

Reden

Dr. Dieter Zetsche

**Vorstandsvorsitzender
der Daimler AG
und Leiter Mercedes-Benz Cars**

und

Bodo Uebber

**Mitglied des Vorstands
der Daimler AG
Finanzen & Controlling und Daimler Financial Services**

**Jahrespressekonferenz
Stuttgart**

6. Februar 2014

SPERRFRIST: 6. FEBRUAR 2014, 9.00 Uhr

- Es gilt das gesprochene Wort -

Inhaltsverzeichnis

Dr. Dieter Zetsche:

Begrüßung	3
Highlights 2013	3

Bodo Uebber:

Wesentliche Kennzahlen	6
Mercedes-Benz Cars	7
Daimler Trucks	9
Mercedes-Benz Vans	10
Daimler Buses	11
Daimler Financial Services	11
Finanzkennzahlen Daimler Konzern	12

Dr. Dieter Zetsche:

Strategie: vier Handlungsfelder	14
Unser Kerngeschäft stärken	14
In neuen Märkten wachsen	17
Führende Alternative Antriebe und Sicherheitstechnologien entwickeln	18
Mobilitätsdienstleistungen und Digital Life vorantreiben	19
Ausblick	20

Dr. Dieter Zetsche
Vorstandsvorsitzender
der Daimler AG
und Leiter Mercedes-Benz Cars

Begrüßung

Danke, Jörg Howe, und auch von mir einen guten Morgen.
Willkommen zu unserer Jahrespressekonferenz!

Wie gehabt beginnen wir mit einem Rückblick auf die vergangenen zwölf Monate.
Und da gilt: 2013 war ein Jahr, das wir nicht sonderlich gut begonnen, aber sehr erfolgreich abgeschlossen haben. Das Wichtigste ist: Wir haben mit unseren neuen Produkten und unseren Programmen die Grundlage für weitere Erfolge in den kommenden Jahren gelegt.
Mein Fazit, wie es bei Daimler läuft, lautet also: Gut – und mit allem, was wir uns vorgenommen haben, demnächst noch besser.

Bevor ich zum Rückblick auf 2013 komme, noch ein Wort zur jüngsten Veränderung in unserem Vorstand: Wie Sie wissen, hat Andreas Renschler unser Unternehmen vor gut einer Woche verlassen. In solchen Fällen heißt es oft, man habe sich „in gegenseitigem Einvernehmen“ getrennt. Ich kann Ihnen versichern: In diesem Fall stimmt es. Andreas Renschler verlässt Daimler aus persönlichen Gründen und ich respektiere seinen Entschluss. Andreas Renschler hat Wichtiges für Daimler geleistet. Wir danken ihm und wünschen ihm alles Gute für die Zukunft.

Damit zu einem kurzen Rückblick auf 2013: Was waren unsere wichtigsten Highlights?

Highlights 2013

Ein Höhepunkt im wahrsten Sinne des Wortes war die Verkaufsbilanz von Mercedes-Benz Cars: Nie zuvor haben wir mehr Pkw abgesetzt als 2013. Insgesamt waren es fast 1,6 Millionen Einheiten – 8 Prozent mehr als im bereits sehr guten Vorjahr. Bei den Lkw haben wir 5 Prozent zugelegt und damit unseren besten Absatz seit 2006 erreicht.

Auch die anderen Geschäftsfelder haben sich sehr gut entwickelt. Wir konnten unsere Verkäufe im Vorjahresvergleich durchweg steigern:

- bei den Vans um 7 Prozent,
- bei den Bussen um 5 Prozent.

Bei DFS erreichten sowohl Neugeschäft als auch Vertragsvolumen wieder Bestmarken. 2013 überstieg der Bestand aller von uns finanzierten oder verleaste Fahrzeuge erstmals die Marke von drei Millionen.

Auch was unsere Marktanteile betrifft, ist die Entwicklung positiv: In vielen Ländern und Regionen haben wir unsere Spitzen-Plätze nicht nur halten, sondern ausbauen können – und das bei zum Teil schwierigen Marktbedingungen. Ein wichtiger Grund dafür: Auf vielen Feldern

sind wir konsequent neue Wege gegangen: mit neuen Produkten und Technologien. Jetzt profitieren wir davon.

Nur ein paar Beispiele: Ein Auto wie den CLA gab es vorher nicht. Eroberungsraten von bis zu 80 Prozent zeigen: Der Markt ist da. Unsere Spitzenpositionen in den USA und in Deutschland verdanken wir auch diesem Auto. Dem Automatik-Getriebe für Lkw wurde in den USA geringe Erfolgchancen eingeräumt: US-Trucker haben traditionell lieber manuell geschaltet. Wir haben trotzdem auf Automatik gesetzt – mit Erfolg: Unsere Produktion läuft unter Hochdruck. Ähnlich verlief 2010 die Einführung des SCR-Katalysators. Diese technologische Spitzenstellung hat uns im NAFTA-Raum mit einem Marktanteil von über 38 Prozent in eine neue Dimension geführt. Und auch bei car2go gilt: Vor ein paar Jahren waren wir *carsharing*-Pionier. Heute führen wir mit fast 600.000 Kunden in 25 Städten.

Einen klaren Führungsanspruch haben wir natürlich und gerade mit der neuen S-Klasse. Dieses Auto war und ist der Prüfstein für unser Markenversprechen: Das Beste oder nichts. Dass sie dieses Versprechen in den Augen unserer Kunden erfüllt, zeigen die Verkaufszahlen: Die neue S-Klasse ist die meistverkaufte Luxus-Limousine der Welt – sogar im Jahr ihres Modellwechsels. Auch zahlreiche Tests der internationalen Fachpresse haben bestätigt: Dieses Auto heißt nicht nur S-Klasse – es ist es auch. Das gilt für das Design unseres Flaggschiffs, das gilt aber vor allem für ihre Technologie. Nur ein Beispiel: Dank intelligenter Verknüpfung von Sensoren und Kameras können S-Klasse-Fahrer im Stop-and-go-Verkehr bereits teil-autonom fahren. Mit dem S 500 *Intelligent Drive* haben wir zudem gezeigt, dass auch voll-autonomes Fahren schon heute möglich ist. Wir haben die historische Fahrt von Mannheim nach Pforzheim ein zweites Mal absolviert, diesmal mit einem Computer am Steuer unserer S-Klasse: Das Auto hat komplexe Verkehrssituationen in der Stadt mit Kreuzungen, Straßenbahnen und Ampeln ebenso souverän gemeistert wie den Verkehr auf Landstraßen. Ich bin überzeugt: Das autonome Fahren ist einer der größten Paradigmenwechsel unserer Branche. Wir haben hier einen klaren Technologie-Vorsprung. Diesen werden wir weiter ausbauen.

Dass Mercedes-Benz die derzeit am schnellsten wachsende Premiummarke ist, verdanken wir aber nicht zuletzt unseren neuen Kompaktwagen. 2013 haben wir über 380.000 Einheiten von A-, B- und CLA-Klasse verkauft – ein Plus von 66 Prozent gegenüber 2012. Wie geplant, gewinnen wir mit unseren Kompakten viele neue, und auch jüngere Kunden: In Europa kam im Schnitt jeder zweite Käufer von einer anderen Marke zu uns. Mit dem GLA werden wir im wachstumsstarken Segment der Kompakt-SUV 2014 nochmal nachlegen: Im vergangenen September haben wir das Auto auf der IAA vorgestellt. Ab dem nächsten Monat beginnt der Verkauf.

Für unsere Mercedes-Benz Lkw war das wichtigste Thema des vergangenen Jahres die Euro VI-Norm. Seit Januar 2014 ist diese Regelung in Kraft – wir hatten als erster und einziger Hersteller Europas schon Monate zuvor unser gesamtes Produktportfolio auf die neue Abgas-Norm umgestellt. Und das lohnt sich: In Europa haben wir 2013 nahezu jeden zweiten neuen Actros bereits in Euro VI ausgeliefert; in Deutschland gingen sogar drei von vier neuen Actros-Modellen mit Euro VI-Technologie an den Kunden. Ein wichtiger Grund für diese hohe Nachfrage: Üblicherweise bringt die aufwendige Abgas-Nachbehandlungs-Technologie für Euro VI ein Mehr an Spritverbrauch mit sich. Der neue Actros kommt hingegen im Schnitt mit bis zu fünf Prozent weniger Kraftstoff aus. Und auch unsere Kunden bestätigen: Bei uns bekommen sie die günstigsten *Total Cost of Ownership* der Branche, also die niedrigsten Gesamtbetriebskosten.

Auf der anderen Seite des Atlantiks wartet Daimler Trucks seit 2013 ebenfalls mit dem Effizienz-Champion auf: Der neue Freightliner Cascadia Evolution verbraucht bis zu sieben Prozent weniger Kraftstoff als sein Vorgänger. Damit ist der Truck Klassenbesten bei den Gesamtbetriebskosten – das hat auch unsere Kunden überzeugt: Im März 2013 haben wir die Produktion unseres neuen Heavy Duty Trucks gestartet; zum Jahresende hatten wir bereits mehr als 22.000 Bestellungen in unseren Büchern. Der Cascadia ist damit eine wichtige Säule für unseren Absatz-Erfolg in Nordamerika.

Jetzt zu China. Auch dort haben wir im vergangenen Jahr wichtige Weichen gestellt. Bereits zu Jahresbeginn haben wir unsere vormals getrennten Vertriebs-Gesellschaften für importierte und lokal gefertigte Pkw unter einem Dach integriert; unser Händlernetz haben wir 2013 um 75 auf insgesamt über 330 Betriebe erweitert; mit sieben weiteren Mercedes-Pkw-Modellen haben wir das Angebot für unsere chinesischen Kunden deutlich attraktiver gestaltet; und in unserem ersten Pkw-Motorenwerk außerhalb Deutschlands haben wir im Mai die Fertigung von 4- und 6-Zylindermotoren aufgenommen. Die ersten Resultate stellen sich ein: ein Absatzplus von 15 Prozent im letzten Jahr; die Incentives für unsere neuen Pkw sind hingegen zurückgegangen. Unser lokales Nutzfahrzeug-Geschäft wollen wir ebenfalls ausbauen: Dazu haben wir vergangenen April eine eigene Gesellschaft gegründet, die *Daimler Trucks and Buses China*. Im Joint-Venture mit Foton erschließen wir weiter erfolgreich das chinesische Lkw-Volumensegment. Im November haben wir uns zudem mit zwölf Prozent an unserem langjährigen Partner BAIC Motor beteiligt. Damit sind wir der erste ausländische Pkw-Hersteller überhaupt, der Anteile an einem chinesischen OEM hält. Auch dadurch werden wir in diesem wichtigen Markt noch stärker Fuß fassen.

All diese positiven Entwicklungen haben dazu beigetragen, dass Daimler im vergangenen Jahr einen Umsatz von 118 Milliarden Euro erwirtschaftet hat – abermals eine Bestmarke. Unser Konzern-EBIT lag bei 10,8 Milliarden Euro; bereinigt um Sonderfaktoren bei 7,9 Milliarden Euro. Dabei war die zweite Jahreshälfte, wie erwartet, deutlich besser als die erste Hälfte 2013. Wir haben also geliefert, was wir angekündigt haben. Das Konzernergebnis erreichte 8,7 Milliarden Euro. Vorstand und Aufsichtsrat werden der Hauptversammlung am neunten April dieses Jahres vorschlagen, die Dividende auf 2 Euro 25 pro Aktie anzuheben. Damit lassen wir unsere Aktionäre am Erfolg des Unternehmens teilhaben und drücken zugleich unsere Zuversicht über den weiteren Geschäftsverlauf aus.

Mehr zu den Konzern-Kennzahlen und der Entwicklung in unseren einzelnen Geschäftsfeldern gleich von Bodo Uebber.

Zuvor habe ich noch ein paar andere Zahlen für Sie – zu unserer wichtigsten Ressource, unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern: 2013 haben über 2.000 junge Menschen in Deutschland eine Ausbildung bei Daimler begonnen; 1.900 Azubis haben wir in eine feste Anstellung übernommen; insgesamt waren rund 275.000 Menschen rund um den Globus bei Daimler beschäftigt. Sie alle haben wesentlich zum Erfolg unseres Unternehmens beigetragen. Für diesen Einsatz möchte ich Ihnen im Namen des gesamten Vorstands danken. Die mehr als 130.000 anspruchsberechtigten Beschäftigten der Daimler AG in Deutschland erhalten zudem eine Ergebnisbeteiligung in Höhe von jeweils 2.541 Euro. Zusätzlich wurde ein einmaliger Sonderbonus in Höhe von 500 Euro vereinbart – auch das ein Zeichen unserer Anerkennung für das außerordentliche Engagement im vergangenen Jahr.

Und damit übergebe ich an Bodo Uebber.

Bodo Uebber
Mitglied des Vorstands
der Daimler AG
Finanzen & Controlling und Daimler Financial Services

Wesentliche Kennzahlen

Vielen Dank, Dieter!

Meine Damen und Herren, lassen Sie mich somit gleich zu den wichtigsten Kennzahlen des Geschäftsjahres 2013 kommen, die wie immer um diese Zeit des Jahres vorläufig und noch nicht testiert sind.

Mit fast 2,4 Millionen verkauften Fahrzeugen haben wir einen neuen Höchststand beim Konzernabsatz erzielt. Der Umsatz stieg um 3% auf 118 Milliarden Euro, bereinigt um Wechselkurseffekte betrug der Zuwachs 7%. Das Konzern-EBIT erreichte 10,8 Milliarden Euro und übertraf damit das Niveau des Vorjahres um 2 Milliarden Euro.

Im EBIT des Jahres 2013 ist aber auch ein Ertrag von 3,2 Milliarden Euro enthalten, der aus der Neubewertung und Veräußerung der verbliebenden EADS-Anteile entstanden ist. Im Jahr davor resultierte ein Ertrag von rund 900 Millionen Euro aus dem Verkauf eines 7,4%-igen Anteils an EADS.

Da diese Sonderfaktoren den Blick auf das tatsächliche operative Ergebnis etwas verzerren, fokussieren wir üblicherweise auf das EBIT aus dem laufenden Geschäft, also ohne Sondereffekte.

Dieses blieb mit 7,9 Milliarden Euro leicht unter dem Vorjahreswert von 8,2 Milliarden, in dem noch At-equity-Ergebnisse aus der Beteiligung an EADS von rund 300 Millionen Euro enthalten waren. Damit lag unser EBIT auf vergleichbarer Basis auf dem Vorjahresniveau.

Der unterjährige Geschäftsverlauf zeigte dabei über die einzelnen Quartale eine kontinuierliche Aufwärtsentwicklung. Nach einem verhaltenen Start ins Jahr 2013 haben sich die gute Absatzentwicklung, die zunehmende Wirkung wichtiger Produktneuheiten und die von uns eingeleiteten Effizienzprogramme im Jahresverlauf in nachhaltigen Ergebnis-Verbesserungen niedergeschlagen.

Das Konzernergebnis erreichte im abgelaufenen Jahr 8,7 Milliarden Euro, davon entfielen 6,8 Milliarden Euro auf die Aktionäre der Daimler AG. Dies führte zu einem Ergebnis je Aktie von 6 Euro 40 Cent. Unsere Nachsteuer-Ergebnisse haben auch von der Veräußerung der EADS und von Erträgen im Zusammenhang mit der steuerlichen Veranlagung von Vorjahren profitiert.

Auf Basis der operativen Ergebnisse und unserer Zuversicht über den weiteren Geschäftsverlauf werden Vorstand und Aufsichtsrat der Hauptversammlung am 9. April 2014 eine Anhebung der Dividende auf 2 Euro 25 Cent vorschlagen. Dazu jedoch später mehr.

Im Verlauf des Jahres 2013 hat sich nicht nur die Ertragssituation sehr deutlich verbessert, sondern auch die Generierung von Free Cash Flow. Der Free Cash Flow des Industriegeschäfts erreichte im Berichtsjahr 4,8 Milliarden Euro, das waren 3,4 Milliarden mehr als im Vorjahr.

Neben den positiven Ergebnisbeiträgen der automobilen Geschäftsfelder profitierte der Free Cash Flow des Industriegeschäfts von der erfolgreichen EADS-Transaktion, die zu einem Mittelzufluss von 2,3 Milliarden Euro führte. Der Free Cash Flow war zudem in Höhe von bis zu 1,5 Milliarden Euro von stichtagsbezogenen Effekten positiv beeinflusst, die sich im Folgejahr wieder ausgleichen werden. Dazu gehören Effekte im Zusammenhang mit Umsatzsteuerzahlungen sowie Auszahlungen von Händlerprovisionen.

Belastend wirkten hohe Investitionen in Sachanlagen und immaterielle Vermögenswerte sowie der Erwerb des 12%-Anteils an BAIC Motor in Höhe von 0,6 Milliarden Euro.

Da der Free Cash Flow des Industriegeschäfts die Höhe der Dividendenzahlung deutlich übertraf, hat sich auch die Nettoliquidität des Industriegeschäfts nochmals verbessert. Diese erreichte zum Jahresende 13,8 Milliarden Euro, das war gegenüber dem Ende 2012 ein Zuwachs von 2,3 Milliarden Euro.

Die Bruttoliquidität des Konzerns stieg zum Ende 2013 auf 18,1 Milliarden Euro. Das gibt uns zusammen mit anderen Instrumenten ein hohes Maß an finanzieller Flexibilität.

Die guten Ergebnisse haben auch unsere Eigenkapitalquoten weiter gestärkt. Im Konzern betrug die Eigenkapitalquote zum Ende des Berichtsjahres 24,3%, im Industriegeschäft 43,4%.

Mercedes-Benz Cars

Lassen Sie mich nun auf die Entwicklung in unseren Geschäftsfeldern eingehen, wie immer beginnend mit den Pkw.

Mercedes-Benz Cars hat das vierte Jahr in Folge den Absatz gesteigert und mit 1.566.000 Fahrzeugen erneut einen Absatzrekord aufgestellt. Der Umsatz stieg um 4% auf den neuen Höchstwert von 64,3 Milliarden Euro. Aufgrund der attraktiven neuen Modelle, die wir im Berichtsjahr eingeführt haben, hat sich das Wachstumstempo auch hier im Jahresverlauf spürbar beschleunigt.

Das EBIT aus dem laufenden Geschäft unserer Pkw-Sparte lag mit 4,2 Milliarden Euro zwar um 6% unter dem Vorjahresniveau, nach einer schwächeren ersten Jahreshälfte konnten wir aber das Ergebnisniveau im dritten und vierten Quartal wie auch die Umsatzrenditen deutlich verbessern.

Unter den Baureihen der Marke Mercedes-Benz haben sich die neuen Kompakten besonders dynamisch entwickelt. 2013 haben wir 384.000 Pkw der A-, B- und CLA-Klasse abgesetzt, ein Plus von 66%. Unsere neuen Kompakten sind sehr erfolgreich am Markt, in Deutschland ebenso wie auf vielen Auslandsmärkten.

Sehr wirkungsvoll war auch die im Juni erfolgte Einführung der neuen E-Klasse. Der Kunde erhält in diesem Fahrzeug alle Assistenzsysteme, die auch in der S-Klasse verfügbar sind. Der Absatz stieg in diesem Segment trotz des Modellwechsels um 6% auf 332.000 Fahrzeuge.

Bei den Geländewagen der M-, R-, GLK-, GL- und G-Klasse konnten wir den Absatz ebenfalls auf ein neues Rekordniveau von 323.000 Fahrzeugen steigern. Dabei war die M-Klasse mit 121.000 Fahrzeugen erneut das meistverkaufte Fahrzeug in ihrem Marktsegment.

Die C-Klasse hat sich in ihrem letzten Jahr ebenfalls gut behauptet, auch wenn der bevorstehende Modellwechsel natürlich seine Spuren hinterlassen hat.

Das unbestrittene Highlight des abgelaufenen Jahres war die Einführung der neuen S-Klasse im Sommer. Trotz des Modellwechsels behauptete die S-Klasse ihre Position als meistverkaufte Luxuslimousine der Welt. Insgesamt haben wir 2013 im S-Klasse Segment 71.000 Fahrzeuge abgesetzt, davon allein 27.000 im letzten Quartal.

Auch der smart fortwo hat sich im Jahr vor seinem Modellwechsel gut behauptet. Von unserem Zweisitzer wurden 98.000 Fahrzeuge abgesetzt, im Retail waren es über 100.000.

Sowohl in Deutschland als auch in den USA und Japan war Mercedes-Benz die erfolgreichste Premiummarke. Aber auch in vielen anderen Märkten haben wir unsere Position weiter gestärkt und teilweise die Marktführerschaft übernommen. So haben wir in Europa trotz des volatilen Marktumfelds in nahezu allen wichtigen Märkten Marktanteile hinzugewonnen. In Westeuropa haben wir das Vorjahresniveau um insgesamt 3% übertroffen und im schwachen deutschen Markt den Marktanteil von 10,1 auf 10,3% erhöht.

Besonders erfreulich war die Absatzentwicklung in den USA: Dort haben wir mit 319.000 Pkw fast 20.000 mehr Fahrzeuge verkauft als im Vorjahr. In China haben die Verkäufe vor allem in der zweiten Jahreshälfte deutlich angezogen. Im Gesamtjahr haben wir dort mit 239.000 abgesetzten Fahrzeugen ein Plus von 15% erzielt.

Die neuen Produkte und die daraus resultierende gute Absatzentwicklung haben sich im Jahresverlauf auch im Ergebnis von Mercedes-Benz Cars positiv ausgewirkt. Zu der Ergebnisverbesserung hat zudem eine bessere Preisdurchsetzung beigetragen. Und auch die Effizienzmaßnahmen des Programms Fit for Leadership spiegeln sich positiv im Ergebnis wider.

Ergebnisbelastungen sind andererseits durch einen veränderten Modell-Mix und Wechselkurseffekte entstanden. Darüber hinaus haben wir weiter daran gearbeitet, unsere Produkte noch attraktiver zu machen, und haben Vorleistungen für neue Technologien und Fahrzeuge erbracht. Dies hat sich im Ergebnis ebenso niedergeschlagen wie die Aufwendungen für Kapazitätserweiterungen.

Der kontinuierliche Aufwärtstrend, der im Jahr 2013 prägend war für unser Geschäft, war in unserer Pkw-Sparte besonders stark: mehr als 60% des EBIT aus dem laufenden Geschäft in Höhe von 4,2 Milliarden Euro wurden im zweiten Halbjahr erreicht – mit entsprechendem Niederschlag in der Umsatzrendite, die 7,8% im zweiten Halbjahr und 8,0% im vierten Quartal erreichte.

Ein zentraler Baustein unserer Wachstumsstrategie »Mercedes-Benz 2020« ist das Effizienz- und Wachstumsprogramm Fit for Leadership. Bis zum Jahresende 2014 planen wir damit eine nachhaltige Verbesserung der Kostenstrukturen um rund 2 Milliarden Euro.

Für das Jahr 2013 hatten wir uns eine Umsetzung von 30% der insgesamt angestrebten Kostensenkungen vorgenommen. Dieses Ziel wurde deutlich übertroffen. Zahlreiche Maßnahmen zur Effizienzsteigerung in der Produktentstehung bis hin zur Optimierung unserer

Einkaufs- und Vertriebsprozesse sind bereits umgesetzt, so dass wir zum Jahresende Effizienzverbesserungen von 800 Millionen Euro realisieren konnten. Die wichtigsten Bausteine sind dabei Materialkosteneinsparungen, geringere Fixkosten und produktionsbezogene Maßnahmen.

Im laufenden Jahr werden wir mit Nachdruck an diesen Themen weiterarbeiten. Daraus soll dann im Jahr 2014 eine EBIT-Wirkung von 70 bis 80% erzielt werden.

Daimler Trucks

Kommen wir nun zu unserem nächsten Geschäftsfeld – Daimler Trucks.

In einem insgesamt schwierigen Marktumfeld konnte die Lkw-Sparte den Absatz um 5% auf 484.000 Fahrzeuge steigern und damit das höchste Niveau seit sieben Jahren erreichen. Der Umsatz lag mit 31,5 Milliarden Euro leicht über dem Vorjahreswert. Erhebliche negative Einflüsse kamen hierbei aus Wechselkursveränderungen, vor allem aus der deutlichen Abwertung des japanischen Yen gegenüber dem Euro. Bereinigt um diese Wechselkurseffekte wäre der Umsatz um 7% gewachsen.

Das EBIT aus dem laufenden Geschäft von Daimler Trucks lag bei 1,8 Milliarden Euro und damit leicht über dem Niveau des Vorjahres. Die wesentlichen Erfolgsfaktoren für den Absatzanstieg waren unsere umfangreiche Produktoffensive, das umfassende Angebot moderner Euro-VI-Lkw und unsere globale Aufstellung.

Zum Absatzwachstum haben hauptsächlich die lateinamerikanischen Märkte und in geringerem Umfang Westeuropa beigetragen, während unser Absatz in der NAFTA-Region und in Asien nahezu stabil war.

In Westeuropa war in der zweiten Jahreshälfte eine leichte Verbesserung der Nachfragesituation spürbar. Zum einen bestellten Kunden Euro-V-Fahrzeuge vor Inkrafttreten der schärferen Emissionsgesetzgebung im Jahr 2014, zum anderen nutzten Käufer die in einigen Ländern vorhandenen Euro-VI-Subventionen. Mit einem Anstieg des Marktanteils von 22,9 auf 24,1% in Westeuropa und von 39,2 auf 39,7% in Deutschland haben wir unsere Marktführerschaft weiter ausgebaut.

Der brasilianische Markt hat sich im Jahr 2013 deutlich erholt. Staatliche Finanzierungsanreize sowie Nachholeffekte nach dem vorausgegangenen Markteinbruch begünstigten die Nachfrage. Unser Absatz erhöhte sich um 34% auf 39.000 Lkw, unser Marktanteil in Brasilien war jedoch aufgrund des intensiven Wettbewerbs niedriger als im Vorjahr.

In der NAFTA-Region konnten wir bei einer nahezu stabilen Marktnachfrage unsere Marktführerschaft nochmals signifikant ausbauen. In der Klasse 6 bis 8 stieg unser Marktanteil von 34,0 auf 38,2%. Obwohl erst im März 2013 mit der Produktion des neuen Freightliner Cascadia Evolution begonnen wurde, hat dieser bereits deutlich zum Absatzerfolg beigetragen. Dank fortschrittlicher Fahrzeugtechnologien profitieren die Kunden von Kraftstoffeinsparungen von bis zu 7% gegenüber der ersten Generation des Cascadia Modells.

In Asien war die Lage in den einzelnen Märkten sehr unterschiedlich. Einem Zuwachs in Japan standen Absatzrückgänge in Taiwan und Indonesien gegenüber. In Indien konnten wir trotz schwacher Konjunktur mit den neuen BharatBenz Lkw bereits auf die vierte Position im

Segment der mittelschweren und schweren Lkw vorstoßen. In China produzieren und verkaufen wir Lkw der Marke Auman gemeinsam mit unserem Joint-Venture-Partner Foton. Im abgelaufenen Jahr haben wir 103.000 Auman Lkw abgesetzt.

Die Auftragssituation hat sich bei den Lkw erheblich verbessert. Die Auftragseingänge lagen 2013 mit 498.000 Fahrzeugen deutlich über dem Vorjahr und auch merklich über dem Absatzvolumen.

Ausschlaggebend dafür waren einerseits das komplett erneuerte Modellangebot und andererseits Vorzieheffekte aufgrund der Einführung der Euro-VI-Abgasnorm. Aber auch in der NAFTA-Region, in Lateinamerika und in Asien sind die Bestellungen gestiegen.

Zum Ergebnisanstieg aus dem laufenden Geschäft hat bei Daimler Trucks vor allem der höhere Fahrzeugabsatz beigetragen. Gegenläufig haben gestiegene Garantiekosten und die bereits erwähnten Wechselkurseffekte das Ergebnis belastet. Die Effizienzmaßnahmen des Programms Daimler Trucks #1 haben sich positiv im Ergebnis niederschlagen.

Darüber hinaus entstanden im Jahr 2013 Aufwendungen von 116 Millionen Euro für Personalmaßnahmen im Zusammenhang mit Optimierungsprogrammen in Deutschland und Brasilien.

Das Programm Daimler Trucks #1 umfasst sowohl Maßnahmen der einzelnen Geschäftsbereiche als auch bereichsübergreifende Initiativen. Bis zum Jahresende 2014 wollen wir durch die Implementierung von Maßnahmen für eine nachhaltige Verbesserung der Kostenstrukturen und durch zusätzliche Geschäftsaktivitäten Ergebnisbeiträge in Höhe von 1,6 Milliarden Euro generieren.

Im Jahr 2013 haben wir bereits 30% der Optimierungsziele erreicht. Erhebliche Fortschritte wurden beispielsweise bei der Optimierung der Produktion sowie bei der Material- und Fixkostenreduzierung erzielt.

Die bereichsübergreifenden Initiativen leisten zusätzlich einen wichtigen strategischen Beitrag, um bestmöglich von unserer globalen Aufstellung zu profitieren. So strebt Daimler Trucks im Rahmen seiner Modulstrategie einen höheren Gleichteilegrad der Produkte an, ohne wichtige Differenzierungsmerkmale der einzelnen Marken aufzugeben.

In unserem Geschäft in Asien haben wir im Berichtsjahr erhebliche Fortschritte durch eine intensivere Zusammenarbeit von FUSO und Daimler India Commercial Vehicles gemacht. Dazu zählt eine engere Kooperation der Bereiche Entwicklung, Sales und Aftersales. Darüber hinaus hat im Mai die Produktion von FUSO Trucks im indischen Chennai begonnen, die wir in andere asiatische Märkte und nach Afrika exportieren.

Im laufenden Jahr werden wir mit Nachdruck an diesem Thema weiterarbeiten. Daraus soll dann in 2014 eine Ergebniswirkung von 70 bis 80% des gesamten Programm-Volumens erzielt werden.

Mercedes-Benz Vans

Das Geschäftsfeld Mercedes-Benz Vans hat seinen Absatz im Jahr 2013 um 7% auf 270.000 Transporter gesteigert. Der Umsatz wuchs um 3% auf 9,4 Milliarden Euro. Das operative Ergebnis aus dem laufenden Geschäft ist von 607 Millionen auf 631 Millionen Euro gestiegen.

Den größten Anteil am Absatz und Umsatz unserer Transporter-Sparte hat weiterhin der Sprinter, der seinen Erfolgskurs im vergangenen Jahr fortgesetzt hat. Im Herbst haben wir in Westeuropa den neuen Sprinter eingeführt und damit unsere Markt- und Innovationsführerschaft bekräftigt. Zum Absatzwachstum trugen auch die Märkte in den USA, Lateinamerika und China bei – Lateinamerika mit einem Zuwachs um 40% und China sogar mit 44%.

In Russland haben wir gemeinsam mit unserem Partner GAZ mit der Produktion des Sprinter Classic begonnen. Von dem im Herbst 2012 eingeführten Stadtlieferwagen Citan wurden im abgelaufenen Jahr 20.000 Einheiten verkauft. Die Absätze des Vito und Viano lagen nahezu auf dem Niveau des Vorjahres. Bei diesen Fahrzeugen steht im Jahr 2014 die Einführung hochwertiger Nachfolge-Modelle an.

Der höhere Gesamtabsatz, aber auch eine bessere Preisdurchsetzung haben wesentlich zum Anstieg des EBIT aus dem laufenden Geschäft von Mercedes-Benz Vans beigetragen. Die Material- und Entwicklungskosten haben sich aufgrund der fortgesetzten Effizienzverbesserungen verringert. Dem standen weitere Vorleistungen für neue Produkte gegenüber.

Daimler Buses

Damit kommen wir zu unserem Geschäftsfeld Daimler Buses. Im Jahr 2013 haben wir hier den Absatz um 5% auf 33.700 Komplettbusse und Fahrgestelle gesteigert. Dies führte zu einem Umsatzzanstieg um 4% auf 4,1 Milliarden Euro.

Beim EBIT aus dem laufenden Geschäft hat Daimler Buses einen eindrucksvollen Turnaround erzielt und schreibt seit dem zweiten Quartal wieder schwarze Zahlen. Das operative Ergebnis verbesserte sich von minus 66 Millionen Euro im Jahr 2012 auf plus 163 Millionen Euro.

Daimler Buses hat in Westeuropa trotz des schwierigen Marktumfelds den Absatz von Komplettbussen um 15% gesteigert und seine führende Marktposition weiter ausgebaut. Auch in Deutschland wirkte sich die sehr hohe Nachfrage nach unseren Mercedes-Benz Bussen, insbesondere dem neuen Stadtbus Citaro, sehr positiv auf den Absatz aus.

In Lateinamerika, wo wir mit Busfahrgestellen aktiv sind, hat sich der Markt nach der im Jahr 2012 eingeführten strengeren Abgasnorm Euro V wieder deutlich erholt. Mit einer Absatzsteigerung um 7% konnten wir die führende Marktposition in Lateinamerika weiterhin behaupten.

Ein wesentlicher Erfolgsfaktor für die signifikante Ergebnisverbesserung war das Absatzwachstum in Westeuropa und Lateinamerika und ein besserer Produkt-Mix. Darüber hinaus haben weitere Effizienzfortschritte im europäischen Geschäftssystem die Ertragskraft gestärkt. Wechselkurseffekte haben die Ergebnisentwicklung ebenfalls unterstützt.

Verringert haben sich gegenüber 2012 die angefallenen Aufwendungen für die Neuausrichtung des europäischen und amerikanischen Geschäftssystems.

Daimler Financial Services

Last but not least – Daimler Financial Services. Unser Finanzdienstleistungsgeschäft entwickelte sich 2013 erneut positiv. Das Neugeschäft legte um 6% auf 40,5 Milliarden Euro

zu und erreichte damit einen neuen Höchstwert. Das Vertragsvolumen stieg um 4% auf den Rekordwert von 83,5 Milliarden Euro. Bereinigt um Wechselkurseffekte betrug der Anstieg sogar 11%. Das EBIT erreichte 1,3 Milliarden Euro und lag damit auf Vorjahresniveau.

37 Milliarden Euro unseres Vertragsvolumens entfallen auf Europa. Das sind drei Milliarden Euro mehr als ein Jahr zuvor. Ebenfalls positiv entwickelt hat sich unser Geschäft in Nord- und Südamerika sowie in der Region Afrika & Asien-Pazifik. Aufgrund von Wechselkursverschiebungen erscheinen die Portfolio-Zuwächse geringer als sie tatsächlich waren.

Sehr zufrieden sind wir auch mit dem Verlauf unseres Versicherungsgeschäfts, dessen Wachstum ungebrochen ist. Bei der Wahl bestimmter sicherheitsrelevanter Mercedes-Benz-Assistenzsysteme beim Neufahrzeugkauf erhalten die Versicherungsnehmer Prämienvorteile. Über Kooperationen im Schadensfall können unsere Werkstätten zudem zusätzliche Umsätze generieren.

Und auch bei den Mobility Services sind wir weiter vorangekommen. Car2go hat mittlerweile fast 600.000 Kunden und betreibt eine Fahrzeugflotte von rund 10.000 smart fortwo in 25 Städten. Andere vielversprechende Mobilitätsdienstleistungen runden das Angebot ab.

Das operative Ergebnis von Daimler Financial Services lag mit 1,3 Milliarden Euro auf Vorjahresniveau. Positiv zur Ergebnisentwicklung beigetragen hat das höhere Vertragsvolumen.

Dagegen haben sich Wechselkurseffekte und niedrigere Zinsmargen negativ im Vorjahresvergleich ausgewirkt. Schließlich entstanden höhere Aufwendungen im Zusammenhang mit der Ausweitung der Geschäftstätigkeit.

Finanzkennzahlen Daimler-Konzern

Wenn wir einen Blick auf die Zahlen für das vierte Quartal werfen, so zeigt sich auch hier für alle Geschäftsfelder ein deutlicher Aufwärtstrend. Mit 2,5 Milliarden Euro weisen wir für den Konzern ein Ergebnis aus dem laufenden Geschäft aus, das um 45% über dem Vorjahreswert liegt.

Meine Damen und Herren, wie Sie an unseren Zahlen für das vierte Quartal und auch an diesem Chart sehen können, hat unsere Geschäftsentwicklung im Laufe des Berichtsjahres signifikant an Dynamik gewonnen.

Das zeigt sich sehr deutlich bei einem Vergleich des EBIT aus dem laufenden Geschäft zwischen den beiden Halbjahren. Damit ist die Prognose, die wir vor einem Jahr an dieser Stelle abgegeben haben, vollumfänglich eingetreten.

Sehr erfreulich ist auch, dass dies für alle automobilen Geschäftsfelder zutrifft. Ursächlich dafür waren der Erfolg unserer attraktiven Produktpalette, der Anlauf neuer Modelle, teilweise günstigere Marktbedingungen und die zunehmende Wirkung unserer Effizienzmaßnahmen.

Die Ergebnisentwicklung des zweiten Halbjahres ist eine gute Basis für das Geschäftsjahr 2014.

Wir haben auch im Jahr 2013 wieder kräftig in die Zukunft investiert. Um unsere Wachstumsstrategie mit neuen Produkten, neuen Technologien und modernen

Produktionskapazitäten umzusetzen, wurden die Sachinvestitionen weiter auf 5,0 Milliarden Euro erhöht.

Von den gesamten Sachinvestitionen entfiel deutlich mehr als die Hälfte auf Deutschland. Ein weiterer Schwerpunkt lag in der Verbreiterung unseres internationalen Produktionsnetzwerks, sei es mit Werken in China, der C-Klasse-Fertigung in Tuscaloosa oder dem weiteren Ausbau des neuen BharatBenz-Werks in Indien.

Zur Absicherung unserer Technologieführerschaft sind im abgelaufenen Jahr insgesamt 5,4 Milliarden Euro in die Forschung und Entwicklung geflossen. Schwerpunkte waren naturgemäß die Entwicklung wichtiger Nachfolgemodelle unserer aktuellen Produktpalette, allen voran die neue C-Klasse. Aber auch für die Weiterentwicklung umweltschonender Antriebe und nicht zuletzt für neue Sicherheitstechnologien wenden wir weiter erhebliche Mittel auf.

Auch in den Jahren 2014 und 2015 werden wir unsere Investitionen in Forschung und Entwicklung und unsere Werke auf hohem Niveau fortsetzen, um die von uns eingeleiteten Wachstumsoffensiven zu begleiten und abzusichern.

Die Grundlage hierfür bildet unsere finanzielle Stärke. Auch die Mittel aus der erfolgreichen EADS-Transaktion werden wir zur Stärkung unseres Kerngeschäfts und zur Erneuerung und Erweiterung unserer Produktpalette einsetzen.

Wir wollen Mehrwert für unsere Kunden, aber natürlich auch für unsere Aktionäre schaffen.

Das Ergebnis je Aktie ist von 6 Euro 2 Cent im Jahr 2012 auf 6 Euro 40 Cent im Berichtsjahr gestiegen.

Der Hauptversammlung am 9. April werden wir eine Anhebung der Dividende auf 2 Euro 25 Cent vorschlagen. Damit lassen wir unsere Aktionäre am Erfolg des Unternehmens teilhaben und drücken zugleich unsere Zuversicht über den weiteren Geschäftsverlauf aus.

Die vorgeschlagene Ausschüttung entspricht unserer bisher höchsten Dividende der Daimler AG. Die Ausschüttungssumme liegt damit bei 2,4 Milliarden Euro.

Meine Damen und Herren, soviel zu unseren Kennzahlen für 2013. Damit übergebe ich wieder an Dieter Zetsche.

Dr. Dieter Zetsche
Vorstandsvorsitzender
der Daimler AG
und Leiter Mercedes-Benz Cars

Strategie: vier Handlungsfelder

Meine Damen und Herren,
diese Illustration beschreibt die Situation bei Daimler ganz gut: Schritt für Schritt fügen sich die einzelnen Punkte zu einem stimmigen Gesamtbild:

- unsere Produkte sind weltweit gefragt,
- unsere Effizienzprogramme zahlen sich aus,
- unsere Investitionen tragen Früchte.

Und mit allem, was wir für 2014 geplant haben, bin ich zuversichtlich: Wir werden weiter an Tempo zulegen. Ein erster Beleg: Im Januar haben wir deutlich mehr Mercedes-Benz Pkw an unsere Kunden ausgeliefert als im Vorjahr – plus 15 Prozent.

Lassen Sie mich kurz darstellen, in welchem Umfeld wir uns bewegen. Es gibt globale Trends, denen sich niemand entziehen kann: Die anhaltende Volatilität der Weltwirtschaft ist ein Beispiel dafür, die Verlagerung des Wachstums in Märkte wie China, Russland oder Brasilien ein anderes. Auch unsere Branche wandelt sich: Elektromobilität und Digitalisierung sind nur zwei Beispiele. Und in Verbindung mit politischen Vorgaben zu Themen wie CO₂-Emissionen, Sicherheit oder lokaler Wertschöpfung ergibt sich ein ganzes Bündel an Herausforderungen – aber auch an Chancen.

Unsere Antwort auf diese Trends sind unsere bekannten vier strategischen Handlungsfelder. Sie finden sich in allen Geschäftsfeld-Strategien wieder:

- Erstens: Wir stärken unser Kerngeschäft mit unseren Produktoffensiven,
- zweitens: wir wachsen in neuen Märkten,
- drittens: wir entwickeln führende alternative Antriebe und Sicherheitstechnologien,
- und viertens: wir gestalten neue Mobilitätslösungen und nutzen die Möglichkeiten zunehmender Digitalisierung.

Lassen Sie mich mit Blick auf 2014 ein paar Punkte dazu herausgreifen.

Unser Kerngeschäft stärken

Zunächst die Stärkung unseres Kerngeschäfts durch Produktoffensiven.

In allen Geschäftsfeldern werden wir unsere Modelloffensiven in den kommenden Jahren konsequent vorantreiben. Insbesondere bei den Pkw erweitern wir unser Angebot über alle Segmente hinweg. Unsere oberste Prämisse: Wir wollen unseren Kunden erstklassige Fahrzeuge anbieten. Fahrzeuge, die ihre Erwartungen übertreffen – ganz gleich, ob es sich um einen Kompaktwagen oder eine Luxus-Limousine handelt.

Schon im März erweitern wir unser Angebot bei den Kompakten: Dann geht unser neuer GLA an den Start. Aufgrund des großen Erfolgs des A 45 und des CLA 45 bieten wir ab Juli auch unseren neuen Kompakt-SUV als AMG-Version an:

- mit Allradantrieb
- und mit einem 4-Zylinder-Motor, der stärker ist als jeder andere.

Im November bringen wir zudem die modellgepflegte B-Klasse zu unseren Kunden.

Im Volumen-Segment gehen wir in diesem Jahr mit der neuen C-Klasse an den Start. Dieses Auto steht exemplarisch für vieles, was wir uns im Rahmen unserer Pkw-Produktstrategie vorgenommen haben: Die C-Klasse spricht die neue, emotionale Designsprache von Mercedes-Benz. Ein zentrales Design-Element, das alle neuen Modelle verbindet, sehen Sie hier in der Animation: die *Dropping Line*. Das Interieur-Design sucht seinesgleichen. Es „überspringt mindestens eine Generation“ – dieses Zitat kommt nicht von mir, sondern von der Fachpresse. Ich denke, die Bilder sprechen für sich.

Die neue C-Klasse wird noch effizienter: Das Fahrzeug hat nicht nur einen Bestwert bei der Aerodynamik, sondern auch beim Gewicht: Es ist rund 100 Kilo leichter als sein Vorgänger und damit Klassenbester in seinem Segment. Ein Grund: die Karosserie besteht zu großen Teilen aus Aluminium.

Die neue C-Klasse ist auch ein Meilenstein unserer Architektur-Strategie: Zum ersten Mal kommt die neue Generation unserer *Mercedes Rear Wheel Architecture* zum Einsatz. Alle Fahrzeuge mit Heckantrieb basieren künftig auf dieser Plattform. Die neue C-Klasse profitiert von unserem Modul-Baukasten. Sie erhält Assistenzsysteme aus höheren Baureihen, etwa den *Stop and Go*-Piloten und die Stereokamera aus der S-Klasse.

Und wir nutzen die Vorteile unseres globalen Produktions-Netzwerks. Innerhalb von nur sechs Monaten wird die C-Klasse an vier Standorten vom Band rollen: in Deutschland, den USA, in Südafrika und in China. Ab Mitte März bringen wir die Limousine in Europa auf die Straße. Das T-Modell folgt im Herbst.

Auch unsere S-Klasse-Familie bauen wir weiter aus: Im März hat das S-Klasse Coupé Weltpremiere in Genf. Das Bild hinter mir gibt Ihnen einen ersten Vorgeschmack, wie das Fahrzeug aussehen wird. Dieses Coupé stellt traditionell die Spitze unseres Modellprogramms dar. Wir haben aber noch mehr in petto: Wie angekündigt, wird die S-Klasse-Familie mit sechs Modellen so groß wie nie. Darunter sind auch komplett neue Fahrzeuge. Eines werden wir noch in diesem Jahr vorstellen.

Eine weitere Neuheit planen wir für das Sportwagen-Segment. Ohne jetzt schon zu viel zu verraten: Das wird ein absolut neuartiger Mercedes. Und nachdem wir im vergangenen Jahr schon den Kern der E-Klasse-Familie überarbeitet haben, ziehen wir diesen Oktober nochmal nach: Dann kommen die neue Generation des CLS Coupés und des CLS Shooting Brake hinzu.

Bei der Entwicklung unseres neuen smart war die Prämisse: Bewährte Stärken bewahren, neue Chancen nutzen. Das stärkste Argument für den smart *fortwo* ist seine Größe: Mit 2,69m Länge ist er das perfekte Stadtauto. Deshalb haben wir daran auch beim neuen *fortwo* nichts geändert. Seine kompakten Maße waren aber gleichzeitig manchmal ein Gegen-Argument, zumindest bei Familien. Hier setzen wir jetzt an. Der neue *smart forfour* bietet vier Sitze – und auf nur 3,50 m Länge mehr Platz im Innenraum als jeder vergleichbare Wettbewerber. Im Juli sind Weltpremiere und Bestellstart; die Auslieferung beginnt im vierten Quartal.

Von unseren Kleinsten zu unserem Größten: Vor knapp zwei Wochen haben wir bei Mercedes-Benz die neuen Schwerlast-Zugmaschinen von Actros und Arocs, kurz: SLT, vorgestellt.

Diese Bezeichnung tragen die größten Mercedes-Lkw absolut zu recht: Sie können bis zu 250 Tonnen ziehen – also beispielsweise rund 300 smart *fortwo*. Im Januar war Premiere; die ersten Fahrzeuge sind schon bestellt. Im US-Markt hat in diesem Jahr ein neuer Western Star-Truck Weltpremiere. Ich kann jetzt noch nicht viel mehr verraten, soviel vorab: Unser neuer Schwer-Lkw kann sich wirklich sehen lassen – er hat es sogar als Hauptdarsteller in den Hollywood-Film „Transformers 4“ geschafft.

Insgesamt haben wir bei Daimler Trucks auf der Produktseite schon viel erreicht. In Summe haben wir heute die größte und stärkste Lkw-Flotte unserer Geschichte. Gleichzeitig sind wir schon an den nächsten Projekten: In Brasilien werden wir unser Produktprogramm überarbeiten, in Japan steht ein Upgrade unseres Schwer-Lkw FUSO *Super Great* auf dem Plan.

Bei Mercedes-Benz Vans haben wir vergangene Woche die neue V-Klasse vorgestellt. Sie rückt nicht nur durch die Namensgebung enger mit unseren Pkw zusammen. Dank zahlreicher Innovationen aus der neuen C-Klasse wird sie auch technologisch zu einem echten Mercedes-Benz Pkw. Ein Beispiel ist die 360-Grad-Kamera zum automatischen Einparken, ein anderes das Touchpad als zentrales Bedien-Element – nur zwei Belege, wie sich der Technologietransfer zwischen unseren Geschäftsfeldern für den Kunden lohnt. Beim Design und bei der Ausstattung im Innenraum orientiert sich das Auto ebenfalls an unseren aktuellsten Pkw. In Summe schaffen wir mit der V-Klasse ein neues Segment: eine Premium-Großraum-Limousine, mit der Sie alles transportieren können – egal ob Kinderwagen, Mountainbike oder VIP.

Sie sehen: Unsere Produktoffensiven laufen weiter auf Hochtouren. Bei den Pkw haben wir mit unseren Kernbaureihen C-, E- und S-Klasse schon in diesem Jahr das jüngste Produktprogramm im Wettbewerb. Und wir verjüngen es weiter.

Noch viel wichtiger: Mit dieser Modell-Offensive sorgen wir dafür, dass unser Absatz-Momentum in den nächsten Jahren hoch bleibt:

- Zum einen machen wir unsere gerade erst eingeführten Fahrzeuge in immer mehr Märkten weltweit verfügbar;
- zum anderen haben wir bei den Pkw und bei den Nutzfahrzeugen noch zahlreiche weitere Neuheiten in der Pipeline.

Daimler Financial Services unterstützt unsere Wachstums-Programme mit den entsprechenden Finanzierungs- und Leasingangeboten. Denn Fakt ist: Kunden, die finanzieren oder leasen, kaufen häufiger Autos und sie kaufen besser ausgestattete Autos. Zudem haben diese Kunden eine deutlich höhere Markenloyalität.

Unsere Marschrichtung für die nächsten Jahre ist also klar: Wir wollen weiter wachsen, und zwar nachhaltig profitabel. Mit unseren Effizienz-Programmen in den einzelnen Geschäftsfeldern sind wir in dieser Hinsicht schon gut unterwegs. Bodo Uebber hat dazu berichtet. Neben kurzfristigen Verbesserungen gewinnen jetzt langfristige Maßnahmen an Gewicht. Die Weiterentwicklung unseres Geschäftsmodells fangen wir natürlich nicht erst heute an. Die ersten Veränderungen nehmen Schritt für Schritt Form an.

Nehmen wir unsere Pkw: Hier haben wir „Leitplanken“ für unser Geschäft gesetzt. Dahinter stehen klare Ziel-Korridore für alle relevanten Themen, um auf dem Weg zu nachhaltig profitablen Wachstum Kurs zu halten. Was heißt das konkret? Ein Beispiel: Fahrzeug-Derivate. Durch unsere Modul- und Architekturstrategie und eine bessere Nutzung bestehender Produktions-Anlagen wollen wir die Mitteleinsätze pro Modell im deutlich zweistelligen Prozent-Bereich senken und das Tempo spürbar erhöhen.

Das hilft uns auch beim nächsten Thema: Flexibilität. Eine Produktion muss atmen können. Rund 30 Prozent Bedarfs-Schwankungen wollen wir nach oben und unten abfangen können. Dazu werden wir noch mehr Fahrzeugtypen auf nur einer Linie produzieren und gleiche Baureihen an mehreren Standorten fertigen. Stichwort: C-Klasse. Module, Architekturen und Flexibilität sind natürlich auch entscheidende Ansätze bei unseren Nutzfahrzeugen. Dasselbe gilt für ein weiteres Beispiel: „Customer Dedication“. Damit haben wir den gesamten Konzern noch stärker nach Geschäftsfeldern aufgestellt. So geben wir den Kollegen im Vertrieb die Möglichkeit, noch schneller und individueller auf die Wünsche ihrer jeweiligen Kunden einzugehen.

Damit komme ich zu unserem zweiten strategischen Handlungsfeld: Was haben wir uns 2014 mit Blick auf unsere neuen Absatzmärkte vorgenommen? Kurz gesagt: Wir werden uns dort insgesamt noch breiter aufstellen: entlang der gesamten Wertschöpfungskette und in allen Geschäftsfeldern.

In neuen Märkten wachsen

Zunächst: China. Dort wollen wir mit unseren Pkw weiter zulegen: beim Absatz, aber vor allem auch bei der Profitabilität. Das heißt: Wir werden unserer Marke und unseren Produkten ein noch klareres Profil geben. Mit der neuen C-Klasse haben wir genau das richtige Produkt, um unseren Premium-Anspruch zu unterstreichen. Auch der CLA kommt 2014 nach China; 2015 folgt der GLA aus lokaler Produktion. Unser Händlernetz soll 2014 um rund 100 Standorte wachsen. Und natürlich wollen wir auch in China rund um diese Fahrzeuge passende Finanzdienstleistungen anbieten. Zuletzt war schon jeder fünfte Mercedes im Reich der Mitte durch uns finanziert oder verleast. All das sollte sich schon 2014, und noch deutlicher ab 2015 im Absatz bemerkbar machen. Der Anfang ist gemacht: Im Januar haben wir 45 Prozent mehr Mercedes-Pkw an unsere Kunden ausgeliefert als im Vorjahr.

Nächstes Beispiel: Indien. Im vergangenen Jahr haben wir dort trotz der angespannten Marktsituation gut ein Drittel mehr Pkw abgesetzt. Auch in diesem Jahr wollen wir weiter wachsen: Seit Januar ist die neue S-Klasse in Indien verfügbar. Erst gestern haben wir den CLA 45 präsentiert.

Eine weitere Premiere gab es bei unserer indischen Lkw-Marke: Vergangene Woche haben wir vier neue BharatBenz-Modelle vorgestellt, darunter die hier abgebildeten Sattelzugmaschinen. Unser Netzwerk von 75 Händlerbetrieben werden wir in den nächsten Monaten auf mehr als 100 Vertriebs- und Servicestellen ausbauen. Damit wollen wir an unseren guten Marktstart in Indien anknüpfen: Innerhalb von nur eineinhalb Jahren haben wir dort eine neue Lkw-Marke etabliert – und uns aus dem Stand den vierten Platz im Segment der mittelschweren und schweren Lkw gesichert. Aber Indien ist für unsere Nutzfahrzeuge nicht nur Absatzmarkt, sondern auch Export-Hub: Mit der Marke FUSO werden wir von dort aus weitere Absatzmärkte in Asien und Afrika erschließen. Bereits seit Mai 2013 produzieren wir fünf FUSO-Modelle in unserem BharatBenz-Werk. Nach Sambia, Kenia und Sri Lanka planen wir 2014 Markteinführungen u.a. in Indonesien, Thailand, Tansania und Mosambik.

Kurz noch zu Brasilien. Dort sind wir bald mit einer eigenen Pkw-Fertigung vertreten. In unser neues Montagewerk in Iracemápolis bei São Paulo investieren wir in einem ersten Schritt 170 Millionen Euro. Spätestens ab 2016 werden dort die C-Klasse und der GLA für den lokalen Markt gefertigt. Und auch in unsere Nutzfahrzeug-Standorte investieren wir weiter. Allein in diesem und im nächsten Jahr werden rund 300 Millionen Euro nach Brasilien fließen: für neue Produkte und die Modernisierung unserer beiden Produktionswerke São Bernardo do Campo und Juiz de Fora.

Führende alternative Antriebe und Sicherheitstechnologien entwickeln

Damit zu unserem dritten Handlungsfeld: der Vision vom emissions- und unfallfreien Fahren. Auf beiden Feldern sind wir sehr gut aufgestellt. Nehmen wir das Thema Elektro-Mobilität: Dank smart sind wir Marktführer bei Batterieautos in Deutschland. Unser Marktanteil lag 2013 bei rund 30 Prozent. In diesem Jahr kommt die B-Klasse Electric Drive auf den Markt: ab dem zweiten Quartal in den USA; zum Ende des Jahres in Europa. Mit Tesla haben wir einen erstklassigen Entwicklungspartner für dieses Auto. Im Ergebnis muss die B-Klasse Electric Drive keinen Vergleich scheuen: Mit rund 200 Kilometern Reichweite, einem großzügigen Stauraum und geringer Ladezeit bringt sie alles mit, was ein Elektro-Auto im Alltag braucht. Ihre Unterboden-Konstruktion ist übrigens auch auf andere Antriebsarten ausgelegt. Mit Gas-Antrieb ist sie bereits ab diesem Frühjahr zu haben.

Bei effizienten Verbrennungsmotoren haben wir in den letzten Jahren ebenfalls große Schritte gemacht: Mehr als 50 Mercedes-Benz Modelle emittieren weniger als 120 Gramm CO₂ pro Kilometer. Der durchschnittliche CO₂-Ausstoß unserer Pkw-Neuwagenflotte in Europa lag im vergangenen Jahr bei 134 Gramm pro Kilometer – sechs Gramm weniger als im Vorjahr. 2016 werden wir bei 125 Gramm sein. Mit dem S 500 Plug-In Hybrid geht im Herbst die emissionsärmste S-Klasse überhaupt an den Start: Sie emittiert nur noch 69 Gramm CO₂ pro Kilometer. Auch die neue C-Klasse werden wir als Plug-In Hybrid auf den Markt bringen; der „normale“ Hybrid kommt schon in diesem Herbst.

Im Nutzfahrzeug-Geschäft ist Verbrauchs-Effizienz ohnehin oberste Pflicht. Deshalb kommen unsere Euro VI-Motoren, wie eingangs erwähnt, trotz aufwendiger Abgasnachbehandlungs-Technik mit deutlich weniger Kraftstoff aus. Aber der Motor ist nicht unser einziger Stellhebel. Wir sehen auch viel Potenzial für CO₂-Reduktion in einer guten Telematik. „Predictive Powertrain Control“, unser vorausschauender Tempomat, kennt dank GPS die Topografie nahezu aller Hauptverkehrsstraßen Europas. Und er hilft dem Fahrer, optimal zu fahren: Beispielsweise wird an einer Bergkuppe frühzeitig Gas weggenommen. Bis zu fünf Prozent Treibstoff können unsere Lkw-Kunden dadurch automatisch sparen. Mehr als die Hälfte der Actros- und Antos-Lkw in Europa werden schon heute mit diesem System geordert. 2014 kommt „Predictive Powertrain Control“ auch im Arocs.

Diese Entwicklungen machen auch unsere Busse zu Technologieführern:

- Die Euro VI-Technik ist in unserer kompletten europäischen Bus-Flotte verfügbar. Der neue Citaro etwa spart damit nochmal acht Prozent Treibstoff.
- Und der vorausschauende Tempomat ist ab Mai in unserem neuesten Setra-Reisebus, der TopClass 500, zu haben.

Neben der emissionsarmen bzw. -freien Mobilität ist das teilautonome Fahren der wohl größte Umbruch unserer Industrie in den nächsten Jahren. Mit unseren neuen Assistenzsystemen haben wir uns hier einen großen Technologievorsprung erarbeitet. Uns geht es aber nicht nur darum, bei der Entwicklung von Innovationen führend zu sein – sondern auch bei ihrer Verbreitung. Deshalb bringen wir unser Assistenzpaket für teilautonomes Fahren, „Intelligent Drive“, in diesem Jahr ins Volumensegment: Die neue C-Klasse übernimmt fast alle neuen Assistenzsysteme der S- und E-Klasse. Diese Systeme erhöhen die Verkehrssicherheit erheblich. Der Grund ist einfach: Sie haben keine „Schrecksekunde“. Externen Studien zufolge ist die Wahrscheinlichkeit, mit einer C-Klasse in eine schwere Unfallsituation zu geraten, schon heute 40 Prozent niedriger als beim Durchschnitt vergleichbarer Modelle in diesem Segment. Mit „Intelligent Drive“ werden wir das Unfall-Risiko nochmals deutlich verringern.

Mobilitätsdienstleistungen und Digital Life vorantreiben

Kommen wir zu unserem vierten Handlungsfeld: Mobilitätsdienstleistungen und Digital Life. Wie bei unseren neuen Kompakten geht es uns auch hier darum, junge, neue Zielgruppen anzusprechen und frühzeitig an uns zu binden. Auf der CES, der weltweit wichtigsten Messe für Unterhaltungselektronik in Las Vegas, haben wir Anfang des Jahres einige unserer Ideen zum Thema „Digital Life“ vorgestellt. In Kurzform: Das Auto der Zukunft wird lernfähig. Es erkennt die Gewohnheiten und Wünsche des Fahrers und kann mit ihm kommunizieren.

Stellen Sie sich zum Beispiel vor: Sie setzen sich morgens mit Ihren Kindern ins Auto. Ihr Sitz justiert sich automatisch, das Navi gibt Ihnen ungefragt die beste Route vor: erst in die Schule, dann zur Arbeit. Möglich wird das unter anderem durch Gewichtssensoren in den Sitzen, die mit anderen Systemen im Auto vernetzt sind. Schritt für Schritt integrieren wir in unsere Autos also neue Funktionen, die den Kunden einen spürbaren Mehrwert bieten. Und dabei geht es nicht mehr nur um die Einbindung von Smartphones, sondern auch um die nächste Generation mobiler Endgeräte – von Google Glass bis Pebble Smartwatch. Dafür haben wir die richtigen Partnerschaften auf den Weg gebracht.

Auch im Vertrieb gehen wir neue Wege. Gerade jüngere Kunden sind es gewohnt, jederzeit und überall im Internet einzukaufen zu können. Deshalb bieten wir seit Dezember auch Pkw-Neufahrzeuge im Online-Shop an – als erster Premium-Hersteller überhaupt. In nur acht Wochen besuchten fast 90.000 Interessierte die Online-Plattform. Das zeigt, wie groß das Interesse an dieser Form der Kundenansprache ist. Nach dem Pilotprojekt mit der Niederlassung in Hamburg ist in dieser Woche Warschau gestartet. Auch im Finanzierungs- und Leasinggeschäft ist das Internet ein wichtiger Treiber. Deshalb baut DFS seine Online-Präsenz aus – beispielsweise mit mobilen Ratenrechnern und elektronischen Bezahlfunktionen.

Jetzt zu unseren Mobilitätsdienstleistungen. Diese wollen wir ausbauen. *car2go* wird in weitere Städte expandieren. Im Frühjahr starten wir zum Beispiel in Rom. Bis Ende des Jahres möchten wir weltweit eine Million Nutzer von *car2go* überzeugt haben.

Unsere Mobilitätsplattform *moovel* werden wir 2014 ebenfalls in weiteren Städten anbieten, national und international. Gleichzeitig binden wir zusätzliche Partner ein, damit unsere Kunden noch mehr Wahlmöglichkeiten in ihrer individuellen Mobilität haben.

Neu ist das Projekt *car2go black*: unser erstes *carsharing*-Angebot mit Mercedes-Fahrzeugen. Wie funktioniert das?

- Die Autos können an ausgewählten Punkten angemietet und wieder abgestellt werden.
- Zwischen diesen Punkten sind auch einfache Fahrtstrecken möglich.
- Die Miete wird vollautomatisch über das Smartphone abgewickelt.

In wenigen Tagen startet *car2go black* mit jeweils 100 B-Klassen in Berlin und Hamburg. Wir sind überzeugt: Solche Mobilitätskonzepte sind eine große Chance für uns – auch in betriebswirtschaftlicher Hinsicht.

Meine Damen und Herren,

Sie sehen: Wir haben uns viel vorgenommen – und das aus gutem Grund. Wir wollen weiter deutlich wachsen. Gleichzeitig nähern wir uns unseren Rendite-Zielen schrittweise an: Für

unser Automobilgeschäft streben wir mittelfristig über die Markt- und Produktzyklen hinweg eine durchschnittliche Umsatzrendite von 9 Prozent an – mit entsprechenden Zielrenditen in den einzelnen Geschäftsfeldern. Daimler Financial Services hat bereits seit 2011 eine Eigenkapital-Rendite von mindestens 17 Prozent; dieses Level wollen wir nachhaltig sichern.

Kommen wir zum Ausblick für 2014.

Ausblick

Was haben wir uns in Sachen Absatz vorgenommen?

Nach zwei Jahren mit eher verhaltenem Wachstum der Weltwirtschaft gibt es –trotz der aktuellen Unsicherheit in einigen Schwellenländern – nun gute Chancen für eine gewisse Verbesserung. Dies liegt vor allem an der Konjunkturbelebung in den Industriestaaten.

Deshalb rechnen wir mit einem weiteren Anstieg der weltweiten Pkw-Nachfrage in der Größenordnung von 4 bis 5 Prozent in diesem Jahr. Auch die globalen Lkw-Märkte sollten weiter zulegen, ähnliches gilt für Transporter und Omnibusse.

Vor diesem Hintergrund wollen auch wir ein klares Plus beim Konzern-Absatz erzielen. Konkret rechnen wir für 2014 in allen Fahrzeug-Geschäftsfeldern mit deutlichen Zuwächsen. Bei Daimler Financial Services wollen wir Neugeschäft und Vertragsvolumen erneut steigern.

Auf der Basis unserer aktuellen Annahmen für die Märkte sowie der Planungen unserer Geschäftsfelder gehen wir davon aus, das Konzern-EBIT aus dem laufenden Geschäft im Jahr 2014 deutlich zu steigern. Für Mercedes-Benz Cars und Daimler Trucks rechnen wir mit einem EBIT deutlich über dem Vorjahresniveau. Für Daimler Buses erwarten wir ein EBIT aus dem laufenden Geschäft, das leicht über dem vergangenen Jahr liegt. Für Mercedes-Benz Vans und Daimler Financial Services gehen wir von einer stabilen Ergebnisentwicklung aus.

Meine Damen und Herren,
ich hoffe, damit ist deutlich geworden, auf welcher Basis ich eingangs sagte: Die Punkte fügen sich zu einem stimmigen Gesamtbild. Unser Plan geht auf – Schritt für Schritt.
Ich sage aber auch: Wir haben keinen Grund, uns jetzt zurückzulehnen. Salopp gesagt: Wir haben auch keine Lust dazu. Im Gegenteil. Die ersten Resultate unserer Strategie machen vor allem eines: Appetit auf mehr. Deshalb arbeiten wir diszipliniert weiter.

Und mit allem, was wir auch für die Jahre nach 2014 noch in der Pipeline haben, bin ich absolut sicher: Wir werden das Momentum noch verstärken.

Herzlichen Dank.

* * *

Die Ergebnisse in diesem Dokument sind vorläufig und wurden weder durch den Aufsichtsrat bereits genehmigt noch von dem externen Wirtschaftsprüfer geprüft.

Dieses Dokument enthält vorausschauende Aussagen zu unserer aktuellen Einschätzung künftiger Vorgänge. Wörter wie »antizipieren«, »annehmen«, »glauben«, »einschätzen«, »erwarten«, »beabsichtigen«, »können/könnten«, »planen«, »projizieren«, »sollten« und ähnliche Begriffe kennzeichnen solche vorausschauenden Aussagen. Diese Aussagen sind einer Reihe von Risiken und Unsicherheiten unterworfen. Einige Beispiele hierfür sind eine ungünstige Entwicklung der weltwirtschaftlichen Situation, insbesondere ein Rückgang der Nachfrage in unseren wichtigsten Absatzmärkten, eine Verschärfung der Staatsschuldenkrise in der Eurozone, eine Zuspitzung der haushaltspolitischen Lage in den USA, eine Verschlechterung unserer Refinanzierungsmöglichkeiten an den Kredit- und Finanzmärkten, unabwendbare Ereignisse höherer Gewalt wie beispielsweise Naturkatastrophen, Terrorakte, politische Unruhen, Industrieunfälle und deren Folgewirkungen auf unsere Verkaufs-, Einkaufs-, Produktions- oder Finanzierungsaktivitäten, Veränderungen der Wechselkurse, eine Veränderung des Konsumverhaltens in Richtung kleinerer und weniger gewinnbringender Fahrzeuge oder ein möglicher Akzeptanzverlust unserer Produkte und Dienstleistungen mit der Folge einer Beeinträchtigung bei der Durchsetzung von Preisen und bei der Auslastung von Produktionskapazitäten, Preiserhöhungen bei Kraftstoffen und Rohstoffen, Unterbrechungen der Produktion aufgrund von Materialengpässen, Belegschaftsstreiks oder Lieferanteninsolvenzen, ein Rückgang der Wiederverkaufspreise von Gebrauchtfahrzeugen, die erfolgreiche Umsetzung von Kostenreduzierungs- und Effizienzsteigerungsmaßnahmen, die Geschäftsaussichten der Gesellschaften, an denen wir bedeutende Beteiligungen halten, die erfolgreiche Umsetzung strategischer Kooperationen und Joint Ventures, die Änderungen von Gesetzen, Bestimmungen und behördlichen Richtlinien, insbesondere soweit sie Fahrzeugemissionen, Kraftstoffverbrauch und Sicherheit betreffen, sowie der Abschluss laufender behördlicher Untersuchungen und der Ausgang anhängiger oder drohender künftiger rechtlicher Verfahren und weitere Risiken und Unwägbarkeiten, von denen einige im aktuellen Geschäftsbericht von Daimler unter der Überschrift »Risikobericht« beschrieben sind. Sollte einer dieser Unsicherheitsfaktoren oder eine dieser Unwägbarkeiten eintreten oder sollten sich die den vorausschauenden Aussagen zugrunde liegenden Annahmen als unrichtig erweisen, könnten die tatsächlichen Ergebnisse wesentlich von den in diesen Aussagen genannten oder implizit zum Ausdruck gebrachten Ergebnissen abweichen. Wir haben weder die Absicht noch übernehmen wir eine Verpflichtung, vorausschauende Aussagen laufend zu aktualisieren, da diese ausschließlich auf den Umständen am Tag der Veröffentlichung basieren.