionen durch die Serieneinführung von BLUETEC bei den in Europa erhältlichen Mercedes-Benz Lkw und Bussen und Vorerfüllung der Abgasstandards Euro IV (gültig ab Oktober 2006) durch BLUETEC 4 und Euro V (gültig ab Oktober 2009) durch BLUETEC 5.	Seit Anfang 2005 hat Daimler inzwischen mehr als 260.000 Mercedes-Benz Lkw und mehr als 23.000 Mercedes-Benz und Setra Omnibusse mit BLUETEC-Dieselseltechnologie ausgeliefert. Mehr als 90 Prozent dieser Fahrzeuge erfüllen die EU-Abgasrichtlinie Euro V.	Ziel erreicht.	➔ 43
Pkw: Vorerfüllung der Euro-6-Norm für 50 Prozent aller Mercedes-Benz und smart Neufahrzeuge in Europa bis Ende 2014.	Weiterentwicklung der Motoren und bestehender Technologien zur Abgasminderung bei Benzin- und Dieselfahrzeugen zur Einhaltung der Grenzwerte	Neues Ziel.	➔ 43
<b>Sicherheit.</b>			
Ziel ist die sukzessive Erhöhung der Ausstattungsquote mit Assistenzsystemen bei schweren Nutzfahrzeugen im Verteiler- und Fernverkehr. So möchten wir beispielsweise den Ausstattungsgrad von Active Brake Assist von heute etwa 10 Prozent bis 2015 verdoppeln.	Paketpreise wie das Safety Pack Classic und das Safety Pack Top machen die Anschaffung von Assistenzsystemen in Nutzfahrzeugen um rund ein Drittel günstiger als die Einzelbestellung der Systeme. Verschiedene Versicherer bieten für Lkw mit entsprechender Sicherheitsausstattung Prämienvorteile an. Teilweise gibt es auch direkte Zuschüsse durch die jeweiligen Berufsgenossenschaften.	Neues Ziel.	➔ 33-36



## 04 Mitarbeiter

**Wie wir als attraktiver Arbeitgeber überzeugen können?** Indem wir die Fähigkeiten und Kompetenzen jedes Einzelnen fördern und die Potenziale von Vielfalt, Chancengleichheit und persönlicher Entwicklung nutzen: Die konsequente Umsetzung dieser Haltung in den Bereichen Gesundheitsschutz, Arbeitsschutz und Nachwuchssicherung macht uns zu einem zukunftsorientierten Unternehmen, das auf die Loyalität und das Engagement seiner Mitarbeiter bauen kann.



# Beschäftigungssicherung bei Daimler



Wie die Automobilindustrie insgesamt erlebte auch Daimler 2009 ein wirtschaftlich äußerst schwieriges Jahr. Zusätzlich zu den bereits laufenden Effizienzprogrammen in allen Geschäftsbereichen wurden daher auch Maßnahmen zur Senkung der Arbeitskosten unerlässlich. Bereits zum Jahresbeginn haben wir in den Pkw-Werken Kurzarbeit eingeführt. Die Nutzfahrzeugwerke, die zunächst mit einem Abbau der Zeitkonten auf rückläufige Absatzzahlen reagiert hatten, schlossen sich im Frühjahr an.

Im Februar 2009 setzten wir ein erstes Maßnahmenpaket zur Senkung der Arbeitskosten um. Es sah im Wesentlichen vor, Tarifierhöhungen nur auf tarifliche Bestandteile anzuwenden, betriebliche Leistungen wie das Belegschaftsaktienprogramm auszusetzen und die Kosten für Berater- und Reisetätigkeiten deutlich zu reduzieren.

In der Vereinbarung „Senkung der Arbeitskosten zur Beschäftigungssicherung“ haben wir gemeinsam mit dem Gesamtbetriebsrat zum 1. Mai 2009 weitere Maßnahmen festgelegt. Für alle Mitarbeiter, die nicht in Kurzarbeit sind, gilt demnach eine Arbeitszeitverkürzung um 8,75 Prozent ohne Entgeltausgleich. Um die Liquidität zu stabilisieren, wurde mit dieser Vereinbarung zusätzlich geregelt, die Ergebnisbeteiligung für 2008 zeitversetzt auszubezahlen. Darüber hinaus wurde vereinbart, alle Auszubildenden mit einer 28-Stunden-Woche zu übernehmen. Dabei erhielten 80 Prozent einen unbefristeten und 20 Prozent einen auf ein Jahr befristeten Vertrag mit einer Placement-Unterstützung.

Kernbestandteil der Regelung, die bis zum 30. Juni 2010 läuft, ist eine Beschäftigungssicherung für alle Mitarbeiter. Damit ist es Daimler gelungen, ohne aktive Personalmaßnahmen auf die Krise zu reagieren. Für Mitarbeiter in Kurzarbeit konnten die Fördermöglichkeiten der Bundesagentur genutzt und Qualifizierungen angeboten werden. Zur Nachwuchs- und Zukunftssicherung werden wir auch weiterhin – wenn auch in geringerem Umfang – Fachkräfte einstellen. Die Verbesserung der Ergebniszahlen in der zweiten Jahreshälfte 2009 zeigt, dass die eingeleiteten Maßnahmen greifen.

## 25 Gesamtbelegschaft nach Regionen und Geschäftsfeldern

Jahresendstand	2008	2009	Jahresendstand	2008	2009
Afrika	7.190	6.059	Mercedes-Benz Cars	97.303	93.572
Asien	20.071	18.863	Daimler Trucks	79.415	70.699
Australien	1.279	1.203	Daimler Financial Services	7.116	6.800
Europa	199.032	192.199	Mercedes-Benz Vans	16.775	15.226
davon in Deutschland	167.753	162.565	Daimler Buses	18.110	17.188
Nordamerika inkl. Mexiko	29.178	23.221	Sales & Marketing	49.127	47.625
Süd- und Mittelamerika	16.466	14.862	Sonstige	5.370	5.297
			<b>Gesamtbelegschaft</b>	<b>273.216</b>	<b>256.407</b>

**256.407** Gesamtbelegschaft zum 31.12.2009

## 1.0 Beschäftigung

**1.1 Beschäftigungsentwicklung.** Im Jahr 2009 haben wir unsere Personalkapazitäten an die deutlich zurückgegangene Nachfrage angepasst. Im Vergleich zum Jahresendstand 2008 hat sich dadurch die Zahl der Beschäftigten am 31. Dezember 2009 auf weltweit 256.407 (2008: 273.216) Mitarbeiter verringert. Davon waren 162.565 (2008: 167.753) in Deutschland, 17.697 (2008: 22.476) in den USA, 14.152 (2008: 15.490) in Japan und 13.088 (2008: 14.107) in Brasilien tätig. Die Zahl der Auszubildenden belief sich auf 9.151 (2008: 9.603).

Vom Personalabbau am stärksten betroffen war Daimler Trucks; vom Rückgang um 8.716 Mitarbeiter entfielen allein 5.315 auf Trucks NAFTA. Aber auch die anderen Geschäftsfelder verzeichneten rückläufige Personalzahlen: Bei Mercedes-Benz Cars ging der Beschäftigungsstand um 4 Prozent zurück, bei Mercedes-Benz Vans um 9 Prozent und bei Daimler Buses um 5 Prozent. In der Vertriebsorganisation und im Geschäftsfeld Daimler Financial Services verringerte sich die Belegschaft um 3 Prozent bzw. 4 Prozent.

**1.2 Fluktuation.** Die weltweite Fluktuationsrate im Daimler-Konzern erhöhte sich gegenüber dem Vorjahr um 3,2 Prozentpunkte auf 9,7 Prozent. Die Rate in Deutschland lag bei 4,1 Prozent (2008: 3,2 Prozent), in den USA bei 35,8 Prozent (2008: 18,9 Prozent) und im Rest der Welt bei 15,0 Prozent (2008: 9,4 Prozent). In diesen Quoten sind auch Frühpensionierungen, Ausscheidensvereinbarungen und speziell in Deutschland Altersteilzeitverträge sowie in den USA Layoff-Verträge enthalten. Die weltweite Fluktuationsquote der weiblichen Mitarbeiter lag wie im Vorjahr bei 8,5 Prozent.

**1.3 Flexibilität beim Personaleinsatz.** Nachdem im Jahr 2008 noch mit dem Abbau von Zeitkonten und der Reduzierung von Zeitarbeitskräften auf die reduzierte Nachfrage reagiert werden konnte, mussten im Jahr 2009 weitergehende Maßnahmen bis hin zur Kurzarbeit ergriffen werden. Im Laufe des Jahres 2009 wurde für alle Pkw-, Lkw- und Transporterwerke in Deutschland Kurzarbeit angemeldet, um auf die rückläufige Fahrzeugnachfrage zu reagieren. Zum Jahresende 2009 waren in der Daimler AG 27.498 Mitarbeiter in Kurzarbeit, 86.992 Personen waren von der Arbeitszeitverkürzung betroffen. Aufgrund der zunehmenden Nachfrage haben wir die Kurzarbeit im Pkw-Bereich zurückgefahren.

**1.4 Trennungsmanagement.** Die Beendigung eines Arbeitsverhältnisses ist emotional oft stark belastet. Daimler unterstützt mit dem Instrument „Outplacement“ verschiedene Mitarbeitergruppen bei der beruflichen Neuorientierung und hat dem Trennungspro-

zess die Dramatik und Eigendynamik genommen, bei gleichzeitiger Eröffnung von Zukunftsperspektiven.  A

**1.5 Zufriedenheit der Mitarbeiter.** Bei Daimler stellen regelmäßige Befragungen zur Messung der Mitarbeiterzufriedenheit ein bewährtes Instrument der Führungs- und Organisationsentwicklung dar. Mitarbeiterbefragungen werden im Gesamtunternehmen, in Konzerngesellschaften (z. B. Daimler Financial Services AG weltweit für rund 10.000 Mitarbeiter im Herbst 2008) oder auch in einzelnen Unternehmensbereichen (z. B. North-East Asia für ca. 1.500 Mitarbeiter im Herbst 2008, Daimler Trucks North America für 15.000 Mitarbeiter im Herbst 2009) durchgeführt.

Die Ergebnisse der letzten konzernweiten Befragung haben wir im März 2008 kommuniziert. Kerninhalt dieser Befragung war es, die Verbundenheit und Identifikation der Mitarbeiter mit dem Unternehmen (Employee Commitment) zu messen. Dies geschah mittels einer weltweit einheitlichen Methode in einer repräsentativen Stichprobe. Auch die Zufriedenheit mit der Arbeits- und Führungssituation sowie die Vertrautheit mit Unternehmenswerten und Compliance-Regelungen im Arbeitsalltag wurden erfragt. Bei diesen ethisch-rechtlichen Fragen lag ein besonderes Augenmerk auf den Aussagen der leitenden Führungskräfte. In der weltweit sehr hohen Zustimmung zu den Compliance-Regelungen zeigte sich zum einen ein ausgeprägtes ethisches Bewusstsein der Führungskräfte. Zum anderen bestätigten alle Mitarbeiter einen sehr stabilen Umsetzungsgrad in der täglichen Praxis.

Daimler misst das Commitment der Mitarbeiter im Rahmen seiner Global Human Resources Scorecard in einem Wertebereich von 0 bis 100 Punkten. Der im März 2008 ermittelte ECI-Wert von 58 (Employee Commitment Index) belegt ein recht homogenes, im externen Vergleich durchschnittliches Ergebnis. Für die Arbeits- und Führungssituation zeigen die Ergebnisse ein insgesamt positives Niveau.  B

Eine konzernweite Folgebefragung war für Mai 2009 geplant, der Vorstand hat sie aber aufgrund der Auswirkungen der Weltwirtschaftskrise verschoben. Hintergrund waren Bedenken, dass angesichts der großen Verunsicherung in der Gesellschaft und bei den Mitarbeitern sowie wegen des Risikos kurzfristiger Stimmungsschwankungen keine aussagekräftigen und verlässlichen Ergebnisse sichergestellt werden könnten. Die Durchführung der nächsten konzernweiten Mitarbeiterbefragung ist derzeit – vorbehaltlich eines Vorstandsbeschlusses – für den Herbst 2010 geplant und ermöglicht eine detaillierte Überprüfung des Erfolgs der weltweit umgesetzten Maßnahmen.

#### 26 Rückstellungen für Alters- und Gesundheitsvorsorge

2007	3,9 Mrd. Euro
2008	4,1 Mrd. Euro
2009	4,1 Mrd. Euro

Alle Angaben nach IFRS

#### 27 Aktivitäten zur demografischen Entwicklung bei der Daimler AG

Unternehmenskultur und Führungsprozess	<ul style="list-style-type: none"> <li>- „Demografie-/Generationsmanagement“ als Bestandteil von Diversity</li> <li>- Führungskräfte- Workshops</li> </ul>
Arbeitsorganisation, Personaleinsatz	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Entlastungsorientierte Job-Rotation</li> <li>- Aktive Steuerung von Altersstrukturen durch Berücksichtigung „Alter“ bei Versetzungsaktionen</li> <li>- Demografieorientierte Arbeitszeit beim Dienstleistungstarifvertrag</li> </ul>
Arbeitsplatzgestaltung/ Ergonomie	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ergonomieinitiative</li> <li>- Einsatz von Ergonomiebewertungsverfahren in Produktionsplanung und Serienbetrieb</li> <li>- Schulung von Mitarbeitern zum ergonomischen Verhalten (z. B. Einsatz Montagewürfel)</li> </ul>
HR Resource Management, Know-how-Sicherung	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Analyse der Belegschaftsstrukturen bzgl. Alterungseffekte</li> <li>- Umsetzung von zielgerichteten Maßnahmen aus den Analysen zum HR Resource Management</li> <li>- Know-how-Transfer</li> </ul>
Personalentwicklung	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Umsetzung von Skill-/Kompetenzmanagement-Systemen</li> <li>- Jährliche Führungsgespräche zur bedarfsorientierten Qualifizierung</li> </ul>
Gesundheitsmanagement	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Anwendung des Portfolios zur betrieblichen Gesundheitsförderung</li> <li>- Standardprozess Integrationsmanagement</li> </ul>
Ausscheidensinstrumente	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Bedarfsorientierte Nutzung von Altersteilzeit und Frühpensionierung</li> </ul>



Mehr zum professionellen Trennungsmanagement:

[Online 401](#)



Mehr zu den aus den Befragungsergebnissen resultierenden Maßnahmen:

[Online 402](#)



Für weiterführende Informationen bitte entsprechende Nummer unter <http://nachhaltigkeit.daimler.com> in die Suchmaske eingeben.

**1.6 Altersvorsorge.** Die Basis für eine sichere Versorgung unserer Beschäftigten im Ruhestand oder bei vorzeitigem Verlust der Erwerbsfähigkeit ist finanzwirtschaftliche Solidität, verbunden mit risikoadäquaten Zusagen. Unsere „Global Pension Guidelines“ legen fest, wie dies erreicht werden soll. Eine Governance-Struktur gewährleistet weltweit die Steuerung von Pensionsplänen. Jede Konzerngesellschaft, die etwa bestehende Versorgungswerke ändern oder einen neuen Pensionsplan einführen will, muss ihr Vorhaben einem „Global Pension Committee“ zur Genehmigung vorlegen. Im Jahr 2008 hat das Gremium unter anderem die Vereinbarkeit des „Daimler Vorsorge Kapitals“, der neuen Altersversorgung im Tarifbereich, mit den Richtlinien des Konzerns bestätigt. Zum 1. Januar 2009 wurde mit dem „Daimler Vorsorge Kapital“ die betriebliche Altersversorgung mit Versorgungskonten und jährlichen Bausteinen zukunftsfähig ausgerichtet.

**1.7 Demografische Herausforderungen.** Das Durchschnittsalter der Mitarbeiter der Daimler AG wird sich in den nächsten 10 Jahren von heute 42 Jahre auf 47 Jahre erhöhen. Die Gründe liegen in der Altersstruktur des Unternehmens und in sich verändernden Rahmenbedingungen wie etwa der Rente mit 67 Jahren oder der entfallenden Förderung der Altersteilzeit. Die veränderte Altersstruktur führt zu mehreren strategischen Herausforderungen für unser Personalmanagement. 

Wir greifen die identifizierten Herausforderungen frühzeitig auf und bearbeiten sie durch gezielte Maßnahmen in festgelegten Handlungsfeldern. Ziel ist es, Chancen aus dem demografischen Wandel systematisch zu nutzen und mögliche Risiken zu vermeiden oder zu minimieren. Künftig wollen wir für laufende Aktivitäten in den Handlungsfeldern sicherstellen, dass diese Einzelaktivitäten noch besser vernetzt und integriert werden. 

## 2.0 Arbeits- und Managementbeziehungen

**2.1 Dialog mit Interessengruppen der Arbeitnehmervertretung.** Daimler pflegt eine enge Zusammenarbeit mit den Arbeitnehmervertretern in Betriebsräten und Gewerkschaften. Zentrale Gremien hierfür sind die 2002 gebildete Weltarbeitnehmervertretung und der Europäische Betriebsrat, der seit 1996 existiert. 90 Prozent der Mitarbeiter in der Daimler AG sind Tarifmitarbeiter, deren Interessen durch die örtlichen Betriebsräte und den Gesamtbetriebsrat vertreten werden. In einigen deutschen Konzerngesellschaften besteht zwar keine Tarifbindung, dennoch haben die Arbeitnehmer dort Betriebsräte gewählt, die die Arbeitnehmerinteressen im Rahmen der in Deutschland gesetzlich geregelten betrieblichen Mitbestimmung wahrnehmen. Auf Unternehmensebene werden die Interessen der Arbeitnehmer im Aufsichtsrat entsprechend der gesetzlichen Regelung

durch zehn Aufsichtsräte vertreten. Seit 2009 wird das im HR-Ressort eingerichtete HR CSR Committee durch einen Vertreter des Gesamtbetriebsrats unterstützt.

Daimler erkennt das Recht, sich gewerkschaftlich zu organisieren, unter Berücksichtigung der nationalen gesetzlichen Regelungen an. Das Recht auf Koalitionsfreiheit gewährleisten wir selbst in Staaten, in denen die Koalitionsfreiheit nicht geschützt ist. Dies ist in unseren Grundsätzen zur sozialen Verantwortung verankert, die alle zehn Prinzipien des Global Compact mit einbeziehen.

Daimler berichtet gegenüber der Weltarbeitnehmervertretung (WEC) regelmäßig über Verstöße gegen die Grundsätze. Das Verfahren für den Umgang mit Beschwerdefällen haben wir 2008 neu beschrieben und die Verantwortlichkeiten mit dem Einkaufsbereich neu festgelegt. Verstößt einer unserer Geschäftspartner gegen unsere Grundsätze, weisen wir ihn darauf hin. Wir erwarten von unseren Geschäftspartnern, dass sie vergleichbare Grundsätze der sozialen Verantwortung einführen. 

**2.2 Leistung und Vergütung.** Daimler legt Wert auf eine Vergütungspolitik, die sich gleichermaßen an den Kriterien Wirtschaftlichkeit und Attraktivität orientiert. Dem entspricht eine Vergütung, die zeitgemäß ist, ohne kurzlebigen Trends zu folgen. Diese wollen wir durch die Verbindung kurz- und langfristig wirkender Vergütungskomponenten und Zusatzleistungen erreichen. Rahmenrichtlinien – etwa für die variable Vergütung oder wichtige Zusatzleistungen – sollen die Ziele des Unternehmens nachdrücklich im gesamten Konzern verankern.

Wir vergüten geleistete Arbeit – unter Berücksichtigung der lokalen Gegebenheiten – grundsätzlich anforderungs- sowie leistungs- und erfolgsorientiert. Werden Mitarbeiter international eingesetzt, beruht die Entlohnung auf konzernweit gültigen Grundsätzen. Weltweit gültige Grundsätze gelten auch bei der Altersversorgung. So können Wettbewerbsfähigkeit und Attraktivität in sehr unterschiedlichen Märkten gewährleistet werden, ohne auf eine einheitliche Steuerung zu verzichten. Seit dem Jahr 2009 gelten zudem einheitliche Grundregeln für die Überlassung eines Dienstwagens. Die weltweit gültige Konzernrichtlinie hierzu soll sicherstellen, dass ein Dienstwagen in der jeweiligen Gesellschaft nach klaren und nachvollziehbaren Regelungen überlassen wird und dass die Verantwortlichkeit für die Überlassung eindeutig geklärt ist.

Für die Managementvergütung gilt eine weltweit einheitliche Systematik. Die Barvergütung enthält dabei neben dem fixen Grundgehalt auch variable Bestandteile, wobei die Variabilität mit wachsender Verantwortung der Position steigt. 



Mehr zum HR Resource Management und zu den Handlungsfeldern:

[Online 403](#)



Mehr zur Nachhaltigkeitsrichtlinie für Lieferanten:

[Seite 23](#)



Mehr zur Managementvergütung:

[Online 404](#)



Für weiterführende Informationen bitte entsprechende Nummer unter <http://nachhaltigkeit.daimler.com> in die Suchmaske eingeben.

**Herr Porth, Sie haben 2009 – in einer schwierigen Situation – das Amt des Personalvorstands übernommen.**

**Winfried Porth:** Natürlich hätte ich mir einen anderen Start gewünscht, doch wir mussten uns alle dieser schwierigen wirtschaftlichen Situation – mit all Ihren Konsequenzen für unser Unternehmen – stellen. Wir haben deshalb im Frühjahr 2009 gemeinsam mit dem Gesamtbetriebsrat ein Maßnahmenpaket vereinbart. Wir haben die Arbeitszeit für Beschäftigte verkürzt, die nicht in Kurzarbeit sind, sowie die Tariferhöhung um fünf Monate verschoben. Dadurch konnten wir kurzfristig Arbeitskosten von 2 Mrd. Euro einsparen. Im Gegenzug haben wir betriebsbedingte Kündigungen bis zum 30. Juni 2010 für alle Beschäftigten ausgeschlossen.

**Wie hat die Belegschaft auf diese drastischen Einschnitte reagiert?**

**Porth:** Mir ist bewusst, dass der Beitrag der Belegschaft zu schmerzlichen Eingriffen geführt hat. Aber aus zahlreichen persönlichen Gesprächen mit Mitarbeitern weiß ich, dass viele dieses Vorgehen akzeptieren und dafür Verständnis zeigen. Das weiß ich sehr zu schätzen. Ich bin mir sicher, dass es uns auch künftig gelingen wird, Unternehmens- und Mitarbeiterinteressen in Einklang zu bringen. Trotzdem müssen wir uns natürlich den weltweiten Veränderungen der Automobilindustrie stellen – und am Ende können auch nur erfolgreiche Unternehmen ihren Mitarbeitern eine solide Beschäftigungssicherung bieten.

**Um für die Zukunft gerüstet zu sein, muss Daimler auch Entscheidungen treffen, die auf Kritik stoßen, wie zum Beispiel die Neuordnung der Produktion der Mercedes-Benz C-Klasse. Trotzdem darf das Unternehmen seine Attraktivität als Arbeitgeber nicht aufs Spiel setzen. Wie schafft Daimler diesen Spagat?**

**Porth:** Mit der Neuordnung der Produktion verstärken wir unsere Attraktivität als Arbeitgeber! Wir steigern damit die Wettbewerbsfähigkeit und können optimal von Wachstumschancen außerhalb Westeuropas profitieren. Gleichzeitig haben wir attraktive Beschäftigungsmöglichkeiten für die betroffenen Beschäftigten im Werk Sindelfingen geschaffen. Durch verschiedene Maßnahmen wurden rund 2.000 alternative Arbeitsplätze definiert. Zum Beispiel werden wir die Fertigungstiefe erhöhen, neue Technologien ins Werk holen und Beschäftigungsmöglichkeiten in der Forschung und Entwicklung schaffen. Dadurch können wir bis Ende 2019 betriebsbedingte Kündigungen ausschließen.

**Welche Rolle spielt Nachhaltigkeit im Rahmen des Daimler-HR-Managements hierbei?**

**Porth:** Wir richten unser HR-Management langfristig aus. In diesem Managementprozess vereinen wir die wesentlichen Herausforderungen, die uns als zukunftsgerichteten Arbeitgeber beschäftigen: Der demografische Wandel unserer Belegschaft, ihre Aus- und Weiterbildung – insbesondere vor dem Hintergrund der technologischen Veränderungen – sind große Herausforderungen. Auch die Themen Chancengleichheit und Diversity, „Work-Life-Balance“, Gesundheitsprävention und Arbeitssicherheit sowie unsere Attraktivität als Arbeitgeber spielen dabei eine zentrale Rolle.



„Ich bin mir sicher, dass es uns auch künftig gelingen wird, Unternehmens- und Mitarbeiterinteressen in Einklang zu bringen.“

## Interview mit Winfried Porth

Vorstandsmitglied der Daimler AG, Personal und Arbeitsdirektor

### Und daran halten Sie auch in der Krise fest?

**Porth:** Ja, wir behalten auch in der Krise unsere strategische Nachwuchsförderung bei und bieten in diesem Jahr mehreren Hundert Nachwuchskräften einen Einstieg über unser Trainee-Programm CAREer an. Und nach wie vor bilden wir rund 40 Prozent aller Auszubildenden bei den deutschen Automobilherstellern aus – insgesamt hatten 2009 bei Daimler 2.300 junge

„Unsere Kompetenzsicherung in ‚grüne‘ Technologien werden wir in den nächsten Jahren fortführen: Von 2010 bis 2013 werden wir voraussichtlich rund 32.000 Mitarbeiter in Deutschland und weitere 21.000 Mitarbeiter unternehmensweit bedarfsgerecht qualifizieren.“

Menschen ihren Start ins Berufsleben. Aber auch beim Thema Qualifizierung haben wir das im vergangenen Jahr entsprechend umgesetzt – etwa durch die „Qualifizierung in Kurzarbeit“. Wir nutzen die Kurzarbeitstage für Fort- und Weiterbildungen. Damit gehen wir gestärkt aus der Krise hervor und schaffen langfristig einen Mehrwert für jeden einzelnen Beschäftigten und das Unternehmen.

### Die Generation der Beschäftigten von heute engagiert sich stark im Beruf. Zugleich möchte sie individuelle Lebensentwürfe verwirklichen und erwartet daher Arbeitsmodelle, die Raum hierfür bieten. Was tut Daimler, um diesen Anforderungen entgegenzukommen?

**Porth:** Wir haben die Bedeutung dieser Thematik erkannt. Schon jetzt bieten wir eine ganze Reihe von Möglichkeiten, wie zum Beispiel verschiedene Arbeitszeitmodelle, Telearbeitsplätze, „sternchen“-Kinderkrippen und unsere Sportgemeinschaft SG Stern. Außerdem haben wir ein Forschungsprojekt unter dem Titel „Work-Life-Balance“ gemeinsam mit der Universität Heidelberg initiiert.

Ziel ist es, daraus konkret abzuleiten, wie das Gleichgewicht zwischen Arbeits- und Privatleben weiter gestärkt werden kann und wie die Leistungsfähigkeit der Belegschaft langfristig gesichert wird. Ich bin mir sicher, dass die Ergebnisse aus diesem Forschungsprojekt einen wichtigen Beitrag zur weiteren Ausrichtung unseres Engagements auf diesem Gebiet leisten können.

### Wie schätzen Sie die aktuelle Situation auf dem Arbeitsmarkt für Fach- und Führungskräfte ein?

**Porth:** Im Moment sehen wir ein wenig Entspannung, weil nicht alle Unternehmen aktiv rekrutieren. Trotzdem ist es teilweise schwierig, die talentiertesten Nachwuchskräfte zu gewinnen. Der Wettbewerb um spezialisierte Fachleute, insbesondere Ingenieure, wird sich in den kommenden Jahren weiter internationalisieren und wohl auch verschärfen. Deshalb ist es wichtig, sich als attraktiver Arbeitgeber bei Schülern, Studierenden und Absolventen zu positionieren.

### Daimler investiert verstärkt in neue, nachhaltige Technologien. Das wird auch Veränderungen bei der Qualifikation der Mitarbeiter mit sich bringen. Welche Aufgaben für das HR-Management ergeben sich daraus?

**Porth:** Das Thema „grüne Technologien“ bietet Riesenchancen für unser Unternehmen. Aber wir müssen sie auch ergreifen. Und dazu gehört, dass die Qualifizierung mit der technischen Entwicklung Schritt halten muss. Der Blick auf unser Produktportfolio für die nächsten drei bis fünf Jahre zeigt den Handlungsbedarf. Der Erfolgsfaktor, mit dem wir dem Anspruch auf „Green Technology Leadership“ gerecht werden, sind unsere Mitarbeiter. Dazu müssen wir als Arbeitgeber die richtigen Angebote machen. Hieran arbeiten wir intensiv, sowohl in den Entwicklungsbereichen im Rahmen der Technik-Akademie als auch in der Produktion, im Vertrieb und unternehmensweit durch unsere Corporate Academy.

### Was heißt das konkret für die Qualifizierung für „Neue Technologien“?

**Porth:** Unser „Green Qualification“-Programm beinhaltet zugeschnittene Qualifizierungsmaßnahmen – konzernweit für alle Mitarbeiter. Das Spektrum dieser Maßnahmen reicht von Trainings- und Informationsveranstaltungen bis hin zu speziellen Expertenworkshops. Unsere Kompetenzsicherung in „grüne“ Technologien werden wir in den nächsten Jahren fortführen: Von 2010 bis 2013 werden wir voraussichtlich rund 32.000 Mitarbeiter in Deutschland und weitere 21.000 Mitarbeiter unternehmensweit bedarfsgerecht qualifizieren.

„Wir behalten auch in der Krise unsere strategische Nachwuchsförderung bei.“

Die Vergütung für Mitarbeiter im Tarifbereich baut auf regionalen oder landesspezifischen Vereinbarungen wie etwa Tarifverträgen auf. Alle Mitarbeiter im Tarifbereich erhalten einen hundertprozentigen Ausgleich für angeordnete und geleistete Mehrarbeit. Auf Basis des Entgelttarifvertrags (ERA) der Metallindustrie in Baden-Württemberg haben wir in den letzten drei Jahren ein neues, zeitgemäßes Vergütungssystem in Deutschland eingeführt, das nicht mehr zwischen Arbeitern und Angestellten unterscheidet. Die konzerneigenen Niederlassungen schließen die deutschlandweite Umsetzung zum 1. Juli 2010 für alle Daimler-Standorte ab. Das tarifliche Grundentgelt wird standortübergreifend nach dem einheitlichen tariflichen Maßstab vergütet. Auf Basis dieses Grundentgelts wird ein tarifliches Leistungsentgelt im Gesamtvolumen von 15 Prozent gezahlt. Die Höhe dieser leistungsbezogenen Vergütung wird für einen Großteil der Belegschaft jährlich individuell im Rahmen unseres Führungsprozesses NAVI ermittelt. Durch betriebliche Entgeltbestandteile bietet Daimler eine attraktive, übertarifliche Bezahlung für die Gesamtbelegschaft und hat im Rahmen der ERA-Umsetzung die Höhe der früheren Entgelte umfassend abgesichert.  A

In einem angespannten Markt- und Wettbewerbsumfeld hat sich Daimler bereits 2008 mit dem Gesamtbetriebsrat auf eine Gesamtbetriebsvereinbarung zur Zukunftssicherung der konzerneigenen Niederlassungen – des zur Daimler AG gehörigen Teils unseres Vertriebsnetzes – verständigt. Ziel der Vereinbarung ist es, die Wettbewerbsfähigkeit der Niederlassungen nachhaltig zu verbessern und ihre Arbeitsplätze zu sichern. Die Regelung sieht Effizienzbeiträge aller Mitarbeiter in den Niederlassungen vor. Im Gegenzug schließt die Daimler AG betriebsbedingte Kündigungen aus und sichert den Erhalt ihrer Niederlassungen über den Zeitraum der Zukunftssicherung 2012 hinaus zu.

**2.3 Führungskräfteentwicklung.** Weltweit erhalten alle unsere Führungskräfte sowie rund 50 Prozent der Tarifbelegschaft in Deutschland jährlich eine regelmäßige Leistungsbeurteilung und Entwicklungsplanung im Rahmen des LEAD-Führungsprozesses. Auf diese Weise wollen wir für alle Ebenen Führungskräfte entwickeln, die über die fachliche und persönliche Reife für ihre Aufgabe verfügen.  B

### 3.0 Berufliche Aus- und Weiterbildung

Wer weltweit mit exzellenten Produkten höchste Ansprüche erfüllen will, braucht hoch qualifizierte Mitarbeiter. Wir verstehen die betriebliche Ausbildung daher als Investition in die Zukunft unseres Unternehmens sowie als Ausgangspunkt für lebenslanges Lernen. Ende 2009 beschäftigte Daimler weltweit 9.151 Auszubildende (2008: 9.603, 2007: 9.300). In Deutschland haben wir

insgesamt 2.341 Auszubildende (2008: 2.500, 2007: 2.600) eingestellt.

**Das Daimler-Ausbildungssystem (DAS).** Eine ganzheitliche Berufsausbildung, wie wir sie mit dem 2008 eingeführten Daimler-Ausbildungssystem (DAS) umsetzen, ermöglicht es unseren Mitarbeitern, heutige und zukünftige Herausforderungen zu meistern und ihren Beitrag zum Unternehmenserfolg zu leisten. Ziel von DAS war es ursprünglich, die Qualität und Effizienz der technischen Berufsausbildung der Daimler-Werke in Deutschland zu erhöhen. Heute planen wir, das Konzept auch für die Bereiche Sales & Financial Services zu etablieren. Hierbei werden erstmals auch Standards für die kaufmännische Berufsausbildung einbezogen. Gleichzeitig führen wir DAS als Daimler Vocational Training System (DVTS) auch in der internationalen Berufsausbildung ein.  C

#### Investitionen in Ausbildung und Qualifizierung.

Allein in Deutschland hat Daimler 2009 207 Mio. Euro (2008: 270 Mio. Euro, 2007: 213 Mio. Euro) in Ausbildung und Qualifizierung investiert. Jeder Mitarbeiter wurde im Schnitt 2,4 Tage im Jahr qualifiziert (2008: 4,4 Tage p. a.).

#### Lebenslanges Lernen und Lernen bei Bedarf.

Lebenslanges Lernen ist für uns ein Prozess, der die gesamte berufliche Laufbahn begleitet. In diesem Zusammenhang spielt das sogenannte „Learning on Demand“ (Lernen nach Bedarf) eine herausragende Rolle. Daimler ermöglicht ein ort- und zeitunabhängiges kontinuierliches Lernen. Mitarbeiter wie Unternehmen erreichen so die Flexibilität, die für die Übernahme neuer Aufgaben unerlässlich ist, die Beschäftigungsfähigkeit der Mitarbeiter wird dauerhaft gesichert.

In einer Reihe von Projekten ermöglichen wir ein solches kontinuierliches ort- und zeitunabhängiges Lernen. Im weltweiten Truckbereich haben wir das Daimler-Produktions-Lern-System, das 2004 in unserem Truckwerk in Mannheim eingeführt wurde, zum Standard-Qualifikationssystem gemacht.  D

**Qualifizierung in Krisenzeiten.** Trotz wirtschaftlich schwieriger Zeiten bilden wir unsere Mitarbeiter weiterhin fort. Neben den allgemeinen Weiterbildungsangeboten können sich Mitarbeiter in Kurzarbeit in eigens dafür aufgelegten Qualifikationsprogrammen weiter qualifizieren und so unter anderem IHK-Abschlüsse erwerben. Bis Ende 2009 nahmen an den deutschen Standorten über 5.000 Mitarbeiter innerhalb von rund 13.500 Qualifizierungstagen diese Möglichkeit wahr.

**Qualifizierungsoffensive Green Technologies:** Nicht nur in der Berufsausbildung spielen neue Technologien künftig eine immer größere Rolle, auch unsere Stammbeslegschaft muss in diesen Technologien fit gemacht



Mehr zur tariflichen Vergütung:

[Online 405](#)



Mehr zu LEAD:

[Seite 21](#)



Mehr zum DAS und zur internationalen Ausbildung:

[Online 406](#)



Mehr zu PLS:

[Online 407](#)



Für weiterführende Informationen bitte entsprechende Nummer unter <http://nachhaltigkeit.daimler.com> in die Suchmaske eingeben.

## 28 Kennzahlen Gesundheitsmanagement

	2007	2008	2009
<b>Betriebliche Gesundheitsförderung</b>			
Angebote für Gesundheitstrainings:			
- Schichtarbeiter	1.296	984	670
- Führungskräfte	645	396	330
- leitende Führungskräfte	140	128	72
Angebote für Gesundheitskuren:			
- Schichtarbeiter	250	263	111
- Führungskräfte	200	166	89
- leitende Führungskräfte	50	15	0
<b>Werkärztlicher Dienst</b>			
Sprechstunden	31.015	31.408	24.769
Arbeitsmedizinische Vorsorgeuntersuchungen	44.043	43.277	36.195
<b>Betriebliche Sozialberatung</b>			
Anzahl beratener Klienten	4.600	4.770	4.499
<b>Sonstige</b>			
BKK-Mitglieder	158.400	164.556	167.581
Mitglieder SG Stern	33.000	34.540	35.300

**36.195** Arbeitsmedizinische Vorsorgeuntersuchungen im Jahr 2009

## 29 Anteil der Frauen bei Daimler

Angaben in Prozent	Stand 31.12.2007	Stand 31.12.2008	Stand 31.12.2009	Zielkorridor gemäß Betriebs- vereinbarung (2006–2010)
Belegschaft	12,0	12,2	12,4	12,5–15
Angestellte	24,0	24,1	24,2	-
Ausbildung	19,4	20,2	20,7	20–24
Gewerblich-technische Berufsausbildung	10,6	11,2	11,7	11–14
Führungsfunktion Ebene 4	10,6	11,2	11,7	10–14

**11,7 %** Frauenanteil in der Führungsfunktion der Ebene 4

werden. Hierfür haben wir in den einzelnen Divisionen unterschiedlichste Projekte ins Leben gerufen.  A

**Nachwuchsprogramm CAREer.** Im Rahmen unseres Nachwuchsprogramms „CAREer – The Talent Program“ haben wir 2009 mehreren Hundert Hochschulabsolventen einen erstklassigen Einstieg ins Berufsleben ermöglicht.  B

**Daimler Corporate Academy.** Die Daimler Corporate Academy bündelt unsere Angebote zur Führungskräftequalifizierung (weltweit für alle Ebenen) und zur fachlichen Qualifizierung für die Funktionen Finanzen, Einkauf und Personal (weltweit) sowie zur überfachlichen Qualifizierung (deutschlandweit). Sie ermöglicht es uns, unsere Mitarbeiter auf der ganzen Welt durch effiziente Lernarchitekturen nach einheitlichen Daimler-Standards zu qualifizieren. Die Zusammenfassung der Veranstaltungen in der Daimler Corporate Academy ermöglicht zudem ein breiteres Programmangebot und zugleich deutliche Einsparungen bei externen Anbietern.

Durch die Nutzung interner Ressourcen konnte Daimler 2009 trotz der schwierigen Lage in der Automobilindustrie und den damit verbundenen Budgetrestriktionen eine Basisqualifizierung der Mitarbeiter sichern. Der Bedarf an Qualifizierungen wurde weitgehend gedeckt – und fiel aufgrund von Reisebeschränkungen generell geringer aus. Rund 2.000 Führungskräfte aus über 60 Standorten nahmen 2009 an Führungskräftequalifizierungen teil. Für rund 5.000 Mitarbeiter führten wir fachliche Qualifizierungen in den Themenfeldern Finanzen, Personal und Einkauf durch. Im Bereich der überfachlichen Qualifizierung fanden deutschlandweit etwa 360 Veranstaltungen mit mehr als 3.000 Teilnehmern statt. Für 2010 gehen wir derzeit von einem ähnlich reduzierten Qualifizierungsvolumen wie 2009 aus. Daher werden wir uns auf neue, der Kostensituation entsprechende Lernformate sowie eine stärkere Nutzung neuer Technologien konzentrieren.

**Führungskräftequalifizierung als integraler Teil der Personalentwicklung.** Alljährlich erstellt die Daimler Corporate Academy ein integriertes und durchgängiges Gesamtprogramm. Unabhängig vom jeweiligen Standort erhalten unsere Führungskräfte auf diese Weise weltweit dieselben Angebote in derselben Qualität, angepasst an die jeweilige Landessprache. So bereiten wir zum Beispiel die jährlich rund 600 neu ernannten Führungskräfte der Ebene 4 durch ein gemeinsames Programm auf ihre neue Rolle und Aufgabe vor. Im Rahmen sogenannter „Division Days“ werden hierbei regionale Gegebenheiten sowie geschäftsfeldspezifische Themen berücksichtigt. Damit bleiben die Vorteile der zuvor spezifisch in den Geschäftsfeldern und der Zentrale durchgeführten Programme erhalten. Diese Programme enthalten die relevanten Informationen zu den Themen Diversity, Unternehmenswerte und Compliance, um

deren Vertiefung insbesondere bei neu ernannten Führungskräften durchgängig sicherzustellen.

Als Mitglied der Globally Responsible Leadership Initiative (GRLI) beteiligt sich die Daimler Corporate Academy an der Weiterentwicklung von Bildungsanforderungen und -konzepten für die nächste Führungsgeneration, die im Sinne einer weltweiten Verantwortlichkeit handeln soll. Dieses Engagement hilft uns, die zukünftige Führungskräfteentwicklung in unserem Unternehmen zu gestalten, indem wir die Ergebnisse der Zusammenarbeit konsequent in unseren Daimler-Leadership-Programmen umsetzen.

Ein weiteres Beispiel ist unser weltweiter Coaching-Pool. Dieser Pool, in dem interne und externe Coaches registriert sind, ermöglicht schnelle weltweite Verfügbarkeit, übergreifende Qualitätssicherung und erhöhte Transparenz von Vertragsbedingungen. Trotz dieser zentralen Bündelung behalten wir die lokalen Ansprechpartner in den Personalbereichen der Standorte bei.

**Fachliche Qualifizierung weltweit und überfachliche Qualifizierung deutschlandweit.** Aufgrund der Ergebnisse der strategischen Bedarfsanalyse haben wir 2009 unser Gesamtprogramm für die zu qualifizierenden Mitarbeiter und Führungskräfte aus den Funktionen Finanzen, Einkauf und Personal verabschiedet und in mehreren Sprachen erstellt. Auch 2010 werden wir die Internationalisierung des Programms weiter intensivieren. Es werden dann verstärkt Mitarbeiter in Japan, China und den USA zu Finanz-, Einkaufs- und Personalthemen geschult.

#### 4.0 Arbeitssicherheit und Gesundheit

Bei Daimler gelten im Arbeits- und Gesundheitsschutz weltweit einheitliche Leitsätze, die durch die Unternehmensleitung und die Weltarbeitnehmervertretung vereinbart wurden. Sie orientieren sich an Landesgesetzen sowie an Richtlinien der Internationalen Arbeitsorganisation (ILO) zum Arbeits- und Gesundheitsschutz (ILO/OSHMS 2001). Ihre Umsetzung gewährleistet der standort- und geschäftsfeldübergreifende Bereich Health & Safety, der alle Themen der Gesunderhaltung und Gesundheitsförderung – Arbeitsmedizin, Arbeitsschutz, betriebliche Gesundheitsförderung, Ergonomie, Sozialberatung und Integrationsmanagement – unter einem Dach zusammenfasst.

Im jährlichen „Health & Safety Report“ werden die Aktivitäten im Arbeits- und Gesundheitsschutz detailliert beschrieben. Er enthält alle wichtigen Gesundheitskennzahlen für das zurückliegende Jahr sowie Informationen zu konzernweiten Maßnahmen und Berichte aus den Landesgesellschaften.  

Auch 2009 wurde Daimler wieder mehrfach für sein vorbildliches Engagement und den ganzheitlichen Ansatz im Gesundheitsmanagement ausgezeichnet. So erhielten wir den „Corporate Health Award“ der gemeinnützigen Initiative von Handelsblatt, TÜV SÜD Life Service und EuPD Research für unseren Einsatz für die Gesundheit und Leistungsfähigkeit der Mitarbeiter sowie unser nachhaltiges Personalmanagement. Weiter prämierte die Kampagne „Move Europe“ Daimler mit dem „Unternehmenspreis Gesundheit“. Zudem haben wir auch 2009 die Vernetzung und den Best-Practice-Austausch zwischen unseren weltweiten Standorten durch das internationale Gesundheitsmanagement vorangetrieben.

**Arbeitsunfälle.** In Deutschland hat Daimler die Unfallzahlen in den letzten Jahren deutlich verringert. Zwar brachten zahlreiche Neuanläufe von Fahrzeugen veränderte Arbeitsabläufe und damit potenziell mehr Unfallrisiken mit sich. Dennoch gingen die Unfallzahlen von 2004 bis 2009 merklich zurück: Die Unfallhäufigkeit sank von 17,9 auf 13,5 Fälle<sup>1</sup> und damit um rund 25 Prozent, während sich die Unfallbelastung um rund 29 Prozent von 181 auf 128 Ausfalltage<sup>2</sup> verringerte.

#### 5.0 Diversity

In unserem internationalen Konzern schätzen wir die Vielfalt, die unsere Mitarbeiter an persönlichen Eigenschaften, Talenten und Fähigkeiten mitbringen. Unser Diversity-Management ist darauf ausgerichtet, diese Vielfalt für den Erfolg unseres Unternehmens bestmöglich zum Einsatz zu bringen. Wir haben uns zum Ziel gesetzt, bis 2010 im Diversity-Management in Deutschland zu den angesehensten Automobilunternehmen zu gehören. Außerdem streben wir an, den Anteil von Frauen in leitenden Führungspositionen bis 2020 auf 20 Prozent zu erhöhen. Diversity-Management bedeutet für uns, die unternehmerische Wertschätzung sowie die bewusste Förderung und Nutzung der Vielfalt weiter in unserer Unternehmenskultur zu verankern. Hierzu analysieren wir diesbezügliche Daten und Fakten, legen Strategien fest und definieren geeignete Maßnahmen. Auf diese Weise haben wir als ersten Handlungsschwerpunkt die Förderung von Frauen in Führungspositionen gewählt (Gender Diversity). Auch zukünftig werden wir unser Augenmerk auf dieses Handlungsfeld richten und mit bewährten Aktivitäten auf unsere Ziele hinarbeiten. Die Zeit ist jedoch reif dafür, dass wir uns weiteren Themen wie Generationenmanagement und Internationalität zuwenden und unsere Anstrengungen darauf richten, diese noch stärker als bisher in unserer Unternehmenskultur zu verankern. Wir setzen deshalb auf ein Maßnahmenbündel, das neben speziellen Fördermaßnahmen für Frauen Initiativen für alle Führungskräfte sowie die Belegschaft umfasst.  



Mehr zur Technik-Akademie:  
[Online 408](#)



Mehr zu CAREer:  
[Online 409](#)



Unser Health & Safety Report sowie weitere Kennzahlen und Projekte zum Thema:  
[Online 410](#)



Mehr zu Diversity:  
[Online 411](#)



Für weiterführende Informationen bitte entsprechende Nummer unter <http://nachhaltigkeit.daimler.com> in die Suchmaske eingeben.



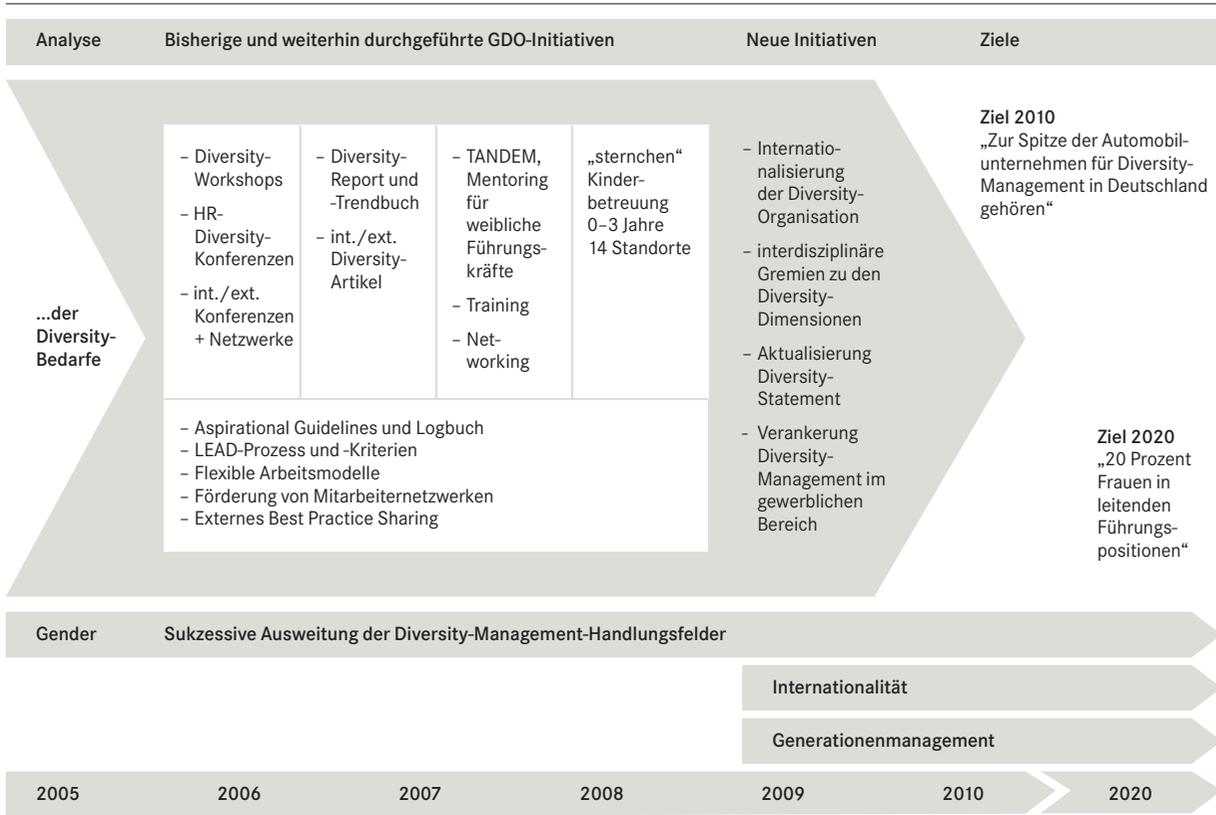
rund 25 %

Rückgang der  
Unfallhäufigkeit  
seit 2004

<sup>1</sup> Durchgangsarzt-Fälle mit mindestens einem Ausfalltag pro 1 Million Anwesenheitsstunden, bezogen auf Mitarbeiter in der Produktion oder produktionsnahen Bereichen.

<sup>2</sup> Unfallbedingte Ausfalltage pro 1 Million Anwesenheitsstunden, bezogen auf Mitarbeiter in der Produktion oder produktionsnahen Bereichen.

30 **Global Diversity Office (GDO): Initiativen seit 2005 und Ausblick**



**20%** Frauen in leitenden Führungspositionen bis 2020



**Dr. Beate Feuchte**

Wissenschaftliche Mitarbeiterin im  
Projekt CSR der Hans-Böckler-Stiftung

## Externes Statement

### Hans Böckler Stiftung

Fakten für eine faire Arbeitswelt.

Die Hans-Böckler-Stiftung ist das Mitbestimmungs-, Forschungs- und Studienförderungswerk des Deutschen Gewerkschaftsbundes. Sie wirbt für Mitbestimmung als Gestaltungsprinzip einer demokratischen Gesellschaft und setzt sich dafür ein, die Möglichkeiten der Mitbestimmung zu erweitern.

 Mehr Informationen unter:  
[www.boeckler.de](http://www.boeckler.de)

Daimler zeigt in der Wirtschaftskrise ein hohes Maß an sozialer Verantwortung. Die „Gesamtbetriebsvereinbarung zur Senkung der Arbeitskosten zur Beschäftigungssicherung“ schließt betriebsbedingte Kündigungen bis zum 30. Juni 2010 auch für die Beschäftigten aus, die nicht unter dem Schutz der Zukunftssicherung 2012 stehen. Die Vereinbarung sieht eine Einsparung von Personalkosten über eine kollektive Arbeitszeitverkürzung von 8,75 Prozent derjenigen Beschäftigten vor, die nicht in Kurzarbeit sind. Mit der Verschiebung der Auszahlung der Ergebnisbeteiligung für das Jahr 2008 leisten die Tarifbeschäftigten einen wichtigen Beitrag zur Stabilisierung der Liquidität. Aufsichtsrat, Vorstand und leitende Angestellte tragen hierzu mit einer Verringerung ihres Grundgehältes um bis zu 15 Prozent ebenfalls einen Beitrag. Die vereinbarte Prüfung eines innovativen Mitarbeiterkapitalbeteiligungsmodells ergab, dass sich ein solches Modell unter den derzeitigen insbesondere steuerlichen Rahmenbedingungen nicht in der erforderlichen Attraktivität umsetzen lässt.

Die Übernahme aller Auszubildenden in Teilzeit im Sommer 2009 ist vor dem Hintergrund der krisenbedingten Gewinneinbrüche aner kennenswert. Die 20 Prozent über den Bedarf Ausgebildeten werden für ein Jahr befristet übernommen und bei der Arbeitssuche unterstützt. Die Pläne zur Verlagerung der C-Klasse aus Sindelfingen nach Bremen und in die USA gefährden aus Sicht des Betriebsrats in Sindelfingen bis zu 3.000 Arbeitsplätze. Unter anderem durch die Zusage des Ausschlusses betriebsbedingter Kündigungen im Werk Sindelfingen bis 2020 konnte ein massiver Konflikt zwischen Vorstand und Belegschaft gelöst werden. Positiv zu bewerten ist ein so langer Ausschluss von betriebsbedingten Kündigungen in Verbindung mit einem schlüssigen Personalkonzept. Zusätzlich zur Verlagerung der Mercedes-Benz SL-Montage aus dem Werk Bremen (ca. 1.000 Arbeitsplätze) werden durch verschiedene Maßnahmen (Insourcing, Entstehen neuer Arbeitsplätze im Bereich neuer Technologien etc.) ca. 2.000 Arbeitsplätze gesichert, wobei die Folgen der Maßnahmen für Zulieferer ungeklärt sind.

Beim Thema Diversity ist positiv hervorzuheben, dass eine Betriebsvereinbarung bereits seit 2001 Zielkorridore für den Frauenanteil im Tarifbereich vorgibt und die Entwicklung über ein Controlling-System überprüft wird. Für den Frauenanteil in Führungspositionen hat die Unternehmensleitung Zielkorridore aufgestellt, was in Deutschland bei börsennotierten Unternehmen keine Selbstverständlichkeit ist. Handlungsbedarf besteht noch im technischen Bereich. Neben den erfolgreichen Girls' Days und Schülerpraktika könnte das Unternehmen noch aktiver auf junge Schülerinnen zugehen, um sie für eine technische Ausbildung zu gewinnen. Um auch den Anteil der Meisterinnen zu erhöhen, sollten Mentoringprogramme für junge Facharbeiterinnen angeboten werden. Trotz einer Vielzahl von Möglichkeiten zur flexiblen Arbeit kann eine Beschäftigung in Teilzeit der Karriereentwicklung noch immer abträglich sein. Die Bemühungen des Unternehmens, die Relevanz von Diversity den Führungskräften nahezubringen und damit zum selbstverständlichen Teil der Unternehmenskultur zu machen, sind aner kennenswert, müssen aber noch verstärkt werden. Wichtige Rahmenbedingungen sind mit der Einrichtung werkseigener Kinderkrippen bereits geschaffen.

Die vom Unternehmen 2008 verabschiedete „Richtlinie zur Nachhaltigkeit“ dient der Kommunikation von Nachhaltigkeitsthemen an die Zulieferer. Sie konkretisiert die „Grundsätze zur sozialen Verantwortung“ (internationale Rahmenvereinbarung), bezieht sich auf die ILO-Kernarbeitsnormen sowie die Themen Umwelt und Antikorruption. Bedauerlicherweise wurden die Arbeitnehmervertretungen nicht in die Konzeption der Richtlinie eingebunden. Somit konnte deren bei der Entwicklung und Umsetzung der Grundsätze gewonnene Kompetenz nicht genutzt werden. Beim Thema Menschen- bzw. fundamentale Arbeitnehmerrechte erscheint es zudem wichtig, dass eindeutig, klar und ohne Differenzierungen mit einer Stimme gesprochen wird. In diesem Themenfeld sollten sämtliche Unternehmensregelungen präzise aufeinander abgestimmt sein.

**Dr. Beate Feuchte**  
Düsseldorf, im Januar 2010



# Unsere Verantwortung als Arbeitgeber: Handlungsfelder und Ziele

Als global ausgerichtetes Unternehmen trägt Daimler Verantwortung für mehr als 250.000 Mitarbeiter in aller Welt. Im Krisenjahr 2009 bestand ein wesentlicher Schwerpunkt darin, unsere bestehende Belegschaft und damit das im Unternehmen vorhandene Know-how zu erhalten. Unsere Aktivitäten in den Bereichen Diversity- und Demografiemanagement und dem Gesundheitsschutz führen wir fort und entwickeln diese weiter. Zur Sicherung unserer Zukunftsfähigkeit setzen wir auf ein strategisches Personalmanagement. Dabei setzen wir u. a. auf bedarfsgerechte Aus- und Weiterbildungsangebote sowie eine gezielte Talentförderung.

Ziele	Aktivitäten/Status	Zielerreichung	Seite
<b>Diversity: Fokus Frauenförderung.</b>			
Sicherstellung der Nachwuchsgewinnung und -förderung.	2009 wurden mehrere Hundert Hochschulabsolventen sowie Bewerber mit erster Berufserfahrung im Rahmen des konzernweiten Nachwuchsprogramms CAREer eingestellt. Der Schwerpunkt der Einstellungen lag auf den strategischen Kernfeldern des Konzerns. Auch 2010 sollen weltweit mehrere hundert Hochschulabsolventen für CAREer rekrutiert werden.	Ziel gilt weiter.	➔ 56
Erhöhung des Frauenanteils in leitenden Führungspositionen konzernweit um einen Prozentpunkt pro Jahr; 20 Prozent Frauen in leitenden Positionen bis 2020.	// Mentoringprogramme unterstützen Frauen in Führungspositionen in ihrer Karriereplanung. // Diversity-Workshops zur Sensibilisierung aller Führungskräfte. Erreicht 2009: rund 8,0 Prozent Frauen in leitenden Führungspositionen.	Ziel gilt weiter.	➔ 57
Erhöhung des Frauenanteils im Management.	// Mentoringprogramm für Mitarbeiterinnen auf Sachbearbeiterebene // Gezieltes Rekrutieren von Frauen für CAREer // Betriebsvereinbarung mit Zielkorridor 10 bis 14 Prozent Frauenanteil bis 2010. Erreicht 2009: 11,7 Prozent Frauen (2008: 11,2 Prozent) im mittleren Management (Ebene 4).	Ziel gilt weiter.	➔ 57
Erhöhung des Frauenanteils in der Belegschaft.	// Hinweis bei Marketing- und Informationsveranstaltungen, dass Bewerbungen von Mädchen willkommen sind // Explizite Ansprache von Mädchen durch Marketingmaterial; Recruiting-Events für Hochschulabsolventinnen; Girls' Day und Girls' Week, um das Interesse von Mädchen an technischen Berufen zu wecken // Interne und externe Kommunikation dieser Maßnahmen. Erreicht 2009: Mit 12,4 Prozent konnte der Frauenanteil in der Belegschaft (2008: 12,2 Prozent) und mit 20,7 Prozent bei den Auszubildenden (2008: 20,2 Prozent) gegenüber dem Vorjahr erhöht werden. Zielkorridore gemäß der Betriebsvereinbarung bis 2010: Gesamtbelegschaft: 12,5–15 Prozent; Ausbildung 20–24 Prozent, technische Berufsausbildung: 11–14 Prozent.	Ziel gilt weiter.	➔ 57
Verbesserung der Vereinbarkeit von Beruf und Familie.	// Schaffung von 569 Kinderkrippenplätzen an den deutschen Daimler-Standorten bis 2012. // Angebot flexibler Arbeitsmodelle; Verbesserung von deren Akzeptanz durch flankierende Maßnahmen und Sensibilisierung der Führungskräfte.	Ziel gilt weiter.	🌐 411
<b>Arbeitgeberattraktivität.</b>			
Ausrichtung sämtlicher Arbeitgeber-Aktivitäten auf die strategischen Zukunftsfelder „Green Recruiting“ und „Emerging Markets“.	Nach Zielerreichung im Jahr 2008 liegt der qualitative Fokus 2009 auf der Realisierung eines durchgängigen Arbeitgeberauftritts mit strategischer Ausrichtung auf „Green Recruiting“ und deren erfolgreicher Übertragung in die „Emerging Markets“ über alle relevanten Marketingkanäle hinweg. Weiterer Ausbau von Maßnahmen zum „interaktiven Recruiting“ über Social Media etc.	Neues Ziel .	➔ 55 f.
Verbesserung des Commitments der Mitarbeiter.	// Regelmäßige Messung des Employee Commitment Index (ECI); Definition divisionaler ECI-Zielwerte // Umsetzung der sich aus der Mitarbeiterbefragung (GECS) 2007 ergebenden Maßnahmen // Die für Mai 2009 geplante Befragung wurde vom Vorstand wegen fehlender Planungssicherheit durch die Auswirkungen der Finanzkrise verschoben. Vorbehaltlich eines Vorstandsbeschlusses ist sie derzeit für Herbst 2010 vorgesehen.	Ziel gilt weiter.	➔ 51

Ziele	Aktivitäten/Status	Zielerreichung	Seite
<b>Demografischer Wandel.</b>			
Personaleinsatzplanung für ältere Mitarbeiter.	Integration älterer Mitarbeiter in bestehende Prozesse durch Sondierung bzw. Schaffung von Beschäftigungsmöglichkeiten, die Aspekte des Älterwerdens berücksichtigen.	Ziel gilt weiter.	➔ 51 f.
Transparente Bedarfs- und Fähigkeitsanalyse.	Systematische Analyse von Kapazitätsrisiken aus der demografischen Entwicklung (HR Resource Management) Umsetzung und Evaluierung zielgerichteter Maßnahmen, die aus den Analyseergebnissen abgeleitet werden können.	Ziel gilt weiter.	➔ 51 f.
Stärkere Berücksichtigung des Themas Demografie in Unternehmenskultur und Führungsprozess.	Verstärkte Integration des Themas „Demografie“ in der Unternehmenskultur und im Führungsprozess (z. B. in Führungsgesprächen zur Qualifizierung oder Personalentwicklung).	Ziel gilt weiter.	➔ 51 f.
Maßnahmenbewertung.	Entwicklung von Methoden und Werkzeugen, um die Wirkung von Maßnahmen zu bewerten und transparent zu machen.	Ziel gilt weiter.	➔ 51 f.
<b>Health &amp; Safety.</b>			
Konzernweite Sicherstellung der landesspezifischen Anforderungen an das Arbeits- und Gesundheitsmanagement.	Nutzung und Übernahme von Best Practice im Bereich Health & Safety, um die Steuerung und Vergleichbarkeit zu verbessern. Analyse- und Planungsphase 2008, Umsetzung ab 2009.	Ziel gilt weiter.	➔ 57
Unfallschwerpunkten entgegenwirken.	Umsetzung des Programms „Einstellungs- und Verhaltensänderung zur Arbeitssicherheit (EVA)“ an ausgewählten deutschen Produktionsstandorten bis 2008/2009.	Ziel erreicht.	🌐 410
Kampf gegen HIV/AIDS.	In Ländern mit moderater Ausbreitung der Infektion vor allem Sensibilisierung und Aufklärung. In Ländern mit ansteigender Ausbreitung der Infektion Konzentration auf die Prävention. In Ländern mit starker Ausbreitung der Infektion: umfassendes Arbeitsplatzprogramm.	Ziel gilt weiter.	🌐 410
Entwicklung eines ganzheitlichen Integrationsmanagements.	Konzept zur Optimierung des leistungsgerechten Einsatzes von Mitarbeitern mit gesundheitlichen Einschränkungen (Abgleich zwischen Anforderungsprofilen der Arbeitsplätze und den Fähigkeitsprofilen der Mitarbeiter).	Ziel gilt weiter.	🌐 410
Projekt Work-Life-Balance.	Beitrag zum langfristigen Erhalt der Leistungsfähigkeit und Leistungsbereitschaft der Mitarbeiter und Führungskräfte durch: // Entwicklung von Maßnahmen bzw. Prozessen in Bezug auf sich verändernde Rahmenbedingungen (z. B. Kurzarbeit) // Optimierung bestehender Maßnahmen, Abbau von Nutzungsbarrieren // Nachhaltige Verankerung von Work-Life-Balance in die Unternehmenskultur // Schaffung von Rahmenbedingungen für Work-Life-Balance bei Daimler.	Neues Ziel. (Projektende 30.04.2013)	🌐 410
Ergonomieinitiative für Produktion.	Konzeption durchgängiger Ergonomieprozesse bei der Neutypenplanung bis zur Serienproduktion.	Neues Ziel.	🌐 410



# 05

## Kunden und Gesellschaft

**Wie wir den Anforderungen gerecht werden, die unsere Kunden und die Gesellschaft an uns stellen?** Indem wir aus unseren Kundenbindungsprogrammen und dem intensiven Dialog mit unseren Stakeholdern klare Ziele definieren – und sie umsetzen: Durch unsere Produkte und Dienstleistungen und unser weltweites gesellschaftliches Engagement wird unser Unternehmen heute als „aktiver und gestaltender Teil der Gesellschaft“ akzeptiert und geschätzt.





## 1.0 Kunden

**1.1 Verbesserung und Pflege der Kundenbeziehungen.** Die Zufriedenheit unserer Kunden ist ein vorrangiges Unternehmensziel. Dies gilt für alle Produkte, Service- und Finanzdienstleistungen unseres Konzerns. Wir berücksichtigen die Wünsche unserer Kunden über den gesamten Produktlebenszyklus hinweg – von der Entwicklung über den Service bis hin zur umweltgerechten Altfahrzeugverwertung. Mit unserem Customer-Relationship-Management (Kundenbindungsmanagement, CRM) haben wir Rahmenbedingungen für ein wirksames Beziehungsmanagement geschaffen, das auch auf regionenspezifische Anforderungen eingeht und Kennzahlen als Steuerungsgrundlage vorsieht. Außerdem tragen Programme der einzelnen Geschäftsbereiche zur systematischen Verbesserung der Kundenzufriedenheit bei.  

**1.2 Management der Kundenbeziehungen bei Mercedes-Benz Cars.** Neue Kunden gewinnen und bestehende langfristig und emotional an die Marken binden, das ist das Ziel des integrierten Kundenbindungsmanagements von Mercedes-Benz und smart. Mercedes-Benz will bis zum Ende des Jahrzehnts bei der Kundenzufriedenheit weltweit die Spitzenposition im Premiumsegment einnehmen – eine anspruchsvolle Aufgabe. Im August 2006 wurde daher das Programm „CSI No. 1“ gestartet, um die Kundenzufriedenheit weiter zu optimieren. Das ist uns gelungen. Seit Beginn des Programms haben wir in fast allen Märkten eine deutliche Verbesserung unserer Wettbewerbsposition im Verkauf und im Service erzielt.

In dem Programm CSI No. 1 haben wir alle Initiativen gebündelt, die die Betreuung der Kunden im direkten Kontakt oder durch die Anpassung von Abläufen verbessern. Regelmäßig geben wir interne und externe Kundenbefragungen in Auftrag. Eine einheitliche Methodik der Messung und Steuerung ist Basis des Programms. Daraus entwickeln wir nach dem Baukastenprinzip maßgeschneiderte CSI-Aktionspläne, deren Umsetzung überwacht wird.

**1.3 Management der Kundenbeziehungen bei Mercedes-Benz Lkw.** In Zeiten von steigenden Belastungen für die Transportunternehmer erwarten unsere Kunden mehr denn je Fahrzeuge von höchster Qualität und Zuverlässigkeit. Genau darauf zielt unser Markenversprechen „Trucks you can trust“ ab. Es liegt in der Verantwortung insbesondere unserer Mitarbeiter und Führungskräfte in der Entwicklung, der Produktion, im Verkauf und im Service, jederzeit eine erstklassige Produkt- und Servicequalität sicherzustellen. Es ist unser oberstes Ziel, unser Markenversprechen einzulösen, also „Trucks you can trust“ für unsere Kunden

erlebbar zu machen und auf diese Weise nachhaltig Vertrauen zu schaffen.

Transportunternehmer achten bei der Kaufentscheidung nicht nur auf den Fahrzeugpreis, sondern auch auf die Kosten für den laufenden Unterhalt sowie den Wiederverkaufswert. Maßgeblich ist also letztlich die Summe aller Kosten, die über den gesamten Lebenszyklus eines Fahrzeugs anfallen (Total Cost of Ownership). Der Kunde akzeptiert nur einen Hersteller als Partner, der die Wirtschaftlichkeit der Investition begründen und ein genau auf seine Bedürfnisse ausgelegtes Angebot vorlegen kann.

**1.4 Management der Kundenbeziehung bei Daimler Trucks North America.** Daimler Trucks North America strebt höchste Kundenzufriedenheit an – sowohl bei den eigenen Produkten als auch bei Serviceleistungen unserer Vertragshändler der Marken Freightliner, Western Star, Thomas Built Buses und Detroit Diesel. Seit 2004 erfragen wir die Kundenzufriedenheit im Rahmen des Programms „Service and Part Experience“ (SPE). Zusätzlich haben wir weitere Prozesse und Programme initiiert, um Effizienz und Qualität unserer Vertragspartner zu steigern. Dazu zählen Beratungen und Schulungen, eine im gesamten Händlernetz verbesserte Ersatzteilversorgung, verkürzte Wartungs- und Reparaturzeiten (Mission Critical) sowie eine garantiert sofort durchgeführte Servicediagnose (Express Assessment).

Ergänzend hierzu haben wir im Jahr 2007 in Zusammenarbeit mit unseren Händlern das Programm „Customer First“ gestartet, das inzwischen deutliche Wirkung zeigt. Ziel ist es, die Führerschaft in puncto Kundenservice und Kundenzufriedenheit zu erlangen. Hier sind wir auf einem guten Weg: Das zeigen die 30-prozentige Verbesserung in den SPE-Kundenbefragungen seit deren Einführung 2004 sowie unsere stetig besser werdende Position im nordamerikanischen Wettbewerbsvergleich.

**1.5 Management der Kundenbeziehung bei Mitsubishi Fuso Truck & Bus Corporation.** Mitsubishi Fuso hat alle Kundenbeziehungen unter das Motto „All for you“ gestellt. Mit dem Fuso Product Development System (FPD) haben wir eine Steuerungsmethode entwickelt, die Kundenwünsche systematisch, über den gesamten Fahrzeugentwicklungsprozess hinweg – vom Designkonzept bis hin zur Markteinführung – berücksichtigt.

Weltweit unterhält Mitsubishi Fuso ein flächendeckendes Verkaufs- und Servicenetz. In Japan richtet das Unternehmen sein Händlernetz derzeit neu aus, um es dem insgesamt rückläufigen Markt anzupassen und die Kundenorientierung zu erhöhen. Nach dem „Hub and Spoke“-Prinzip werden dabei große Niederlassungen (Hubs), die alle Serviceleistungen inklusive Neuverkäufe



Mehr zur Pflege der Kundenbeziehungen:

**Online 501**



Für weiterführende Informationen bitte entsprechende Nummer unter <http://nachhaltigkeit.daimler.com> in die Suchmaske eingeben.



30 %

verbessert in den  
SPE-Kunden-  
befragungen seit  
2004

**Herr Dr. Schmidt, zufriedene Kunden sichern den langfristigen ökonomischen Erfolg eines Unternehmens. Was können Sie dazu beitragen?**

**Dr. Joachim Schmidt:** Wir wollen unsere Kunden in erster Linie durch unsere Produkte, aber natürlich auch mit unserer Betreuung und mit unserem Service begeistern. Nicht umsonst ist eine begeisterte Kundenbetreuung auch in der Markenpositionierung von Mercedes-Benz fest verankert. Diesen Anspruch haben aber natürlich auch die weiteren Marken im Unternehmen. Die Kollegen bei Daimler Financial Services, Daimler Trucks, Mercedes-Benz Vans oder Daimler Buses haben hier mit ebenso hohen Zielsetzungen 2009 ihr Kundenmanagement weiter vorangetrieben.

**Zeigen Ihre Bemühungen Erfolge?**

**Schmidt:** Auch im schwierigen Jahr 2009 haben wir uns in nahezu allen Märkten bei der Kundenzufriedenheit deutlich verbessert. In einem unserer wichtigsten Märkte, den USA, stehen wir im Ranking der „J.D. Power SSI“-Studie, welche die Kundenzufriedenheit mit dem Kaufprozess beim Händler misst, jetzt auf Platz zwei im Premiumsegment. Wir haben hier die höchsten Kundenzufriedenheitswerte geschafft, die je ein deutscher Hersteller erreicht hat. Trotz dieser guten Bilanz unserer Programme bei Daimler – sei es „CSI No. 1“, „Trucks you can trust“ oder „Captive #1“, um nur einige zu nennen – haben wir uns ambitionierte Ziele für die Zukunft gesetzt.

**Zur Kundenzufriedenheit gehört es heute auch, den Wunsch nach zukunftsfähigen Produkten erfüllen zu können.**

**Schmidt:** Lassen Sie mich hier deutlich werden: Als erster Automobilhersteller überhaupt geben wir 2010 drei alltagstaugliche Elektrofahrzeuge in Kundenhand: die B-Klasse F-CELL mit Brennstoffzellenantrieb, den smart electric drive und Ende 2010 die A-Klasse E-CELL. Damit stellen wir als Erfinder des Automobils entscheidende Weichen für die Ära der Elektromobilität. Ich denke wir geben an unsere Kunden hier ein deutliches Signal, wie ernst wir es mit nachhaltiger Mobilität meinen. Im Bus- und Nutzfahrzeugbereich sind wir hier bei den Lkw und Bussen mit unserer SCR- und BLUETEC-Technologie, dem Fuso Canter Eco Hybrid oder unseren Orion Hybridbussen – um nur einige Beispiele zu nennen – bereits Marktführer, was umweltfreundliche Mobilität in diesen Fahrzeugsegmenten angeht.

**Nachhaltige Mobilität heißt auch, Ihren Kunden nachhaltige Mobilitätslösungen in Werbung und Marketing näherzubringen.**

**Schmidt:** Wir werden 2010 unser BlueEFFICIENCY Portfolio auf 85 Fahrzeuge erhöhen – und das natürlich auch an unsere Kunden durch Werbung und Marketing kommunizieren. Mit dieser groß angelegten Kampagne informieren wir die Menschen über unser umfangreiches Angebot an umweltfreundlichen und verbrauchs-optimierten Fahrzeugen.

**Wie passt das mit dem Formel 1-Engagement zusammen?**

**Schmidt:** Die Tradition von Mercedes-Benz im Rennsport ist einzigartig. Gleichzeitig bietet uns die Formel 1 nach wie vor eine ideale Plattform, um unsere technologische Kompetenz unter Beweis zu stellen. Wir wollen in beiden Disziplinen „Weltmeister“ werden – in der „Formel 1“ und in der „Formel Grün“.



„Wir wollen unsere Kunden in erster Linie durch unsere Produkte, aber natürlich auch mit unserer Betreuung und mit unserem Service begeistern.“

## Interview mit Dr. Joachim Schmidt

Leiter Mercedes-Benz Cars Vertrieb und Marketing

anbieten, durch dezentrale Servicestellen ergänzt, die für die Kunden bequem erreichbar sind. Auch wenn sich dadurch die Gesamtzahl der Stützpunkte insgesamt verringert, wird das Kundenaufkommen an einzelnen Orten ebenso berücksichtigt wie die Bedürfnisse von Flotten- und Einzelkunden.

Darüber hinaus überprüft Mitsubishi Fuso in Japan und auf den internationalen Märkten regelmäßig die Kundenzufriedenheit anhand verschiedener Parameter und leitet aus den Ergebnissen Verbesserungsmaßnahmen ab.

**1.6 Management der Kundenbeziehung bei Mercedes-Benz Vans.** Unsere tägliche Zielsetzung ist es, der kundenorientierteste, effizienteste und leistungsstärkste Vertriebsbereich aller Transporterhersteller zu sein. Im Mai 2008 haben wir daher die Initiative „Kundenzufriedenheit Nummer 1“ gestartet. Mit ihrer Hilfe wollen wir die Zufriedenheit unserer Kunden kontinuierlich verbessern und ein gemeinsames Verständnis dessen entwickeln, was unsere Kunden wünschen. Die Initiative zielt sowohl auf die interne als auch externe Kundenzufriedenheit.

Den Auftakt bildete eine Serie von Workshops, in denen individuelle und prozessuale Verbesserungsmaßnahmen erarbeitet wurden. Im Jahr 2009 lag unser Fokus auf den externen Kundenbeziehungen. Zu Beginn des Jahres haben wir hierzu europaweit nach einheitlichen Maßstäben die Zufriedenheit unserer Kunden mit den Verkaufsprozessen bei den Händlern gemessen. Die Ergebnisse haben wir zentral analysiert und Verbesserungsmaßnahmen mit den einzelnen Märkten vereinbart.

**1.7 Management der Kundenbeziehungen bei Daimler Buses.** Mit seinen Produktmarken Mercedes-Benz, Setra und Orion sowie der Dienstleistungsmarke Omniplus verfügt Daimler Buses über eine umfassende Kompetenz in Bezug auf das Produkt und Transportsystem Bus. Das ist Grundvoraussetzung dafür, die je nach Produkt-, Marktsegment und Region höchst unterschiedliche Geschäftslogik unserer Kunden zu verstehen und nachhaltige Kundenbeziehungen aufzubauen. Das Produktangebot und Dienstleistungsangebot unserer Marken ist dabei so vielfältig wie die Wünsche unserer Kunden. Außerdem berät ein Spezialistenteam aus unserem Haus Städte bei der Planung und Einrichtung nicht schienengeführter, flexibler Omnibus-Verkehrssysteme, sogenannter „Bus Rapid Transit“-Konzepte (BRT). In Metropolen Europas und Lateinamerikas haben wir solche Projekte erfolgreich begleitet und geeignete Busse oder Chassis geliefert. Unsere Fahrzeuge erfüllen in allen Anwendungsbereichen die höchsten, jeweils gültigen Umweltstandards. Im Bereich aktiver und passiver Sicherheit setzen wir mit unseren Fahrzeugen Maßstäbe.

In langfristig angelegten Kundenzufriedenheits-, Image- und Markenqualitätsstudien messen wir die Zufriedenheit und Loyalität unserer Kunden. Die internen Zielwerte haben wir 2009 nochmals erhöht. Mit maßgeschneiderten Trainingskonzepten bieten wir unseren Kunden auch für den laufenden Betrieb einen wirksamen Hebel für wirtschaftlichen Erfolg. Dank des neuen Flottenmanagementsystems Omniplus BusFleet können Busunternehmen Fahrzeuge jederzeit lokalisieren, Daten übermitteln und somit ihren Betrieb optimieren. Unser engmaschiges Omniplus-Servicenetzt und unser hochmodernes Ersatzteil-Logistikcenter in Neu-Ulm garantieren allen Mercedes-Benz und Setra-Kunden eine hohe Teileverfügbarkeit auch viele Jahre nach dem Auslaufen einer Baureihe.

**1.8 Management der Kundenbeziehung bei Daimler Financial Services (DFS).** Das Geschäftsfeld Financial Services leistet einen entscheidenden Beitrag zum weltweiten Absatz der Fahrzeugmarken und steigert nachhaltig die Loyalität der Kunden gegenüber dem Daimler-Konzern. Internen Messungen zufolge schließen DFS-Kunden nach Ablauf ihrer Verträge bei ihrem Händler schneller wieder Neuverträge ab, entscheiden sich durchschnittlich doppelt so häufig für einen Neuwagen und nutzen mehr Zusatzoptionen bei der Fahrzeugausstattung.

Die langfristige Kundenbindung ist für DFS ein strategisches Kernthema. Der Fokus der Verkaufsstrategie liegt daher neben der Gewinnung von Neukunden darauf, die Loyalität bereits bestehender Kunden zu erhöhen. So haben wir Kundenbindungsprogramme entwickelt, die beispielsweise vorsehen, dass alle Kunden vor Ablauf ihres Vertrags angesprochen werden und ein Loyalitätsangebot erhalten.

In unserer Unternehmensstrategie „Captive #1“ haben wir uns das Ziel gesetzt, die weltweite Nummer eins in der Kunden- und Händlerzufriedenheit unter den automobilen Finanzdienstleistern zu werden. Regelmäßig messen wir die Zufriedenheit durch interne sowie unabhängige externe Umfragen in den lokalen Märkten. Auf unsere Spitzenpositionen in vielen Rankings sind wir besonders stolz.  A

**1.9 Management der Kundenbeziehung im Bereich Service & Parts.** Höchste Kundenzufriedenheit war und ist im Service eines der wichtigsten Themen. Denn nur begeisterte Kunden sind loyale Kunden. Im engen Zusammenschluss mit allen Sparten unseres Unternehmens gilt es daher, die Bedürfnisse unserer Kunden in der Nutzungsphase eines Automobils zur vollsten Zufriedenheit zu erfüllen. Deswegen arbeiten wir an einem Relation Marketing, bei dem unsere Servicestützpunkte unsere Kunden mit Informationen zu Wartung und Reparatur versorgen und ihnen spezielle Serviceangebote unterbreiten. Diese Serviceinfor-



DFS-Programme und -Maßnahmen zur Steigerung der Kundenzufriedenheit:  
**Online 502**



Mehr zu unseren unterschiedlichen Projekten:  
**Online 503**



Für weiterführende Informationen bitte entsprechende Nummer unter <http://nachhaltigkeit.daimler.com> in die Suchmaske eingeben.

## „Each Girl is a Star“



Mädchen für technische Berufe zu begeistern ist der Anspruch von „Each Girl is a Star“, einem Ausbildungsprogramm von Mercedes-Benz Türkei in Kooperation mit der türkischen Frauenorganisation CYDD. Das mehrfach preisgekrönte Programm richtet sich insbesondere an sozial benachteiligte junge Frauen und ebnet ihnen über Praktika und Stipendien den

Weg in die traditionell männlich dominierte, technische Berufswelt. Mercedes-Benz möchte so einen Beitrag zu mehr Chancengleichheit leisten und daran mitwirken, die Beschäftigungsquote von Frauen in der Türkei insgesamt zu erhöhen.

Dieser Weg ist seit der Gründung von „Each Girl is a Star“ schon ein gutes Stück beschritten worden: 2004 mit zunächst 200 Mädchen gestartet, durchlaufen inzwischen 900 junge Frauen im Alter zwischen 15 und 18 Jahren das von Mercedes-Benz finanzierte Programm. Sie haben innerhalb eines vierjährigen Berufstrainings die Möglichkeit, Praktika bei Mercedes-Benz oder Händlern und Zulieferern zu absolvieren. Dabei können sie auch ihre Schul-, Sprach- und Computerkenntnisse verbessern. Nach Beendigung des Trainings besteht die Aussicht auf Übernahme entweder bei Mercedes-Benz direkt oder bei einem der Partnerunternehmen.

„Each Girl is a Star“ – der Name ist zugleich die Botschaft: Junge Frauen und Mädchen sollen darin bestärkt werden, ihre Fähigkeiten zu erkunden und sie selbstbewusst zum Einsatz zu bringen. Wie fruchtbar dieser Ansatz ist, zeigt die Weiterentwicklung des Programms: Immer mehr Projektabsolventinnen möchten den eingeschlagenen Weg weitergehen und mit einem Studium vertiefen. Mercedes-Benz Türkei hat darauf reagiert und das Stipendienprogramm inzwischen erweitert: Seit 2007 werden zusätzlich 25 ambitionierte Studentinnen an verschiedenen Universitäten des Landes gefördert.

mationen sollen zukünftig verstärkt über die neuen Onlinemöglichkeiten aufrufbar sein.

Unsere weltweite Teilelogistik sorgt dafür, dass das richtige Mercedes-Benz Originalteil zum richtigen Zeitpunkt am richtigen Ort ist. Sollte das Fahrzeug doch einmal liegen bleiben, so hilft unser Customer Assistance Center kompetent und schnell weiter. Wir arbeiten konsequent daran, dass das Automobil dort ist, wo es hingehört: auf der Straße.

## 2.0 Gesellschaftliches Engagement

Unsere Präsenz in vielen Ländern dieser Welt bietet uns die Chance, das gesellschaftliche Umfeld aktiv mitzugestalten und den Dialog zwischen den Kulturen zu fördern. Wir wollen Werte für alle Stakeholder schaffen und sehen unser Engagement als genuinen Bestandteil unserer Unternehmenstätigkeit an. Deswegen legen wir auch hierbei hohe Qualitätsmaßstäbe an und haben klare Förderkriterien formuliert. Ein Spenden- und Sponsoringausschuss entscheidet über alle substanziellen Projekte, für Transparenz sorgt eine konzernweite Spenden- und Sponsoringdatenbank.

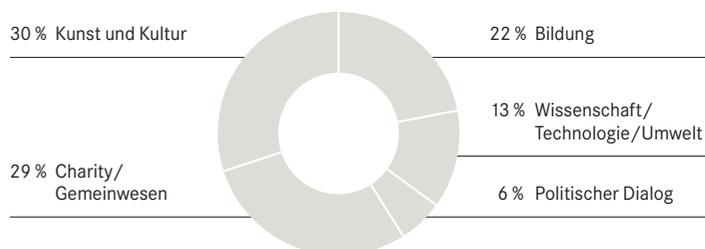
Grundsätzlich untergliedern wir unser gesellschaftliches Engagement in vier Bereiche: Spenden, Sponsoring, Stiftungsförderung sowie die Unterstützung mit Rat und Tat – dazu zählen wir ehrenamtliche Tätigkeiten unserer Beschäftigten (Volunteering) und die Weitergabe von Know-how sowie andere praktische Hilfe durch unser Unternehmen. Bei den Themen, für die wir uns einsetzen, unterscheiden wir zwischen der Förderung von Kultur, Bildung, Wissenschaft, Sport und Gesundheit, der Unterstützung karitativer Projekte sowie Katastrophenhilfe.

2009 hat Daimler gemeinnützige Institutionen und gesellschaftliche Projekte in einem Umfang von 26,41 Mio. Euro unterstützt (ausschließlich Projektmittel).    31

**2.1 Spenden.** Im Mittelpunkt unserer Spendentätigkeit steht die Wissenschaftsförderung. Sie macht in Deutschland einen erheblichen Teil des Spendenvolumens aus. Es folgen Bildungsförderung, karitative Projekte sowie Katastrophenhilfe.

Aufbauend auf den Erfahrungen der vergangenen Jahre haben wir 2009 einen Prozess für Katastrophenhilfe installiert, der ein hohes Maß an effektiver Hilfsleistung garantiert. Der Prozess gibt weltweit den Rahmen für Projekte vor und verdeutlicht inhaltliche Schwerpunkte. Zudem werden die betroffenen Landes- und Tochtergesellschaften bei der Auswahl von Aktivitäten und bei der Projektbegleitung unterstützt.

## 31 Spenden und Sponsoring im Jahr 2009



### Herr Jäger, wie ist die Rolle von Daimler in der Gesellschaft?

**Martin Jäger:** Daimler prägt durch sein Handeln soziale, politische und wirtschaftliche Beziehungen in der Gesellschaft, die von wechselseitigem Nutzen sind. Als weltweit aufgestelltes Unternehmen tragen wir an vielen Orten dazu bei, Wohlstand nachhaltig zu mehren und Standards zu schaffen und zu bewahren. Darüber hinaus engagieren wir uns über Unternehmensspenden, die Gottlieb Daimler- und Karl Benz-Stiftung, unser gemeinnütziges Arbeitnehmerengagement, Public-Private-Partnerships etc. aktiv in der Gesellschaft oder für ökologische und kulturelle Belange. Unsere Stakeholder setzen auf uns als verlässlichen Partner und haben gerade in der aktuellen Wirtschaftskrise die Entwicklung mit Blick auf Daimler mit großer Spannung verfolgt. Denn allen voran steht der Mercedes-Stern weltweit für Beständigkeit und Innovation. Und von der Frage, wer die Antriebe der Zukunft baut, hängt nicht nur ab, ob es gelingt, nachhaltige Mobilität zu realisieren, sondern daran entscheidet sich auch die Frage nach der Zukunft des Industriestandorts Deutschlands, unseres Heimatmarktes.

### Mit welcher Zielsetzung gestalten Sie den gesellschaftlichen Dialog?

**Jäger:** Das Vertrauen in die Kräfte des Marktes hat in der Wirtschaftskrise ohne Zweifel Schaden genommen. Jetzt gilt es, verlorenes Vertrauen zurückzugewinnen. Wir von Daimler haben dabei eine wichtige Aufgabe, denn wir stehen für solide, innovative und nachhaltige Wertschöpfung. Die Art und Weise, wie wir mit den Umbrüchen dieser Zeit fertig werden, wird gelegentlich sogar stellvertretend für die Fähigkeit Deutschlands gesehen, den Anforderungen einer globalisierten Welt standzuhalten. Unsere Zielsetzung ist klar: Wir wollen Pkw, Lkw, Transporter und Busse verkaufen, einschließlich der dazugehörigen Dienstleistungen. Der Dialog und die Interaktion mit unseren Interessengruppen in der Gesellschaft – mit der Politik, mit kulturellen Einrichtungen oder mit Vereinen und Bürgergruppen – hilft uns dabei, unsere Produkte den gesellschaftlichen Erwartungen entsprechend zu gestalten und auf den Markt zu bringen.

### Und dafür braucht Daimler auch Spenden, Sponsoring oder Stiftungen?

**Jäger:** Zweifellos! Wir haben das Stadium hinter uns gelassen, in dem wir erklären müssten, dass wir mit unternehmerischem Mäzenatentum oder der Förderung sozialer gesellschaftlicher Anliegen unser Kerngeschäft weltweit unterstützen. Dies ist eine Säule unserer Unternehmenskultur mit langer Tradition, insbesondere für die Belange von Bildung und Wissenschaft, Kultur sowie der Katastrophenhilfe. In diesem Kontext ist gesellschaftliches Engagement – seien es Spenden, Sponsoringmaßnahmen oder Stiftungsaktivitäten – ein wichtiger Teil der Wechselbeziehung zwischen Unternehmen und Gesellschaft. Aber es ist eben nur ein Teil. Dass wir dabei als Premiumhersteller mit dem Anspruch der Technologieführerschaft einen besonderen Fokus auf Bildung und Wissenschaft richten, liegt der Hand. Dies erklärt auch unser Engagement im Stifterverband für die Deutsche Wissenschaft und die zahlreichen Stiftungsprofessuren oder Stipendien, die mithilfe des Daimler-Fonds realisiert werden. Solches Engagement unterstützt somit letztlich unser Kerngeschäft – und indirekt natürlich auch das Bild eines Unternehmens, das zu seiner Verantwortung steht.



„Daimler prägt durch sein Handeln soziale, politische und wirtschaftliche Beziehungen in der Gesellschaft, die von wechselseitigem Nutzen sind.“

## Interview mit Martin Jäger

Leiter Global External Affairs and Public Policy

**2.2 Sponsoring.** Als Sponsor pflegt Daimler langfristige Partnerschaften mit verschiedenen gesellschaftlichen Akteuren. Unser Ziel ist es, eine nachhaltige Entwicklung in gesellschaftlich bedeutsamen Bereichen voranzutreiben. Besonders am Herzen liegt uns die Förderung von Bildung, Umwelt, Kunst und Kultur an unseren Standorten.

2009 wurde eine Sponsoringrichtlinie verabschiedet. Sie soll gewährleisten, dass unsere Zuwendungen bestehende rechtliche Bestimmungen und ethische Standards erfüllen, und sie soll den Prozess zur Vergabe von Sach- oder Geldmitteln nach innen und außen transparent machen.

**2.3 Volunteering und andere gemeinwohlorientierte Tätigkeiten.** Ein funktionierendes Gemeinwesen ist Voraussetzung dafür, dass sich unsere Mitarbeiter und unsere Nachbarn wohlfühlen. Davon profitiert unser Unternehmen als Ganzes. An unseren Standorten arbeiten wir daher eng mit der öffentlichen Verwaltung und gemeinnützigen Einrichtungen zusammen. Wir engagieren uns etwa für den Ausbau von betriebsnahen Kinderbetreuungseinrichtungen und in der Bildungs- und Ausbildungsförderung.

In zahlreichen Projekten können wir auf das ehrenamtliche Engagement unserer Mitarbeiter zählen. Sie investieren ihre Zeit und setzen sich ein, um gemeinnützige Projekte voranzubringen.

**2.4 Stiftungen.** Daimler hat Stiftungen gegründet, um damit Fördermittel langfristig klar definierten Verwendungszwecken zugutekommen zu lassen. Gefördert werden etwa Forschung und Bildung, Kultur und Gesundheit sowie die internationale Verständigung. In Ländern wie Japan und Frankreich bündeln wir über eigene Stiftungen die gesellschaftlichen Aktivitäten unseres Unternehmens.  33

 32 **Auswahl von gemeinnützigen und gesellschaftlichen Projekten 2009 weltweit**

Themenbereich	Institution / Projekt	Land
Bildung	UNESCO / Mondialogo	weltweit
	Kennedy Center / Art Bus	USA
	CYYD / Each Girl is a Star	Türkei
	MobileKids / Verkehrserziehung	weltweit
	Juan Manuel Fangio Foundation / Technical School Plus/Minus / Finanztraining für junge Leute	Argentinien Deutschland
Gemeinwesen	Day of Caring / Gestaltung von Einrichtungen für Kinder und Jugendliche	weltweit
	China Foundation for Youth Employment and Entrepreneurship / Aufbau Stiftungskapital	China
Kunst und Kultur	Staatsgalerie Stuttgart / Freier Eintritt, Mitarbeiteraktionen	Deutschland
	Art Scope / Förderstipendien	Japan
	Tomie Ohtake Institute / Ausstellungsreihe	Brasilien
	Villa Romana / Kunst-Förderstipendien	Italien
Soziales	Deutsche AIDS-Stiftung e.V. / AIDS-Gala	Deutschland
	Business against crime / Projekte zur Kriminalprävention	Südafrika
	Deutsche Cleft-Kinderhilfe e.V. / Aufbau Zentrum in Mumbai	Indien
	Stiftung phönix / Projekte für krebskranke Kinder	Deutschland
	Forgotten Harvest / Fogotten Harvest Truck Care e.V. / Mikrokredite	USA weltweit
Sport	DFB / Integrationspreis	Deutschland
	Marathon Tuscaloosa / Wohltätigkeitsveranstaltung	USA
	Laureus Stiftung / Kinder- und Jugendprojekte	weltweit
Umwelt	COP 15 / Umweltkonferenz	Dänemark
	Klima 2009 / Virtuelle Klimakonferenz	Deutschland
	Global Nature Fund / Seennetzwerk Living Lakes	weltweit
	Naturschutzbund (NABU) / Biosphärenmobil, Naturschutzstation Netta	Deutschland
Wissenschaft	Daimler-Fonds / Dotierung zur Projektförderung	Deutschland
	Tongji-Universität / Stiftungsprofessur Fahrzeugelektronik	China
	Stifterverband für die Deutsche Wissenschaft / Programmaktivitäten	Deutschland
Katastrophenhilfe	Protezione Civile / Erdbebenhilfe für die Abruzzen	Italien
	Australian Red Cross / Wiederaufbauhilfe nach Buschfeuer in Victoria	Australien

 33 **Unsere Unternehmensstiftungen**

Stiftung	Förderschwerpunkte	Fördermittel 2009
Gottlieb Daimler- und Karl Benz-Stiftung (1986)	Wissenschaftsförderung in den Bereichen Mensch, Umwelt und Technik	1,38 Mio. Euro (2008: 1,6 Mio. Euro)
Daimler-Fonds im Stifterverband für die Deutsche Wissenschaft (1975)	Forschung und Lehre des wissenschaftlichen Nachwuchses und dessen internationale Zusammenarbeit	1,35 Mio. Euro (2008: 1,59 Mio. Euro)
Laureus Sport for Good Stiftung Deutschland (2009)	Karitative Kinder- und Jugendprojekte	0,35 Mio. Euro
Daimler Foundation in Japan (2002)	Kulturprogramme und Wohltätigkeitsprojekte	11,5 Mio. JPY (2008: 25,0 Mio. JPY)

Das Engagement der Mercedes-Benz France Foundation, die die interkulturelle Verständigung zwischen Frankreich und Deutschland förderte und Nachwuchskünstler sowie kommunale Projekte unterstützte, ist im Jahr 2009 in die Landesgesellschaft Mercedes-Benz Frankreich übergegangen.



# Unsere Verantwortung gegenüber unseren Kunden: Handlungsfelder und Ziele

Als Automobilhersteller und Anbieter ergänzender Serviceleistungen sehen wir vertrauensvolle Beziehungen zu unseren Kunden als eine maßgebliche Geschäftsgrundlage an. Unsere Kunden haben höchste Ansprüche und dürfen von uns erwarten, dass wir das Versprechen unserer Marken für sie erfahrbar werden lassen. Daher wollen wir in sechs definierten Disziplinen führend sein: Qualität, Sicherheit, Komfort, Design, Umweltfreundlichkeit sowie Zufriedenheit mit Verkauf und Service.

Mehr zu den Zielen und Maßnahmen der Geschäftsfelder: [Online 504 – http://nachhaltigkeit.daimler.com](http://nachhaltigkeit.daimler.com)

Ziele	Aktivitäten/Status	Zielerreichung	Seite
<b>In allen Geschäftsfeldern: Marktführer in puncto Kundenzufriedenheit.</b>			
Mercedes-Benz Cars: bis 2010 weltweite Spitzenposition bei der Kundenzufriedenheit im Premiumsegment.	Mit dem seit 2006 laufenden Programm CSI No. 1 haben wir unter anderem Kundenkontaktprozesse im Verkauf und Service einem Redesign unterzogen. Daraus haben wir Standards für die Kundenbetreuung sowie die Werkstatt- und Logistikprozesse abgeleitet. Mehr als 250.000 Mitarbeiter wurden geschult. Unsere Wettbewerbsposition hat sich auf fast allen Märkten deutlich verbessert. Herausragende Ergebnisse erzielt Mercedes-Benz auch 2009 beim „auto motor und sport“-Händlerstest und beim ADAC-Werkstatt-Test. Bei der Verleihung des „Service Award 2009“ der Fachzeitschrift „kfz-betrieb“ schneiden Mercedes-Benz Betriebe in der Kategorie Pkw hervorragend ab. Die Betriebe überzeugen durch ein schlüssiges, konsequentes und kundenorientiertes Servicekonzept. In der „J.D. Power SSI“-Studie war Mercedes-Benz auch 2009 wieder beste deutsche Marke.	Ziel gilt weiter.	➔ 64 f.
Mercedes-Benz Trucks: Einlösung des Markenversprechens „Trucks you can trust“.	Unser Markenversprechen „Trucks you can trust“ wird von zahlreichen Maßnahmen begleitet, die die Produkt- und Servicequalität der Mercedes-Benz Lkw erhöhen und eine maximale Verfügbarkeit der Fahrzeuge gewährleisten. So verbesserte sich Mercedes-Benz Lkw in einer deutschlandweiten Befragung zur Kundenzufriedenheit von 2005 auf 2007 deutlich. Überdies überprüfen wir regelmäßig die Zufriedenheit unserer Kunden und Händler weltweit anhand verschiedenster Befragungen und Studien.	Ziel gilt weiter.	➔ 64
Daimler Trucks Nordamerika (DTNA): Einlösung des Anspruchs „Customer First“.	Die Maßnahmen des „Customer First“-Programms sollen einen umgehenden Service und eine schnelle Verfügbarkeit von Ersatzteilen gewährleisten. Händler können am „Service and Parts Experience“-Programm teilnehmen. Durch diese Maßnahme stieg seit August 2004 die Zufriedenheit mit dem DTNA-Netzwerk auf einer Skala von 1 bis 10 von 6,5 auf über 8.	Ziel gilt weiter.	➔ 64
Mitsubishi Fuso Truck & Bus Corporation: Die „Wir Versprechen“ im Servicebereich – Zusagen in internationalen Märkten.	Mit dem „Wir Versprechen“ wird ein flächendeckender, einheitlicher und hochwertiger Kundenservice sichergestellt. – mit acht Servicezusagen: Qualität, Kompetenz der Techniker, Minimierung der Reparaturzeiten, transparente und angemessene Preise, einmalige Behebung des Problems, Rücksprache mit dem Kunden vor einer zusätzlichen Arbeitsausführung, Information des Kunden über die Auftragsausführung und Befassung mit jeglichen Kundenreklamationen.	Ziel gilt weiter.	➔ 64 f.
Mercedes-Benz Vans: Erreichung des Spitzenplatzes bei der Kundenzufriedenheit bis Ende 2010.	Unsere Initiative zur Steigerung der Kundenzufriedenheit haben wir 2008 in 17 europäischen Märkten eingeführt. Seit Anfang 2009 messen wir europaweit nach einheitlichen Kriterien die Zufriedenheit mit dem Verkaufsprozess bei den Händlern. Die Ergebnisse werden zentral analysiert und für jeden einzelnen Markt werden daraus Verbesserungsmaßnahmen abgeleitet.	Ziel gilt weiter.	➔ 66
Daimler Buses: Einlösung unserer Markenversprechen.	Regelmäßig führen wir für unsere Marken Kundenzufriedenheits-, Image- und Markenqualitätsstudien (CSI) durch. Unter der Marke Omniplus bieten wir zahlreiche Dienstleistungen an, von Fahrertrainings bis zum 24-Stunden-Notdienst. Städte und Kommunen beraten wir bei der Einrichtung von Omnibus-Verkehrskonzepten („Bus Rapid Transit“).	Ziel gilt weiter.	➔ 66
Daimler Financial Services: Wir wollen der beste Finanzdienstleister für unsere Kunden und Händler sein.	Die Unternehmensstrategie „Captive #1“ zielt auf ein ganzheitliches Management der Zusammenarbeit zwischen Hersteller, Händler und Finanzdienstleister. Unsere Produkte Finanzierung und Leasing, Händlerfinanzierung, Versicherung, Flottenmanagement und Banking können zu Komplettangeboten gebündelt werden und lassen sich je nach Kundenwunsch flexibel adaptieren. Beim jährlich stattfindenden Mitarbeiterwettbewerb wurden 2009 über 150 lokale Maßnahmen zur Steigerung der internen und externen Kunden- und Händlerzufriedenheit eingereicht. Die Erfolge zeigen sich im sehr guten Abschneiden in zahlreichen Kunden- und Händlerzufriedenheitsstudien.	Ziel gilt weiter.	➔ 66

# Unsere Verantwortung in der Gesellschaft: Handlungsfelder und Ziele

Daimler ist aus wohlverstandem Eigeninteresse bestrebt, ein guter Unternehmensbürger zu sein – insbesondere durch die Nutzung unserer Kompetenzen als Automobilhersteller. Schwerpunkte sind das Mitarbeiterengagement an unseren Standorten, die Verkehrserziehung von Kindern, die Förderung von Bildung, Ausbildung, Wissenschaft, interkulturellem Dialog sowie die Kultur- und Sportförderung. Klare Vergaberichtlinien stellen die richtigen Ansatzpunkte sicher. Besonderes Augenmerk behält dabei der Ausbau des offenen und transparenten Dialogs mit unseren Stakeholdern.

Ziele	Aktivitäten/Status	Zielerreichung	Seite
<b>Stakeholder-Engagement und -Dialog.</b>			
Intensivierung des Stakeholder-Dialogs.	// Daimler hat am 5. November 2009 den 2. „Sustainability Dialogue“ mit Interessengruppen aller Stakeholder-Gruppen im Mercedes-Benz Museum erfolgreich durchgeführt. // In fünf Arbeitsgruppen (Umwelt, Mitarbeiter, Einkauf, Community Relations und Menschenrechte) wurden die im vergangenen Jahr als Schwerpunktthemen identifizierten Fragestellungen vertiefend diskutiert. Hier wurden auch neue, inhaltlich erweiterte Ziele formuliert. Diese werden – z. T. mit den Stakeholdern – bearbeitet, sodass die Ergebnisse spätestens beim Sustainability Dialogue 2010 vorgestellt werden (Details dazu siehe <a href="#">Seite 22</a> , Vertiefung Sustainability Dialogue). // Der Sustainability Dialogue wird seit Juli 2008 mit dem elektronischen „Sustainability Newsletter“ unterstützt. Das Ziel einer vierteljährlichen Erscheinungsfrequenz im Jahr 2009 wurde erreicht. // Die Neugestaltung der Stakeholder-Kontakte in der NAFTA-Region wurde erfolgreich initiiert.	Teilziel erreicht; Ziel gilt weiter.	<a href="#">22 f.</a>
<b>Gesellschaftliches Engagement.</b>			
Weiterentwicklung und Bündelung von Bildungsprojekten für Kinder und Jugendliche.	Initiierung und Begleitung von technischen und naturwissenschaftlichen Projekten für Kinder und Jugendliche an Schulen unter dem Dach der Daimler-Initiative „Genius“. Weiterentwicklung und Implementierung von Modellprojekten für Kinder und Jugendliche in allen Altersgruppen von der Kinderkrippe bis zu den weiterführenden Schulen bis 2012.	Neues Ziel.	<a href="#">67 ff.</a>
Ausweitung des Daimler-Ausbildungsnetzwerkes in den Schwellenländern.	In Regionen, in denen Beiträge zur gesellschaftlichen und politischen Stabilität nötig sind, werden die seit 2006 entstandenen Einrichtungen weiterentwickelt (Palästina, Südafrika, Irak) und neue aufgebaut. Die Ausbildungseinrichtungen sollen nach etwa 3 Jahren eigenständig weitergeführt werden.	Ziel gilt weiter.	<a href="#">503</a>
Neugestaltung des Daimler-Corporate-Volunteering-Ansatzes.	Seit 2008 wurden im Zuge der Neugestaltung des Corporate-Volunteering-Ansatzes weltweit Aktivitäten erfasst und ausgewertet, Handlungsbedarf wurde abgeleitet. 2009 fand unter anderem in Thailand, Polen, der Türkei, Kanada, Brasilien, den USA, Deutschland, Südafrika und Mexiko das Volunteering-Projekt „Day of Caring“ statt. Projekte an weiteren Standorten sollen folgen.	Ziel gilt weiter.	<a href="#">69</a>

# GRI-Index



Der gedruckte wie der interaktive Onlinebericht „360 GRAD – FAKTEN zur Nachhaltigkeit 2010“ orientieren sich an den Richtlinien der Global Reporting Initiative (GRI). Sie wurden 1997 unter Beteiligung der UN ins Leben gerufen, um einen weltweit anerkannten Leitfaden für die Berichterstattung von Organisationen und Unternehmen in den Bereichen Umwelt, Soziales und Ökonomie zu schaffen. Die 2004 überarbeiteten Richtlinien (G3) bilden das Grundgerüst für die Nachhaltigkeitsberichterstattung von Daimler.

<http://nachhaltigkeit.daimler.com> Die ausführliche Version des GRI-Index finden Sie im interaktivem Onlinebericht. Um dort direkt zum GRI-Index zu gelangen, geben Sie bitte einfach in der Suchmaske die Nummer **601** ein.

Indikator	Status	Verweis
<b>1. Strategie und Analyse</b>		
1.1 Erklärung des Vorstands	1.1 Vollständig	➔ NB 3
1.2 Auswirkungen der Geschäftstätigkeit sowie Risiken und Chancen	1.2 Vollständig	➔ NB 16, GB 103 ☹️ 203
<b>2. Organisationsprofil</b>		
2.1 Name der Organisation	2.1 Vollständig	➔ NB 8
2.2 Wichtigste Marken, Produkte und Dienstleistungen	2.2 Vollständig	➔ NB 8, 11
2.3 Organisationsstruktur	2.3 Vollständig	➔ NB 8, 11
2.4 Hauptsitz der Organisation	2.4 Vollständig	➔ NB 8, 11
2.5 Länder der Geschäftstätigkeit	2.5 Vollständig	➔ NB 10, 12 ☹️ 102
2.6 Eigentümerstruktur und Rechtsform	2.6 Vollständig	➔ NB 9
2.7 Bediente Märkte	2.7 Vollständig	➔ NB 10, 12, GB 131, 252
2.8 Unternehmensprofil / Größe der Organisation	2.8 Vollständig	➔ NB 8, GB 60
2.9 Wesentliche Änderungen der Größe, Struktur oder Eigentumsverhältnisse	2.9 Vollständig	➔ NB 13, GB 67
2.10 Auszeichnungen	2.10 Vollständig	➔ NB 57 ☹️ 601
<b>3. Berichtsparameter</b>		
3.1 Berichtszeitraum	3.1 Vollständig	➔ NB 74 ☹️ 602
3.2 Veröffentlichung des letzten Berichts	3.2 Vollständig	➔ NB 75
3.3 Berichtszyklus	3.3 Vollständig	➔ NB 75
3.4 Ansprechpartner für Fragen zum Bericht	3.4 Vollständig	➔ NB 75
3.5 Vorgehensweise bei Bestimmung der Berichtsinhalte	3.5 Vollständig	➔ NB 74, 75
3.6 Berichtsgrenze	3.6 Vollständig	➔ NB 74
3.7 Beschränkungen des Geltungsbereichs	3.7 Vollständig	➔ NB 74
3.8 Grundlage für die Berichterstattung über Joint Ventures	3.8 Vollständig	➔ NB 74, GB 173
3.9 Erhebungsmethoden und Berechnungsgrundlagen für relevante Daten	3.9 Vollständig	➔ NB 74, GB 173 ☹️ 601, 602
3.10 Neue Darstellung von Informationen	3.10 Vollständig	➔ NB 13, 74
3.11 Veränderungen bei Umfang, Berichtsgrenzen oder Messmethoden im Vergleich zu Vorjahren	3.11 Vollständig	➔ NB 74
3.12 GRI Content Index	3.12 Vollständig	➔ NB 72 ☹️ 601
3.13 Externe Verifizierung / Bestätigung des Berichts	3.13 Partiiell	➔ NB 75
<b>4. Governance, Verpflichtungen und Engagement</b>		
4.1 Corporate Governance / Führungsstruktur	4.1 Vollständig	➔ NB 17, GB 148 – 153
4.2 Unabhängigkeit des Aufsichtsratsvorsitzenden	4.2 Vollständig	➔ NB 9, GB 146 ff.
4.3 Anzahl der unabhängigen Mitglieder im höchsten Leitungsorgan	4.3 Vollständig	➔ GB 146 ff. ☹️ 601
4.4 Mitspracherecht der Mitarbeiter und Anteilseigner	4.4 Vollständig	➔ NB 23, GB 146 ff.
4.5 Zusammenhang zwischen Vergütung des Vorstands und der Nachhaltigkeitsleistung der Organisation	4.5 Vollständig	➔ NB 21, 52, GB 152 ff., 156 ff. ☹️ 601
4.6 Mechanismen zur Vermeidung von Interessenkonflikten	4.6 Vollständig	➔ GB 148 ff. ☹️ 601
4.7 Expertise der Leitungsgremien zu Wirtschaft, Umwelt, Soziales	4.7 Vollständig	➔ NB 16, 17, GB 152 ☹️ 601
4.8 Leitbilder, Verhaltenskodizes und Prinzipien zur Nachhaltigkeit	4.8 Vollständig	➔ NB 10, 17, 18, 23 ☹️ 201, 202, 203, 601
4.9 Überprüfung der Nachhaltigkeitsleistung und -risiken durch den Vorstand	4.9 Vollständig	➔ NB 16-18, GB 103 – 111 ☹️ 601
4.10 Beurteilung der Leistung des Vorstands bezüglich Nachhaltigkeit	4.10 Vollständig	➔ NB 16-18, GB 156 – 161 ☹️ 601
4.11 Berücksichtigung des Vorsorgeprinzips	4.11 Vollständig	➔ NB 16-18 ☹️ 601
4.12 Unterstützung externer ökonomischer, ökologischer und gesellschaftlicher Aktivitäten	4.12 Vollständig	➔ NB 16, 17, 57, GB 138-141, 144-145 ☹️ 210, 601
4.13 Mitgliedschaften in Verbänden und Interessenvertretungen	4.13 Vollständig	➔ NB 3, 69 ☹️ 210, 601
4.14 Einbezogene Stakeholdergruppen	4.14 Vollständig	➔ NB 22, 23
4.15 Grundlage für die Stakeholderauswahl	4.15 Vollständig	➔ NB 22, 23 ☹️ 601
4.16 Ansätze für die Einbeziehung von Stakeholdern	4.16 Vollständig	➔ NB 22, 23, 74 ☹️ 601
4.17 Zentrale Themen der Stakeholder	4.17 Vollständig	➔ NB 22, 23, 74 ☹️ 601
<b>Ökonomie</b>		
MA Managementansatz	MA Vollständig	➔ NB 13, 16-23, GB 8-9, 60 ff., 67 ff.
EC1 Unmittelbar erzeugter und ausgeschütteter wirtschaftlicher Wert	EC1 Vollständig	➔ NB 13, 52, 67, 69, GB 73-79, 179 ff.
EC2 Finanzielle Auswirkungen des Klimawandels	EC2 Partiiell	➔ NB 18-20, 26-44, 74, GB 10 ff., 122 ff., 136 ff.
EC3 Betriebliche soziale Zuwendungen	EC3 Vollständig	➔ NB 51, 52, 57, GB Anhang (Anm. 21)
EC4 Finanzielle Zuwendungen der öffentlichen Hand	EC4 Partiiell	➔ 601
EC5 Verhältnis Standardeintrittsgehalt zum lokalen Mindestlohn	EC5 Partiiell	➔ NB 52 ☹️ 601
EC6 Geschäftspolitik, -praktiken und Anteil lokaler Lieferanten	EC6 Partiiell	➔ NB 12, 13
EC7 Einstellung lokaler Arbeitnehmer und Anteil in Führungspositionen	EC7 Partiiell	➔ NB 55-57 ☹️ 601
EC8 Entwicklung / Auswirkung von Infrastrukturinvestitionen	EC8 Partiiell	➔ NB 10, 67-69, GB 144-145
EC9 Art und Umfang indirekter wirtschaftlicher Auswirkungen	EC9 Partiiell	➔ NB 13
<b>Umweltschutz</b>		
MA Managementansatz	MA Vollständig	➔ NB 18-20
EN1 Eingesetzte Materialien nach Gewicht / Volumen	EN1 Unwesentlich	
EN2 Anteil von Recyclingmaterial am Gesamtmaterialiensatz	EN2 Partiiell	➔ NB 44 ☹️ 310, 601
EN3 Direkter Energieverbrauch	EN3 Vollständig	➔ NB 37 ☹️ 300, 601
EN4 Indirekter Energieverbrauch	EN4 Partiiell	➔ NB 37 ☹️ 601
EN5 Energieeinsparungen	EN5 Vollständig	➔ NB 36, 39

Indikator	Status	Verweis
<b>Mitarbeiter</b>		
MA Managementansatz	MA Vollständig	
LA1 Gesamtbelegschaft nach Beschäftigungsverhältnissen und Region	LA1 Vollständig	
LA2 Mitarbeiterfluktuation	LA2 Vollständig	
LA3 Leistungen, die nur Vollzeitbeschäftigten gewährt werden	LA3 Vollständig	
LA4 Anteil der Mitarbeiter, die unter Kollektivvereinbarungen fallen	LA4 Vollständig	
LA5 Mitteilungsfreien in Bezug auf wesentliche betriebliche Veränderungen	LA5 Vollständig	
LA6 Anteil der in Arbeitssicherheitsausschüssen vertretenen Belegschaft	LA6 Vollständig	
LA7 Verletzungen, Berufskrankheiten, Ausfalltage, Abwesenheit und Summe arbeitsbedingter Todesfälle	LA7 Vollständig	
LA8 Gesundheitsvorsorge, Beratung und Schulungen in Bezug auf ernste Krankheiten	LA8 Vollständig	
LA9 Arbeitssicherheitsvereinbarungen mit Gewerkschaften	LA9 Vollständig	
LA10 Aus- und Weiterbildungsmaßnahmen	LA10 Vollständig	
LA11 Wissensmanagement und Lebenslanges Lernen zur Förderung der Beschäftigungsfähigkeit	LA11 Vollständig	
LA12 Leistungsbeurteilung und Entwicklungsplanung von Mitarbeitern	LA12 Vollständig	
LA13 Diversität der Mitarbeiter und leitender Organe	LA13 Vollständig	
LA14 Verhältnis der Bezahlung von männlichen und weiblichen Angestellten	LA14 Vollständig	
<b>Menschenrechte</b>		
MA Managementansatz	MA Vollständig	
HR1 Investitionsvereinbarungen, die Menschenrechte berücksichtigen	HR1 Vollständig	
HR2 Prüfung wesentlicher Lieferanten und Auftragnehmer auf Einhaltung von Menschenrechten	HR2 Vollständig	
HR3 Mitarbeiterschulungen im Bereich Menschenrechte	HR3 Vollständig	
HR4 Vorfälle von Diskriminierung und ergriffene Maßnahmen	HR4 Vollständig	
HR5 Geschäftstätigkeiten, bei denen Vereinigungs- und Tarifverhandlungsfreiheit gefährdet sind	HR5 Vollständig	
HR6 Geschäftstätigkeiten, bei denen ein Risiko der Kinderarbeit besteht	HR6 Vollständig	
HR7 Geschäftstätigkeiten, bei denen ein Risiko der Zwangs- und Pflichtarbeit besteht	HR7 Vollständig	
HR8 Schulung des Sicherheitspersonals zu für die Geschäftstätigkeit relevanten Menschenrechtsaspekten	HR8 Vollständig	
HR9 Vorfälle der Verletzung der Rechte der Ureinwohner	HR9 Vollständig	

- 🔗 NB: Verweis auf Seitenzahlen im vorliegenden Nachhaltigkeitsbericht
- 🔗 GB: Verweis auf Seitenzahlen im Geschäftsbericht 2009
- 🔗 Verweis auf einen Text im interaktiven Onlinebericht „360 GRAD Fakten zur Nachhaltigkeit 2010“

Status		Verweis
EN6	Vollständig	🔗 NB 26-29, 32-33
EN7	Vollständig	🔗 NB 36, 39 🔗 601
EN8	Vollständig	🔗 NB 37, 40 🔗 300, 601
EN9	Vollständig	🔗 601
EN10	Partiell	🔗 NB 40 🔗 601
EN11	Partiell	🔗 NB 40
EN12	Unwesentlich	
EN13	Unwesentlich	
EN14	Unwesentlich	
EN15	Vollständig	🔗 601
EN16	Vollständig	🔗 NB 37 🔗 300, 601
EN17	Partiell	🔗 NB 36 🔗 601
EN18	Vollständig	🔗 NB 36, 39
EN19	Partiell	
EN20	Vollständig	🔗 NB 37 🔗 300, 601
EN21	Vollständig	🔗 NB 37 🔗 300, 601
EN22	Vollständig	🔗 NB 37 🔗 300, 601
EN23	Vollständig	🔗 601
EN24	Vollständig	🔗 601
EN25	Vollständig	🔗 601
EN26	Vollständig	🔗 NB 26-29, 30, 40-44, GB 82
EN27	Vollständig	🔗 601
EN28	Vollständig	🔗 NB 41 🔗 601
EN29	Vollständig	🔗 NB 36 🔗 601
EN30	Vollständig	🔗 NB 37, GB 83
MA	Vollständig	🔗 NB 16-23, 50-61
LA1	Partiell	🔗 NB 50
LA2	Partiell	🔗 NB50
LA3	Vollständig	🔗 NB 50-52 🔗 601
LA4	Vollständig	🔗 NB 52 🔗 601
LA5	Vollständig	🔗 NB 52 🔗 601
LA6	Vollständig	🔗 NB 52, 57 🔗 601
LA7	Partiell	🔗 NB 57 🔗 601
LA8	Vollständig	🔗 NB 57 🔗 601
LA9	Vollständig	🔗 NB 52, 55, 57 🔗 601
LA10	Vollständig	🔗 NB 55 🔗 407, 408, 601
LA11	Partiell	🔗 NB 55 🔗 601
LA12	Vollständig	🔗 NB 52, 55 🔗 208, 601
LA13	Vollständig	🔗 NB 56, 57, GB 8-9, 150-153 🔗 601
LA14	Vollständig	🔗 NB 52, 56, 57 🔗 404, 405, 601

MA	Partiell	🔗 NB 11, 16-23
HR1	Vollständig	🔗 NB 21, 22, 23 🔗 601
HR2	Partiell	🔗 NB 21, 23 🔗 601
HR3	Vollständig	🔗 NB10, 17, GB 151 🔗 601
HR4	Partiell	🔗 GB 55 🔗 601
HR5	Partiell	🔗 NB 11 🔗 601
HR6	Partiell	🔗 601
HR7	Vollständig	🔗 601
HR8	Partiell	🔗 NB 58
HR9	Unwesentlich	🔗 601

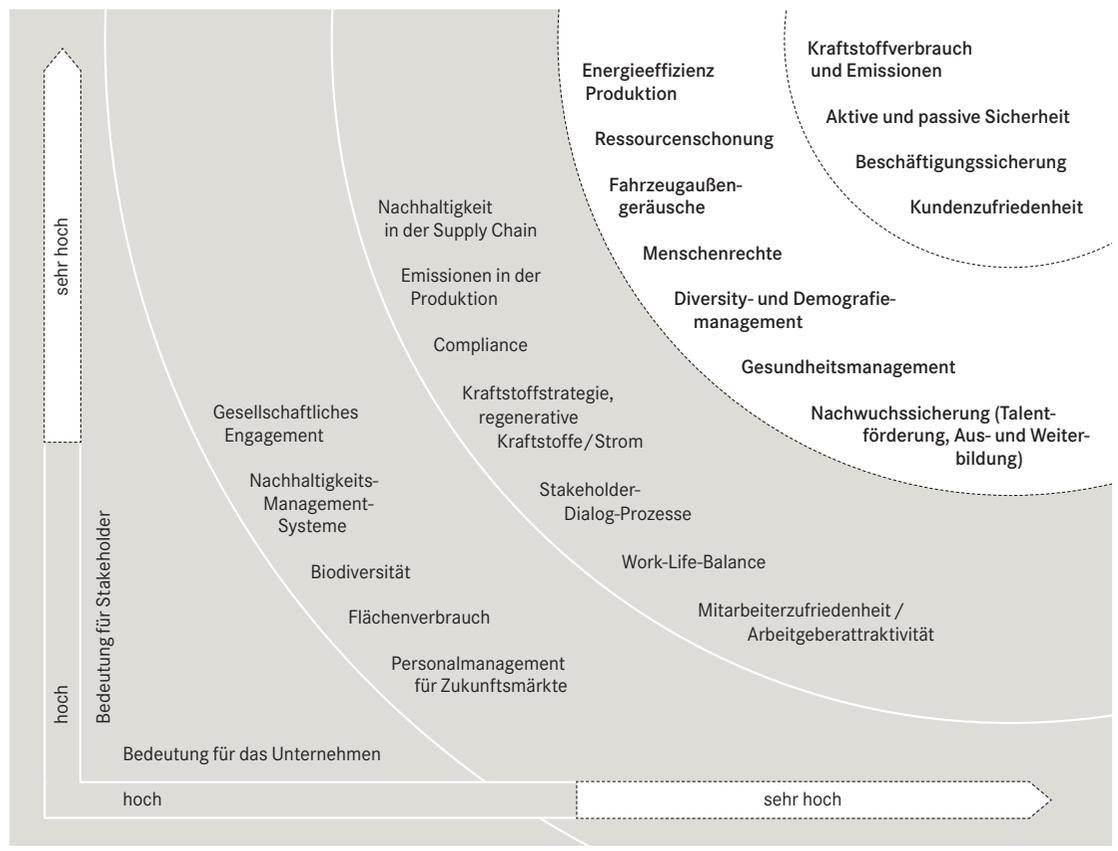
Indikator		Status	Verweis
<b>Gesellschaft</b>			
MA	Managementansatz	MA	Vollständig
SO1	Art, Umfang und Wirkung der Geschäftstätigkeit auf Gemeinden oder Regionen	SO1	Partiell
SO2	Geschäftseinheiten, die auf Korruptionsrisiken untersucht wurden	SO2	Vollständig
SO3	Mitarbeiterschulungen bzgl. Anti-Korruption	SO3	Vollständig
SO4	Anti-Korruptionsmaßnahmen	SO4	Vollständig
SO5	Politische Positionen, Teilnahme an der politischen Willensbildung und am Lobbying	SO5	Vollständig
SO6	Zuwendungen an Parteien und Politiker	SO6	Vollständig
SO7	Klagen aufgrund von wettbewerbswidrigem Verhalten	SO7	Partiell
SO8	Geldbußen aufgrund von Rechtsverstößen	SO8	Vollständig
<b>Produktverantwortung</b>			
MA	Managementansatz	MA	Partiell
PR1	Untersuchte Lebenszyklusstadien in Bezug auf Gesundheit und Produktsicherheit	PR1	Vollständig
PR2	Nichteinhaltung von Vorschriften bzgl. Gesundheit und Produktsicherheit	PR2	Vollständig
PR3	Gesetzliche Informationspflichten für Produkte und Dienstleistungen	PR3	Vollständig
PR4	Nichteinhaltung der gesetzlichen und freiwilligen Informationspflichten für Produkte und Dienstleistungen	PR4	Partiell
PR5	Kundenzufriedenheit	PR5	Vollständig
PR6	Befolgung von Gesetzen, Standards und freiwilligen Verhaltensregeln in Bezug auf Werbung	PR6	Partiell
PR7	Nichteinhaltung von gesetzlichen und freiwilligen Vorschriften bzgl. Werbung	PR7	Vollständig
PR8	Berechtigte Datenschutzbeschwerden	PR8	Vollständig
PR9	Wesentliche Bußgelder aufgrund von Verstößen gegen Gesetzesvorschriften in Bezug auf Erwerb und Nutzung der Produkte	PR9	Vollständig

A1	Vertraglich festgelegte Wochenarbeitszeit und durchschnittliche Mehrarbeit in der Produktion	A1	Partiell
A2	Anteil Mitarbeiter ohne Verrechnung von Mehrarbeit	A2	Partiell
A3	Anteil 1st-tier-Lieferanten mit gewerkschaftlicher Organisation oder anderer Arbeitnehmervertretung	A3	Partiell
A4	Verkaufte Fahrzeuge nach Fahrzeugtyp, Verbrennungsmotor, Antriebssystem und Region	A4	Vollständig
A5	Einhaltung bestehender und geplanter gesetzlicher Emissionsstandards bei verkauften Fahrzeugen	A5	Partiell
A6	Durchschnittliche Kraftstoffeffizienz der Fahrzeuge	A6	Partiell
A7	Durchschnittliche CO <sub>2</sub> -Emissionen der Fahrzeuge	A7	Partiell
A8	Einhaltung bestehender und geplanter gesetzlicher Lärmstandards bei verkauften Fahrzeugen	A8	Partiell
A9	EN29 - Umweltauswirkungen des Transports		
A10	Anteil an gewöhnlichen (üblichen) und erneuerbaren Stoffen und Rezyklaten im meistverkauften Fahrzeug	A10	Vollständig

Global Compact		Verweis
<b>Global Compact Prinzipien</b>		
P1	Unterstützung und Respektierung der internationalen Menschenrechte	P1
P2	Keine Beteiligung des Unternehmens an Menschenrechtsverletzungen	P2
P3	Wahrung der Vereinigungsfreiheit und des Rechts auf Kollektivverhandlungen	P3
P4	Abschaffung jeder Art von Zwangsarbeit	P4
P5	Abschaffung der Kinderarbeit	P5
P6	Keine Diskriminierung bei Anstellung und Beschäftigung	P6
P7	Unterstützung eines vorsorgenden Ansatzes im Umgang mit Umweltproblemen	P7
P8	Förderung von Initiativen für ein größeres Verantwortungsbewusstsein für die Umwelt	P8
P9	Entwicklung und Verbreitung umweltfreundlicher Technologien	P9
P10	Gegen alle Arten der Korruption eintreten einschließlich Erpressung und Bestechung	P10

# Berichtsprofil und Materialität

## 34 Materialitätsmatrix



Der vorliegende Bericht „360 GRAD – Fakten zur Nachhaltigkeit 2010“ gibt einen Einblick in die Nachhaltigkeitsaktivitäten bei Daimler im Geschäftsjahr 2009.

**Berichtsprofil.** Der Nachhaltigkeitsbericht 2010 orientiert sich an den Leitlinien der „Global Reporting Initiative“ (GRI), der Daimler 2006 als „Organizational Stakeholder“ beigetreten ist. Gemäß Version 3.0 (G3) der GRI-Richtlinien haben wir bei der Darstellung unserer Nachhaltigkeitsleistungen die Prinzipien Ausgewogenheit, Vergleichbarkeit, Genauigkeit, Aktualität, Klarheit und Datenverlässlichkeit befolgt. Die GRI hat diesen Bericht nach Maßgabe von G3 überprüft ihm das „Level A+“ zuerkannt.

**Berichtsgrenzen und Methoden der Datenerfassung.** Nähere Informationen zu den Methoden der Datenerfassung und sowie den Grenzen unserer Nachhaltigkeitsberichterstattung finden Sie im Internet. [online 602 http://nachhaltigkeit.daimler.com](http://nachhaltigkeit.daimler.com)

**Materialität als Maßstab unserer Nachhaltigkeitsleistung und -berichterstattung.** Im Rahmen unserer Nachhaltigkeitsleistung und insbesondere -berichterstattung ist Materialität – oder Wesentlichkeit – für uns ein wichtiger Maßstab. Die Relevanz einzelner Faktoren für die Nachhaltigkeitsleistung eines Unternehmens wird von Stakeholdern im Allgemeinen anders beurteilt als von den Verantwortlichen im Unternehmen. Um die Schnittmenge der von beiden Seiten gleichermaßen als wesentlich erachteten Nachhaltigkeitsaspekte zu bestimmen, greifen wir bei der Materialitätsanalyse auf empirische Forschungsmethoden zurück.

**Methoden und Elemente unserer Materialitätsanalyse.** Unsere Fachbereiche sowie die die Forschungsgruppe „Society and Technology Research Group“ sowie das „News and Issues Management“ des Unternehmens beschäftigen sich ständig mit Veränderungen in Umwelt, Wirtschaft und Gesellschaft.

# Impressum und Kontakt

Mithilfe von Monitoringverfahren und Expertenbefragungen identifizierten sie Entwicklungstrends. Diese untersuchen wir im Rahmen eines strukturierten Analyseprozesses auf Relevanz und Folgen, um daraus Schwerpunktthemen und Anforderungen für das Unternehmen abzuleiten.

Darüber hinaus nutzen wir auch unseren „Sustainability Dialogue“ – ein Instrument, mit dessen Hilfe wir den Austausch mit Stakeholdern auf nationaler wie internationaler Ebene vertiefen und systematisieren. Auf Basis des Austauschs mit wichtigen Stakeholdern erarbeiten wir Lösungsvorschläge für bedeutende Nachhaltigkeitsthemen des Unternehmens und formulieren konkrete Arbeitsschritte.

**Unsere Materialitätsmatrix.** Die ermittelten Nachhaltigkeits- und Schwerpunktthemen werden nach ihrer Bedeutung sowohl für Stakeholder als auch für unser Unternehmen in einer zweidimensionalen Materialitätsmatrix verortet. In unserem Nachhaltigkeitsbericht konzentrieren wir uns vor allem auf die Aspekte, die für Stakeholder wie für das Unternehmen von großer Bedeutung sind, weil sie folgende Kriterien erfüllen:

- Sie beeinflussen unser unternehmerisches Handeln gegenwärtig oder zukünftig in hohem Maße.
- Sie sind für unsere Stakeholder sehr wichtig.
- Wir sind in der Lage, sie – unmittelbar oder mittelbar – zu beeinflussen.

**Materialität in unserem Nachhaltigkeitsbericht.** Unser Nachhaltigkeitsbericht 2010 deckt alle in der Materialitätsanalyse als wesentlich ermittelten Nachhaltigkeitsthemen ab. Der interaktive Onlinebericht vertieft diese Themen – und ergänzt sie durch zusätzliche Fragestellungen.

**Haftungsausschluss.** Bei der Erhebung der in diesem Bericht enthaltenen Daten sind wir mit größter Sorgfalt vorgegangen. Trotzdem können wir Fehler nicht vollkommen ausschließen. Soweit Aussagen über künftige Entwicklungen enthalten sind, gehen diese von den zum Zeitpunkt der Veröffentlichung verfügbaren Informationen und Prognosen aus. Auch wenn Letztere sehr sorgfältig erarbeitet wurden, können vielfältige, zum Erscheinungstermin nicht vorhersehbare Einflussgrößen zu Abweichungen führen. Die Berichtsinhalte wurden von den fachlich dafür zuständigen Mitarbeitern geprüft, auf eine Prüfung durch eine Wirtschaftsprüfungsgesellschaft haben wir verzichtet.

**Hinweis.** In diesem Bericht bezeichnet der Begriff Mitarbeiter die weiblichen und männlichen Beschäftigten der Daimler AG.

Der letzte Nachhaltigkeitsbericht erschien im April 2009 unter dem Titel „360 GRAD – Fakten zur Nachhaltigkeit 2009“.

**Redaktionsschluss dieses Berichts:** 15. März 2010

## Herausgeber

Daimler AG, 70546 Stuttgart, Deutschland

Im Auftrag des Daimler Sustainability Board

## Verantwortlich für den Herausgeber

Mirjam Bendak

## Projektleitung Nachhaltigkeitsbericht

Matthias Steybe

## Projektleitung interaktiver Onlinebericht

Benjamin Oberkersch

## Kontakt

Tel. +49 (0) 711 - 17-0 (Zentrale)

Fax +49 (0) 711 - 17-790-95251

E-Mail: [sustainability@daimler.com](mailto:sustainability@daimler.com)

<http://nachhaltigkeit.daimler.com>

Sabine Brändle (Einkauf)

E-Mail: [sabine.braendle@daimler.com](mailto:sabine.braendle@daimler.com)

Carsten Freund (Personal)

E-Mail: [carsten.freund@daimler.com](mailto:carsten.freund@daimler.com)

Dr. Udo Hartmann (Umwelt)

E-Mail: [udo.hartmann@daimler.com](mailto:udo.hartmann@daimler.com)

Dr. Wolfram Heger (Gesellschaft)

E-Mail: [wolfram.heger@daimler.com](mailto:wolfram.heger@daimler.com)

## Redaktion, Gestaltung, Produktion

SLau Konzepte & Kommunikation (Redaktion)

teamkom Kommunikation+Design (Gestaltung)

EquityStory AG (interaktiver Onlinebericht)

Dr. Cantz'sche Druckerei GmbH & Co. KG (Repro)

J. Fink Druck (Druck)

## © 2010 Daimler AG

Nachdruck, auch auszugsweise, nur mit schriftlicher Genehmigung des Herausgebers und mit Bild- und Textverweis „Daimler AG“.

ISSN 1865-6196

Die Naturpapiersorten Planoart (Umschlag) und Amber Graphic (Inhalt) – auf denen „360 GRAD – Fakten zur Nachhaltigkeit 2010“ gedruckt wurden – tragen das Siegel der globalen Zertifizierungsorganisation Forest Stewardship Council (FSC). Dieses Gütesiegel dokumentiert nicht nur die Einhaltung von strengen Kriterien für eine verantwortungsvolle Waldbewirtschaftung (Vermeidung von unkontrollierter Abholzung, keine Verletzung von Menschenrechten, keine Umweltverschmutzung), sondern auch die Berücksichtigung eines Kriterienkatalogs bei der Weiterverarbeitung des Holzes inklusive eines nachvollziehbaren Produktkettennachweises (Chain of Custody).



<http://nachhaltigkeit.daimler.com>

Der interaktive Onlinebericht „360 GRAD – Fakten zur Nachhaltigkeit 2010“ bietet neben den webspezifisch aufbereiteten Inhalten der gedruckten Ausgabe eine Fülle an vertiefenden Informationen. Hierzu zählen unter anderem die Zusammenstellung von weiterführenden Kennzahlen und spezifischen Fahrzeugdaten sowie der interaktive GRI-Index.

Daimler AG, Stuttgart, Deutschland