

**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**

**5. Februar 2015**

**SPERRFRIST: 5. FEBRUAR 2015, 9.00 Uhr**

**- Es gilt das gesprochene Wort -**

## Inhaltsverzeichnis

	Seite
<u>Dr. Dieter Zetsche:</u>	
Begrüßung	3
Highlights 2014	3
<u>Bodo Uebber:</u>	
Wesentliche Kennzahlen	8
Mercedes-Benz Cars	9
Daimler Trucks	11
Mercedes-Benz Vans	12
Daimler Buses	12
Daimler Financial Services	13
4. Quartal 2014	13
Finanzkennzahlen Daimler-Konzern	14
<u>Dr. Dieter Zetsche:</u>	
Strategie	16
Ausblick	19

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

## **Begrüßung**

Danke, Jörg Howe. Meine Damen und Herren,  
herzlich willkommen zu unserer Jahrespressekonferenz!

Beginnen möchte ich meinen Rückblick mit einem der spannendsten Themen unserer Branche: dem autonomen Fahren. Denn die vergangenen zwölf Monate haben gezeigt: Kein anderes Unternehmen ist auf diesem Gebiet so breit aufgestellt wie Daimler. Nach unserer autonomen S-Klasse war das hier im vergangenen Jahr der nächste Beleg: Der Mercedes-Benz Future Truck 2025 ist der erste autonome Lkw der Welt. Im Januar haben wir auf der CES in Las Vegas mit unserem neuen Forschungsfahrzeug F 015 nochmals nachgelegt. Die BILD-Zeitung nannte es „das erste Raumschiffauto“. Diese technologische Führungsposition ist uns nicht in den Schoß gefallen. Sie geht zurück auf viele Jahre beharrlicher Entwicklungsarbeit.

Ganz ähnlich ist die Situation bei Daimler insgesamt: 2014 haben wir erneut Bestwerte erzielt – bei Absatz, Umsatz und Ergebnis. Auch diese Fortschritte sind das Resultat harter Arbeit. Und sie gründen auf strategischen Entscheidungen, die wir vor Jahren getroffen und dann konsequent umgesetzt haben. Jetzt zahlt es sich aus. An allen Ecken und Enden dieses Unternehmens wird deutlich: Daimler ist im Aufbruch.

Lassen Sie mich kurz auf die Highlights eingehen, die das abgelaufene Geschäftsjahr geprägt haben.

## **Highlights 2014**

Bei Mercedes-Benz Cars haben wir 2014 unsere Modellpalette weiter erneuert und ausgeweitet. Eine der wichtigsten Neuheiten war die C-Klasse. Die Baureihe hat große Bedeutung für unseren Absatz und für die Wahrnehmung unserer Marke. Mit dem neuen Modell haben wir ein Auto auf die Räder gestellt, das in seinem Segment zwar viele Wettbewerber hat, aber – auch nach Meinung vieler Auto-Journalisten – konkurrenzlos ist, insbesondere was die Wertanmutung angeht. Die Limousine kam im März auf den Markt, das T-Modell im September. Der Absatz der beiden Modelle stieg 2014 um sechs Prozent. Im Dezember lagen die Zuwächse sogar bei 56 Prozent. 2015 profitieren wir beim Absatz vom ersten Volljahr der neuen C-Klasse. Auch für unser Produktionsnetzwerk ist die C-Klasse ein Meilenstein: Erstmals bauen wir ein Auto gleichzeitig in Deutschland, den USA, Südafrika und in China. Der gesamte weltweite Produktionsanlauf fand innerhalb eines halben Jahres statt – und das mit einer sehr steilen Hochlaufkurve und einer Qualität auf Top-Niveau. Das ist einmalig in der Auto-Industrie.

Kompakte und SUV sind Marktsegmente mit hohen Zuwachsraten. Das gilt umso mehr für die Kombination aus beiden, die kompakten Geländewagen. Mit dem GLA haben wir daher unser

Kompakt-Angebot um einen Geländewagen ergänzt. Der GLA hat dazu beigetragen, dass wir 2014 insgesamt rund 472.000 Kompaktautos verkauft haben. Das sind 23 Prozent mehr als 2013. Erfolgreiche Kompakte sind ein wichtiger Teil unserer Gesamtstrategie: Sie sind entscheidend für unsere Absatzziele. Sie sichern die Auslastung in unseren Werken. Und sie sind Eroberungsautos. Was heißt das? Im Kompaktsegment wechselt beim Kauf eines neuen Autos durchschnittlich jeder zweite Kunde die Marke, beim CLA sind es bis zu 80 Prozent. Im S-Klasse-Segment wechselt nur noch jeder vierte. Deshalb ist es so wichtig, diese Kunden früh für uns zu gewinnen – und anschließend bei uns zu halten. Denn wer sich heute eine A-Klasse kauft, möchte morgen vielleicht eine C-Klasse und übermorgen sogar eine E- oder S-Klasse.

Damit wären sie in guter Gesellschaft. Denn schon die heutigen Kunden reißen sich um die S-Klasse: 2014 haben wir mehr S-Klassen verkauft als jemals zuvor in der Geschichte dieser Baureihe. Zu Limousine und Coupé kommt künftig die Mercedes-Maybach S-Klasse. Das Fahrzeug beinhaltet alle Innovationen der S-Klasse. Zusätzlich hat der Mercedes-Maybach unter anderem einen um 20 Zentimeter verlängerten Radstand, zwei Executive-Sitze im Fond zum Arbeiten und Entspannen und eine Sprachverstärkung für die Kommunikation mit dem Chauffeur. Topmodell ist der S 600. Sein V12-Biturbo-Aggregat leistet 530 PS. S-Klasse geht aber auch ganz anders: Als Plug-in-Hybrid hat das Auto die Leistungswerte eines V8, aber die Verbrauchswerte eines Kleinwagens. Mehr als 30 Kilometer fährt man komplett emissionsfrei.

Für smart war 2014 ein besonderes Jahr. Mit dem fortwo und dem forfour wurden gleich zwei neue Modelle vorgestellt. Mit den neuen Modellen behält smart alle seine traditionellen Stärken, allen voran die einmalige Größe und Wendigkeit. Und smart gewinnt noch einige neue Stärken hinzu, beispielsweise eine umfangreiche Sicherheitsausstattung und ein neues 6-Gang-Doppelkupplungsgetriebe für mehr Komfort und Fahrspaß in der Stadt. Mit dem Viersitzer wächst die smart-Modellfamilie. Und wir sind sicher: Damit wird auch die smart-Fangemeinde weiter wachsen. Fast eine Million Menschen haben die Roadshow zur Einführung besucht. Für 2015 erwarten wir deutliche Absatzzuwächse bei smart. Es sind im Übrigen die ersten Fahrzeuge, die von Grund auf zusammen mit Renault-Nissan entstanden sind. Sie zeigen, dass beides möglich ist: Synergien durch gemeinsame Entwicklung und gleichzeitig ein absolut eigenständiger Fahrzeugcharakter.

Der wichtigste Termin des Nutzfahrzeugjahres war die IAA in Hannover. Highlight eines insgesamt gelungenen Messeauftritts dort war der Mercedes-Benz Future Truck 2025. Nach seiner Demonstrationsfahrt in Magdeburg im Juli wurde bei der IAA das Design des autonomen Trucks enthüllt. Mit dem Future Truck geben wir einen realistischen Ausblick auf den Fernverkehr der Zukunft: Durch das autonome Fahren wird er noch sicherer, effizienter und vernetzter. Darüber hinaus haben wir bei der IAA die ganze Bandbreite unseres Nutzfahrzeug-Portfolios gezeigt: Mit sechs eigenen Marken und 54 Modellen sind wir heute in allen wichtigen Märkten so breit und stark aufgestellt wie nie zuvor: in der Triade und Lateinamerika genauso wie in Indien und weiteren asiatischen Märkten. Hinzu kommen Trucks in China und Russland, die wir gemeinsam mit lokalen Partnern in Joint Ventures produzieren und vertreiben. Damit können wir den Kunden in jeder Region der Welt die jeweils passenden Produkte anbieten.

Geschäftlich war das Jahr 2014 im Truck-Bereich von einer regional sehr unterschiedlichen Entwicklung geprägt. In Europa und Lateinamerika belasteten schwache Konjunkturaussichten und politische Unsicherheiten die Marktentwicklung. In Nordamerika und Japan hingegen haben wir von der sehr guten Nutzfahrzeugkonjunktur profitiert.

Insbesondere in der NAFTA-Region lief es für Daimler Trucks hervorragend. Der Absatz stieg 2014 auf den Rekordwert von 161.500 Fahrzeugen – ein Zuwachs von 19 Prozent. Mit einem Marktanteil von über 37 Prozent war Daimler Trucks North America (DTNA) erneut mit Abstand Marktführer der Gewichtsklassen 6-8. Im Oktober verbuchte DTNA rund 31.300 Bestellungen in den Klassen 6-8. Das ist der höchste monatliche Auftragseingang, der jemals von einem Hersteller im US-Truckgeschäft erzielt wurde. Das liegt unter anderem am Freightliner Cascadia Evolution. Der Truck hat den niedrigsten Verbrauch seiner Klasse und damit sehr wettbewerbsfähige Gesamtbetriebskosten.

In Indien haben wir innerhalb kürzester Zeit unter dem Namen BharatBenz eine neue Marke aufgebaut – mit neuen Produkten, einem neuen Produktionsstandort und einem neuen Vertriebsnetz. 2014 sind fünf weitere BharatBenz-Trucks auf den Markt gekommen. Damit decken wir alle wichtigen Segmente ab: von neun bis 49 Tonnen. Die Lkw werden über ein Netzwerk von rund 80 Händlern vertrieben – und das sehr erfolgreich: Der Absatz legte 2014 um 4.100 auf insgesamt 10.300 Einheiten zu. Inzwischen hat BharatBenz den dritten Platz im indischen Markt für schwere Lkw erobert und hält einen Marktanteil von über fünf Prozent. Zusätzlich werden FUSO-Trucks aus Chennai in andere Länder exportiert. Mehr als 1.000 Trucks wurden schon außerhalb Indiens verkauft. Künftig werden in Chennai auch Busse der Marken BharatBenz und Mercedes-Benz produziert. Wir investieren dafür rund 50 Millionen Euro in ein neues Buswerk, das bis zum zweiten Quartal 2015 entsteht.

Auch Daimler Buses hat im vergangenen Jahr ein Jubiläum gefeiert: Der 40.000ste Mercedes-Benz Citaro Stadtbuss wurde an einen Kunden übergeben. Damit ist der Citaro der meistverkaufte Bus mit Stern. Zum Erfolgsrezept des Modells gehört seine ständige Weiterentwicklung. Beispielsweise war der Citaro als erster Stadtbuss mit ESP lieferbar. Er war auch der erste Stadtbuss mit Motoren der Abgasstufe Euro VI. Inzwischen haben wir mehr als 3.000 Euro VI-Versionen ausgeliefert. Insgesamt können wir mit der Entwicklung unseres Busgeschäfts sehr zufrieden sein. Die Maßnahmen für mehr Wachstum und Effizienz zeigen Wirkung. Wir konnten deshalb die Ergebnisprognose im Laufe des Jahres anheben. Bereits nach drei Quartalen hatten wir den Gewinn von 2013 deutlich übertroffen – und das, obwohl der Absatz leicht unter dem Vorjahr lag. Beim Fahrgestellgeschäft in Lateinamerika mussten wir aufgrund der schwierigen Wirtschaftslage einen deutlichen Rückgang hinnehmen. Unser Geschäft mit Komplettbussen in Westeuropa legte dagegen um zwölf Prozent zu. Unser Marktanteil stieg um knapp vier Prozentpunkte auf einen historischen Höchststand von fast 35 Prozent.

Bei Mercedes-Benz Vans stand 2014 die Einführung der neuen Generation der mittelgroßen Transporter im Vordergrund. Für unsere privaten Kunden haben wir die neue V-Klasse und die Reise- und Freizeitmobile der Marco Polo-Baureihe auf den Markt gebracht. Mit dem Produktstart sind wir mehr als zufrieden. Auf der gewerblichen Seite haben wir mit dem neuen Vito einen Transporter mit klarem Wettbewerbsvorteil eingeführt. Der Vito bietet bis zu 120 Kilogramm mehr Nutzlast als sein Vorgänger, eine Vielzahl von Assistenzsystemen und erstmals drei Antriebsvarianten: Front-, Heck- und Allradantrieb. Da kann keiner der Wettbewerber mithalten. In der zweiten Jahreshälfte 2015 führen wir den Van unter dem Namen Metris in Nordamerika ein. Dort und in Lateinamerika werden wir das Fahrzeug künftig auch fertigen. Damit wird der Vito nach dem Sprinter zum zweiten Welttransporter von Mercedes-Benz Vans.

Für Daimler Financial Services war 2014 das bislang erfolgreichste Jahr überhaupt. Die Wachstumsimpulse kamen dabei sowohl aus traditionellen als auch aus neuen Märkten. Chinas Autokunden zum Beispiel setzen verstärkt auf Leasing und Finanzierung. 2014 haben

wir dort rund doppelt so viele Finanzierungsverträge unterzeichnet wie im Vorjahr. Weltweit haben wir so viele neue Finanzierungsvereinbarungen abgeschlossen wie noch nie. Mit insgesamt über 3,3 Millionen laufenden Verträgen haben wir ebenfalls eine neue Bestmarke gesetzt. Gleichzeitig sind unsere Kreditausfallkosten so gering wie seit über einem Jahrzehnt nicht mehr. Besonders freue ich mich, dass DFS auch als Arbeitgeber spitze ist. Bei der „Great Place to Work“-Studie sind wir als erstes deutsches Unternehmen unter den TOP 25-Arbeitgebern der Welt gelandet. Gerade in Sachen Unternehmenskultur ist vieles, was wir bei Daimler insgesamt anstreben, bei Financial Services schon Realität. Deshalb sagen 90 Prozent der Mitarbeiter: „DFS ist ein großartiger Arbeitsplatz.“ Und ich sage: Das ist ein großartiger Erfolg.

Auch die Formel 1-Saison 2014 hat gezeigt, dass sich Zielstrebigkeit und Durchhaltevermögen auszahlen. Schritt für Schritt haben sich die Motorsport-Kollegen in Brackley, Brixworth und Stuttgart in den letzten Jahren bis ganz nach vorn gearbeitet. Der Fahrer- und der Konstrukteurs-Titel in der Formel 1 sind fantastische sportliche Erfolge. Und sie sind hervorragende Werbung für die Leistungsfähigkeit unserer Marke – auch und gerade in den für Daimler wichtigen Wachstumsmärkten. Schließlich verkaufen wir vier von fünf Pkw in Ländern, in denen Formel 1-Rennen stattfinden. Durch das Hybrid-Reglement entwickelt sich der Sport technologisch in die gleiche Richtung wie die Automobilindustrie. Dadurch ergeben sich Synergien in der Entwicklung – zum Beispiel was Batterien, Elektromotoren und die Steuerungslogik betrifft. Und vor allem hilft uns das Motorsport-Engagement verstärkt auch bei der Vermarktung unserer Serienprodukte.

Die vielen einzelnen Highlights summieren sich zu den folgenden Kennzahlen des Geschäftsjahres 2014. Alles in allem haben sich noch nie so viele Kunden für ein Fahrzeug aus dem Hause Daimler entschieden wie 2014: über 2,5 Millionen. Dazu hat vor allem Mercedes-Benz Cars beigetragen. 1,72 Millionen verkaufte Pkw bedeuten zehn Prozent Zuwachs und einen neuen Rekord. Mercedes-Benz ist die wachstumsstärkste Premiummarke 2014. Der Absatz der Marke stieg um elf Prozent, im Retail um 12,9 Prozent. Neben den Absatzerfolgen in Westeuropa, Japan und den USA konnten wir auch unsere Position in China deutlich verbessern. Daimler Trucks ist bereits 2014 dem Absatzziel, das wir uns für 2015 vorgenommen hatten, sehr nahegekommen. Trotz teils schwieriger Marktbedingungen konnten wir 496.000 Lkw verkaufen und die Auslieferungen damit um zwei Prozent steigern. Mercedes-Benz Vans hat 295.000 Transporter verkauft. Das ist ein Plus von neun Prozent und ebenfalls eine neue Bestmarke. Daimler Buses hat mit gut 33.000 Bussen und Fahrgestellen das Niveau des Vorjahres nicht ganz erreicht. Daimler Financial Services schließlich hat so viele Fahrzeuge finanziert wie nie zuvor.

Durch die starke Absatzentwicklung hat Daimler 2014 einen Umsatz von fast 130 Milliarden Euro erwirtschaftet – zehn Prozent mehr als im Vorjahr. Unsere Wachstumsdynamik hat sich also – wie erwartet – aufgrund des Markterfolgs unserer neuen Fahrzeugmodelle weiter beschleunigt. Gleichzeitig wirken sich in allen Geschäftsfeldern zunehmend die umgesetzten Effizienzmaßnahmen aus. Unser Konzern-EBIT lag bei 10,8 Milliarden Euro; aus dem operativen Geschäft waren es 10,1 Milliarden Euro. Das Konzernergebnis erreichte 7,3 Milliarden Euro. Vorstand und Aufsichtsrat werden der Hauptversammlung am ersten April dieses Jahres vorschlagen, die Dividende auf 2,45 Euro pro Aktie anzuheben. Damit lassen wir unsere Aktionäre am Erfolg des Unternehmens teilhaben und drücken zugleich unsere Zuversicht aus, dass Daimler noch mehr kann. Bodo Uebber wird gleich ausführlich auf die Konzernkennzahlen und die Entwicklung in unseren einzelnen Geschäftsfeldern eingehen.

Neben den Aktionären sollen auch die anspruchsberechtigten Beschäftigten der Daimler AG in Deutschland an der guten Geschäftsentwicklung beteiligt werden. Denn sie haben wesentlich dazu beigetragen. Rund 135.000 Kolleginnen und Kollegen erhalten eine Ergebnisbeteiligung in Höhe von jeweils 4.350 Euro. Das sind 43 Prozent mehr als im Vorjahr und der höchste Betrag in unserer Firmengeschichte.

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 zunächst die wichtigsten Kennzahlen des Geschäftsjahres 2014 zusammenfassen, die wie immer um diese Zeit des Jahres vorläufig und noch nicht testiert sind.

Mit mehr als 2,5 Millionen verkauften Fahrzeugen haben wir erneut eine Höchstmarke beim Absatz erzielt. Der Umsatz konnte überproportional um 10% auf 129,9 Milliarden Euro gesteigert werden. Bereinigt um Wechselkurseffekte betrug der Zuwachs 12%.

Das Konzern-EBIT erreichte 10,8 Milliarden Euro und lag damit auf dem Niveau des Vorjahres. Das Ergebnis aus dem laufenden Geschäft stieg mit 27% auf 10,1 Milliarden Euro noch weit stärker als Absatz und Umsatz, das heißt wir sind profitabel gewachsen.

Das Konzernergebnis erreichte im abgelaufenen Jahr 7,3 Milliarden Euro, davon entfielen 7,0 Milliarden Euro auf die Aktionäre der Daimler AG. Dies führte zu einem Ergebnis je Aktie von 6 Euro 51 Cent; das sind 11 Cent mehr als im Vorjahr.

Wie Dieter Zetsche bereits erwähnt hat, werden Vorstand und Aufsichtsrat der Hauptversammlung am 1. April vorschlagen, die Dividende auf 2 Euro 45 Cent pro Aktie zu erhöhen. Darauf komme ich später noch einmal zurück.

Im abgelaufenen Geschäftsjahr haben wir unser Beteiligungsportfolio weiter bereinigt. Zum einen haben wir die Option zum Verkauf der Beteiligung an der Rolls-Royce Power Systems Holding ausgeübt. Daraus sind Daimler finanzielle Mittel in Höhe von 2,4 Milliarden Euro zugeflossen. Der Effekt auf das EBIT betrug 0,9 Milliarden Euro. Das hat auf unsere Geschäftsbeziehungen mit der Rolls-Royce Power Systems in Friedrichshafen keine Auswirkungen. Wir werden also auch künftig ein wichtiger Lieferant von schweren und mittelschweren Dieselmotoren bleiben.

Darüber hinaus haben wir die Zusammenarbeit mit Tesla Motors neu geordnet. In diesem Zusammenhang haben wir die Kursabsicherung aufgelöst und die Anteile an Tesla von rund 4% abgegeben. Dadurch ergab sich ein Mittelzufluss von 625 Millionen Euro. Aufgrund des günstigen Einstandskurses beim seinerzeitigen Anteilserwerb liegt der Effekt im EBIT fast in gleicher Höhe.

Die Erlöse aus den Beteiligungsverkäufen werden wir zur Stärkung unseres Kerngeschäfts einsetzen.

Die positive Ergebnisentwicklung unserer automobilen Geschäftsfelder wirkte sich auch im Free Cash Flow des Industriegeschäfts im Jahr 2014 spürbar aus. Er erhöhte sich nochmals

um 0,6 Milliarden auf 5,5 Milliarden Euro – und das, obwohl wir im Dezember 2,5 Milliarden Euro im Rahmen einer außerordentlichen Zuführung in die deutschen Pensionsvermögen eingebracht haben.

Daneben hatten wir schon im Oktober Sonderzahlungen in Höhe von 0,3 Milliarden Euro zur Abgeltung eines Gesundheitsfürsorgeplans in den USA geleistet. Der Free Cash Flow enthält auch die Zuflüsse von insgesamt rund 3 Milliarden Euro aus der Veräußerung der Anteile an der Rolls-Royce Power Systems Holding sowie an Tesla.

Bereinigt um diese Sondereffekte belief sich der Free Cash Flow des Industriegeschäfts auf 5,2 Milliarden Euro, das sind 2 Milliarden Euro mehr als der um M&A-Transaktionen bereinigte Vorjahreswert.

Da der Free Cash Flow des Industriegeschäfts die im letzten Jahr ausgezahlte Dividende um mehr als drei Milliarden übertraf, ist die Nettoliquidität auf 17,0 Milliarden Euro gestiegen.

Auch für das Jahr 2015 erwarten wir, dass der Free Cash Flow aus dem Industriegeschäft die Dividendenzahlung deutlich übersteigt. Da wir unsere Investitionsoffensive verstärkt fortführen werden, gehen wir jedoch davon aus, dass der Free Cash Flow deutlich unter dem Wert des Jahres 2014 liegen wird.

Lassen Sie mich nun zur Entwicklung der einzelnen Geschäftsfelder kommen.

### **Mercedes-Benz Cars**

Mercedes-Benz Cars hat im Jahr 2014 seinen Wachstumskurs nochmals beschleunigt. Der Absatz stieg um 10% auf den neuen Höchststand von 1.723.000 Fahrzeugen. Der Umsatz wuchs sogar noch deutlicher, nämlich um 14% auf 73,6 Milliarden Euro.

Bei Mercedes-Benz Cars konnten wir des Weiteren die Profitabilität im Jahresverlauf kontinuierlich und überproportional verbessern. Insgesamt haben wir das EBIT aus dem laufenden Geschäft um 43% auf 6,0 Milliarden Euro gesteigert.

Die Umsatzrendite erreichte 8,1% im Vergleich zu 6,5% im Vorjahr. Im vierten Quartal erzielten wir eine Umsatzrendite von 8,7%. Damit haben wir einen wesentlichen Schritt in Richtung unserer selbst gesteckten Renditeansprüche gemacht.

Zum Absatzwachstum haben vor allem die S-Klasse und unsere Kompaktfahrzeuge beigetragen. Im S-Klasse Segment haben wir 125.000 Fahrzeuge abgesetzt – mehr als je zuvor in der langjährigen Erfolgsgeschichte dieser Baureihe. Mercedes-Benz hat damit im weltweiten Markt für Luxusfahrzeuge seine führende Position weiter ausgebaut.

472.000 Kunden wählten im Berichtsjahr ein Modell der A-, B-, CLA- oder der neuen GLA-Klasse. Das war ein Absatzplus von 23%. Weiterhin sehr begehrt waren auch die Modelle der E-Klasse, sodass der Absatz mit 329.000 Fahrzeugen nahezu das hohe Vorjahresniveau erreichte.

Nach wie vor sehr positiv war auch der Geschäftsverlauf bei den Geländewagen: Der Absatz stieg auf das neue Rekordniveau von 342.000 Fahrzeugen. Dabei war die M-Klasse erneut das meistverkaufte Fahrzeug in ihrem Marktsegment.

Mit 363.000 Fahrzeugen hat sich die C-Klasse im Jahr des Modellwechsels hervorragend behauptet. Bei der C-Klasse hatten wir unseren bisher größten globalen Modellwechsel. Innerhalb von sechs Monaten wurde die Produktion des neuen Modells auf vier Kontinenten aufgenommen. Zusätzlich haben wir neue Varianten auf den Markt gebracht und damit die Grundlage für weiteres Wachstum geschaffen.

smart konnte auch im Jahr des Modellwechsels den Absatz mit 92.000 Fahrzeugen vergleichsweise stabil halten. Der Modellwechsel und die Erweiterung der Modellpalette um den smart forfour wird sich im Jahr 2015 positiv auswirken.

Unsere regionale Absatzstruktur hat sich im Jahr 2014 weiter verbessert. In Westeuropa außerhalb Deutschlands konnten wir den Vorjahresabsatz um 10% übertreffen und uns damit im Vergleich zum Markt sehr gut entwickeln. Hier hat sich insbesondere der große Markterfolg unserer Kompaktwagenmodelle sehr positiv niedergeschlagen.

In den USA haben wir mit 344.000 Fahrzeugen mehr verkauft als jemals zuvor. Der Anstieg um 8% ist umso bemerkenswerter, da in diesem Markt die C-Klasse einen überdurchschnittlich hohen Anteil an unserem Absatz hat und das neue Modell erst ab Herbst verfügbar war.

In China haben wir unser Absatzvolumen um 23% auf 293.000 Pkw gesteigert. Hier sind die Erfolge unserer Neuaufstellung immer deutlicher zu sehen. Wir haben die Zahl unserer Händler im letzten Jahr um 106 erhöht und mit der verlängerten Version der C-Klasse unser Produktangebot in diesem Schlüsselmarkt weiter verbreitert.

In Deutschland hingegen haben wir unsere Absatzstrukturen unter Ertragsgesichtspunkten optimiert.

Die sehr gute Ergebnisentwicklung bei Mercedes-Benz Cars war im Wesentlichen auf das deutliche Absatzwachstum zurückzuführen. Positiv auf das Ergebnis ausgewirkt hat sich zudem eine bessere Preisdurchsetzung.

Unser Ergebnis war auch wesentlich geprägt von der erfolgreichen Umsetzung der Effizienzmaßnahmen aus dem Programm „Fit for Leadership“. Die erste Phase des Programms haben wir wie geplant Ende 2014 erfolgreich abgeschlossen. Dabei wurden Maßnahmen für eine nachhaltige Verbesserung der Kostenstrukturen von rund 2 Milliarden Euro umgesetzt. Hiervon haben sich im abgelaufenen Jahr bereits 85% im Ergebnis ausgewirkt. Die volle Ergebniswirkung wird sich dann ab dem Jahr 2015 ergeben.

Die im Berichtsjahr fortgesetzten Maßnahmen zur Attraktivierung unserer Produkte sowie Vorleistungen für neue Technologien und Fahrzeuge haben sich in höheren Aufwendungen niedergeschlagen. Das Gleiche gilt für den weiteren Ausbau unserer Produktionskapazitäten, mit denen wir die Voraussetzung für zukünftiges profitables Wachstum schaffen.

Einen negativen Ergebniseffekt bei Mercedes-Benz Cars hatte die Entwicklung der Wechselkurse. Hier reflektiert sich unsere regionale Absatzstruktur. Denn während sich die Aufwertung des US-Dollars leicht positiv auf unser Ergebnis ausgewirkt hat, sind deutliche Belastungen insbesondere durch den Rubel entstanden. Trotz des rückläufigen Marktes konnten wir in Russland im vergangenen Jahr mehr Fahrzeuge absetzen.

## Daimler Trucks

Kommen wir zu Daimler Trucks.

Das Geschäftsfeld hat den Absatz im Jahr 2014 in einem regional sehr unterschiedlichen Marktumfeld leicht gesteigert. Insgesamt wurden 496.000 Fahrzeuge ausgeliefert, das ist der höchste Stand seit dem Jahr 2006.

Daimler Trucks ist weiterhin mit Abstand der weltweit größte Lkw-Hersteller. Die hohe Marktakzeptanz unserer Lkw basiert nicht zuletzt auf den äußerst wettbewerbsfähigen Gesamtbetriebskosten, dem wichtigsten Kaufargument für unsere Kunden.

Mit der Absatzsteigerung wuchs auch der Umsatz um 3% auf 32,4 Milliarden Euro. Das EBIT aus dem laufenden Geschäft stieg um 18% auf 2,1 Milliarden Euro. Damit ist auch bei Daimler Trucks das Ergebnis weit überproportional zum Volumen gewachsen.

In Westeuropa blieb der Absatz mit 57.000 Einheiten um 13% unter dem Vorjahreswert. Dies lag nicht nur an den vorgezogenen Käufen aufgrund der Euro-VI-Einführung, sondern auch an der allgemein schwachen Konjunktur. Mit unserem starken Produktportfolio konnten wir den Marktanteil in diesem schwierigen Marktumfeld leicht steigern.

Auch in Osteuropa lag der Absatz unter dem des Vorjahres. Hier wirkte sich vor allem der deutliche Nachfragerückgang in Russland aus, der auf die politisch wie wirtschaftlich anhaltend schwierige Situation zurückzuführen ist.

In Lateinamerika gingen unsere Absätze aufgrund der ausbleibenden Wirtschaftsdynamik deutlich zurück. Besonders betroffen war Brasilien mit einem Rückgang um 17%. Mit einem Anstieg des Marktanteils um rund einen Prozentpunkt auf 25,8% haben wir unsere Marktposition aber weiter gestärkt.

Sehr positiv war die Lage in der NAFTA-Region: Hier stieg der Absatz im Berichtsjahr um 19% auf einen Rekordwert von 161.000 Fahrzeugen. Mit einem Anteil von 37,2% waren wir erneut mit Abstand Marktführer bei den mittelschweren und schweren Lkw der Gewichtsklassen 6 bis 8. Wesentlich zum Absatzerfolg beigetragen hat der Freightliner Cascadia Evolution, der verbrauchseffizienteste Lkw im Markt.

Auch in Asien entwickelte sich unser Geschäft insgesamt positiv, jedoch in den einzelnen Regionen sehr unterschiedlich. Während der Absatz in Japan und Indien zulegen, verzeichneten wir in Indonesien einen Rückgang. Unsere Marktposition konnten wir in allen drei Ländern behaupten und verbessern. Insgesamt stieg unser Absatz in Asien um 3% auf 167.000 Fahrzeuge.

Noch stärker als beim Absatz haben wir bei den Auftragseingängen zugelegt. Wir konnten 50.000 Orders mehr verbuchen als im Vorjahr. Das heißt, wir gehen mit einem guten Auftragsbestand in das neue Geschäftsjahr.

In regionaler Hinsicht zeigt sich bei der Auftragssituation des Geschäftsfelds eine vergleichbare Entwicklung wie beim Absatz. In Westeuropa, Lateinamerika und Asien lagen die Auftragseingänge 2014 unter den Vorjahreswerten.

Äußerst dynamisch entwickelte sich der Auftragseingang insbesondere in der NAFTA-Region und übertraf den Vorjahreswert um mehr als 50%. Damit konnten wir eine solide Basis für unser weiteres Absatzwachstum im aktuellen Jahr schaffen.

Im Zuge des EBIT-Wachstums hat sich auch die Umsatzrendite von 5,6% auf 6,4% verbessert. Zum Ergebnisanstieg trugen maßgeblich die deutlich höheren Absätze in der NAFTA-Region und in Japan sowie geringere Garantiekosten bei.

Das Effizienz- und Wachstumsprogramm „Daimler Trucks #1“ haben wir im Berichtsjahr erfolgreich vorangetrieben. Über 10.000 Initiativen wurden weltweit implementiert. 80% des Programmolumens von 1,6 Milliarden Euro sind bereits im EBIT des Jahres 2014 wirksam geworden. Die volle Wirkung wird ab diesem Jahr erreicht.

Negativ auf das EBIT wirkten sich die schwache Konjunktur in Lateinamerika und Europa sowie die Nachwirkungen der Euro-VI-Einführung aus. Ebenso belasteten Wechselkurseffekte das Ergebnis, vor allem aus dem japanischen Yen und in geringerem Umfang aus dem brasilianischen Real sowie dem südafrikanischen Rand. Anders als bei Mercedes-Benz Cars wirken bei den Trucks weniger die Effekte aus dem Exportgeschäft als vielmehr die Effekte aus der Umrechnung der Ergebnisse der ausländischen Gesellschaften.

Nach der vollständigen Veräußerung entfiel im Vergleich zum Vorjahr das anteilige Ergebnis der Rolls-Royce Power Systems Holding.

### **Mercedes-Benz Vans**

Einen Absatzrekord erzielte auch Mercedes-Benz Vans: Weltweit wurden im Berichtsjahr 295.000 Transporter verkauft, so viele wie nie zuvor. Zweistellige Zuwachsraten gab es dabei nicht nur in Westeuropa, unserem wichtigsten Markt, sondern auch in Osteuropa und den USA.

Mit weltweit 186.000 abgesetzten Sprintern haben wir einen neuen Höchstwert erzielt. Auch im Segment der Mid-Size Vans konnten wir trotz der Modellwechsel beim Vito und der V-Klasse das Vorjahresniveau deutlich übertreffen. Mit unserer wettbewerbsstarken Modellpalette haben wir in Westeuropa und in den USA weitere Marktanteile hinzugewonnen.

Der Umsatz der Van-Sparte übertraf mit 10,0 Milliarden Euro den Vorjahreswert um 6% und erreichte damit ebenfalls ein nie zuvor erzielttes Niveau. Das EBIT aus dem laufenden Geschäft stieg auf 638 Millionen Euro. Die Umsatzrendite lag bei 6,4%.

Das operative Ergebnis war von der sehr positiven Absatzentwicklung geprägt. Gegenläufig sind Forschungs- und Entwicklungskosten für neue Produkte sowie Aufwendungen für die Markteinführung der V-Klasse und den neuen Vito entstanden. Darüber hinaus hat auch hier der Wechselkurs unser Ergebnis belastet.

### **Daimler Buses**

Das Jahr 2014 war im weltweiten Busgeschäft von einem deutlich rückläufigen Marktvolumen geprägt. In diesem Umfeld hat Daimler Buses insgesamt 33.200 Busse und Fahrgestelle der Marken Mercedes-Benz und Setra verkauft und ist damit leicht unter dem Niveau des Vorjahres geblieben.

Die Marktführerschaft in unseren Kernmärkten im Segment für Busse über 8 Tonnen haben wir jedoch deutlich ausgebaut. Signifikante Marktanteilsgewinne in allen Kernmärkten haben dazu geführt, dass sich unser Absatz deutlich besser entwickelt hat als die weltweite Nachfrage und wir damit ein sehr gutes Ergebnis erzielen konnten.

Erfreulich entwickelte sich für uns insbesondere das Komplettbusgeschäft in Westeuropa. Dies führte dazu, dass der Umsatz des Geschäftsfelds Daimler Buses trotz eines geringeren Gesamtabsatzes um 3% auf 4,2 Milliarden Euro zunahm.

Das EBIT aus dem laufenden Geschäft verbesserte sich um 48 Millionen auf 211 Millionen Euro. Das sind 29% mehr und entspricht einer Umsatzrendite von 5,0%.

Für die Ergebnisverbesserung haben zum einen die Absatzsteigerung im Komplettbusgeschäft und zum anderen ein positiver Produktmix in Westeuropa gesorgt. Auch die Entwicklung der Wechselkurse hatte einen positiven Ergebniseffekt. Darüber hinaus zeigten Maßnahmen aus dem Wachstums- und Effizienzprogramm GLOBE 2013 ihre volle Wirkung.

Gegenläufig wirkte sich im EBIT der geringere Absatz von Fahrgestellen in Lateinamerika aus, der durch die schwierige wirtschaftliche Situation in Argentinien und Brasilien bedingt war. Auch der Marktrückgang in der Türkei hat das Ergebnis von Daimler Buses belastet.

### **Daimler Financial Services**

Last but not least: Daimler Financial Services.

Im Jahr 2014 haben wir 1,3 Millionen neue Finanzierungs- und Leasingverträge im Wert von insgesamt 47,9 Milliarden Euro abgeschlossen. Damit wuchs der Wert aller neuen Verträge um 18%.

Zum Ende des Jahres standen mehr als 3,3 Millionen finanzierte oder verleaste Fahrzeuge in den Büchern. Das entspricht einem Anstieg des Vertragsvolumens von 18% auf 99,0 Milliarden Euro. Bereinigt um Wechselkurseffekte lag der Zuwachs bei 12%.

Mit 1,4 Milliarden Euro stieg das EBIT auf einen neuen Höchstwert. Damit konnten wir das bereits hohe Niveau der Eigenkapitalrendite nochmals leicht auf 19,4% steigern.

Ausschlaggebend für das gute Ergebnis waren vor allem das gestiegene Vertragsvolumen und besonders geringe Kreditverluste. Diese sind auch das Ergebnis unseres disziplinierten und konsequenten Risiko-Managements. Dadurch konnten zusätzliche Aufwendungen im Zusammenhang mit der Ausweitung der Geschäftstätigkeit überkompensiert werden.

## **4. Quartal 2014**

So viel zu den Geschäftsfeldern im Einzelnen. Werfen wir noch einen kurzen Blick auf die Entwicklung im vierten Quartal 2014.

Das Absatz- und Umsatzwachstum hat auch das Schlussquartal geprägt. Unser Umsatz erreichte fast 36 Milliarden Euro und damit 3,7 Milliarden Euro mehr als im Vorjahr – auch dies ist ein neuer Bestwert.

Das Konzern-EBIT aus dem laufenden Geschäft erreichte mit 2,8 Milliarden Euro den höchsten Quartalswert des Jahres. Gegenüber dem vierten Quartal 2013 stieg das operative Ergebnis damit um 10%. Getragen wurde dieses Ergebniswachstum vom Geschäftsfeld Mercedes-Benz Cars. Dessen EBIT aus dem laufenden Geschäft hat sich um 27% auf 1,8 Milliarden Euro verbessert.

## Finanzkennzahlen Daimler-Konzern

Noch deutlicher wird die Ergebnisverbesserung, wenn man das Konzern-EBIT pro Quartal den jeweiligen Vorjahresergebnissen aus dem laufenden Geschäft gegenüberstellt. Im Jahresverlauf konnten wir uns kontinuierlich verbessern und zugleich die Vorjahres quartale übertreffen. Das zeigt, wir wachsen profitabel, und unsere Strategie geht auf. Unsere junge und attraktive Modellpalette in allen Geschäftsfeldern kommt bei unseren Kunden hervorragend an und die Effizienzprogramme zeigen zunehmend im Ergebnis Wirkung.

Wie bereits erwähnt, lag das Konzernergebnis 2014 bei 7,3 Milliarden Euro. Auf die Aktionäre der Daimler AG entfielen davon 7,0 Milliarden Euro. Dies führte zu einem Ergebnis je Aktie von 6 Euro 51, gegenüber 6 Euro 40 im Jahr 2013.

Der Hauptversammlung am 1. April werden wir eine Anhebung der Dividende auf 2 Euro 45 Cent vorschlagen. Die Ausschüttungssumme beträgt 2,6 Milliarden Euro. Mit dieser erneuten Steigerung der Dividende und damit der bisher höchsten Gewinnbeteiligung der Daimler AG lassen wir unsere Aktionäre am Erfolg des Unternehmens teilhaben und drücken zugleich unsere Zuversicht über den weiteren Geschäftsverlauf aus.

Auf Basis des aktuellen Aktienkurses ergibt die vorgeschlagene Ausschüttung eine Dividendenrendite von 3,0%. Auch auf Basis des zuletzt erheblich gestiegenen Kurses entspricht dies im derzeitigen Zinsumfeld einer äußerst attraktiven Verzinsung.

Dabei lassen wir jedoch die Zukunftsfähigkeit unseres Unternehmens keineswegs aus den Augen. Im Rahmen unserer Wachstumsstrategie wollen wir die Chancen, die die Automobilmärkte bieten, weiterhin konsequent ausschöpfen. Deshalb haben wir in den letzten Jahren umfangreich in neue Produkte und innovative Technologien, in moderne Produktionskapazitäten sowie in Forschung und Entwicklung investiert.

Im Jahr 2014 erreichten unsere Investitionen in Sachanlagen 4,8 Milliarden Euro und damit wieder annähernd das hohe Niveau des Vorjahres. Darüber hinaus haben wir rund 500 Millionen Euro für Finanzinvestitionen und Immaterielle Vermögensgegenstände aufgebracht.

Mit 5,7 Milliarden Euro haben wir unsere Forschungs- und Entwicklungsleistungen von einem hohen Niveau nochmals leicht gesteigert. Schwerpunkte waren neben neuen Fahrzeugmodellen insbesondere kraftstoffeffiziente und umweltschonende Antriebe sowie neue Sicherheitstechnologien.

Auch in den kommenden Jahren führen wir unsere Investitionsoffensive mit Nachdruck fort. Insgesamt werden wir deshalb in den Jahren 2015 und 2016 über 11 Milliarden Euro in Sachanlagen sowie mehr als 13 Milliarden Euro in Forschungs- und Entwicklungsprojekte investieren. In Summe werden wir in den nächsten beiden Jahren also rund 25 Milliarden Euro in unsere Zukunft investieren.

Wie Sie auf den letzten Schaubildern sehen konnten, beginnt unsere Strategie Früchte zu tragen. Dieser Erfolg ist das Ergebnis beharrlicher Arbeit in Kombination mit einer konsequenten und umfassenden Investitionsstrategie.

In den letzten fünf Jahren haben wir insgesamt rund 50 Milliarden Euro für Sachinvestitionen sowie für Forschung und Entwicklung aufgebracht. Außerdem haben wir Finanzinvestitionen in assoziierte Unternehmen und Gemeinschaftsunternehmen vorgenommen, insbesondere auch um die Wachstumschancen in China zu nutzen.

Die Ergebnisse unseres Kapitaleinsatzes werden sich in den kommenden Jahren in einer noch globaleren und flexibleren Aufstellung, weiteren Innovationen bei Sicherheit und Mobilitätskonzepten sowie einer noch breiteren und noch wettbewerbsfähigeren Produktpalette reflektieren.

Die Investitionen waren aber auch die Grundlage für unser signifikantes Wachstum von Absatz und Umsatz in den zurückliegenden Jahren. Von 2010 bis 2014 sind Absatz und Umsatz bei Daimler um mehr als 30% gewachsen.

Während unser Absatz in Westeuropa seit dem Jahr 2010 nur noch leicht gewachsen ist, haben wir in der NAFTA-Region und in Asien massiv zugelegt. Damit haben wir auch eine größere globale Ausgewogenheit erreicht.

Da die Entwicklung in den Wachstumsmärkten außerhalb Europas anhalten wird, werden wir dort auch weiter investieren, um unsere Wettbewerbsfähigkeit in diesen Märkten zu stärken. Das schließt auch zunehmende Forschung und Entwicklung in den neuen Märkten mit ein. Damit sichern wir aber auch Arbeitsplätze an unseren inländischen Standorten.

Das profitable Wachstum der letzten Jahre hat es auch ermöglicht, unseren Aktionären attraktive Dividenden zu zahlen. Zusammen mit der vorgeschlagenen Dividende von 2 Euro 45 Cent für das abgelaufene Geschäftsjahr summiert sich die Dividendenausschüttung über fünf Jahre auf 11,7 Milliarden Euro.

Unsere Dividendenpolitik basiert auf einer Ausschüttungsquote von 40% des Jahresüberschusses ohne M&A-Effekte, der auf die Daimler-Aktionäre entfällt. Für die kommenden Jahre erwarten wir eine nachhaltige und attraktive Dividendenentwicklung, sowohl in absoluter als auch in relativer Hinsicht.

Gute Nachrichten gibt es insbesondere auch für unsere Beschäftigten. Mit der außerordentlichen Zuführung von 2,5 Milliarden Euro in das deutsche Pensionsvermögen, die wir im Dezember vorgenommen haben, haben wir weiter in die Zukunft unserer Mitarbeiter investiert und die betriebliche Altersvorsorge abgesichert.

Mit der Zuführung erhöht sich der Finanzierungsgrad unserer Pensionsverpflichtungen. Der starke Rückgang des Zinsniveaus und damit der Abzinsungsfaktoren hat in den letzten Jahren zu einem deutlichen Anstieg der Pensionsverbindlichkeiten geführt.

Mit der jetzt vorgenommenen Sonderdotierung ebenso wie mit der vergleichbaren Zuführung von 1,5 Milliarden Euro im Jahr 2011 wird das Pensionsvermögen gestärkt. Und dies erfolgt zusätzlich zu unseren regulären Zuführungen von rund 0,6 Milliarden Euro, die wir jedes Jahr für die Altersversorgung unserer Mitarbeiter aufbringen.

Als weiteres sichtbares Zeichen der Anerkennung für den Einsatz und das Engagement unserer Beschäftigten erhält jeder anspruchsberechtigte Mitarbeiter für das erfolgreiche Jahr 2014 eine erhöhte Erfolgsbeteiligung von 4.350 Euro. Das Unternehmen verfolgt damit einen nachhaltigen Ansatz, nimmt seine Verantwortung gegenüber einem leistungsstarken Team wahr und ist ein attraktiver Arbeitgeber.

Unsere Mitarbeiter profitieren kurz- und langfristig vom Erfolg – ebenso wie unsere Aktionäre und andere Stakeholder.

Meine Damen und Herren, so viel zu unseren Kennzahlen für 2014.  
Damit übergebe ich wieder an Dieter Zetsche.

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

## **Strategie**

Vielen Dank, Bodo. Ich denke, diese Zahlen bestätigen unsere Strategie. Wir haben vor einigen Jahren vier strategische Wachstumsfelder definiert:

- Wir wollen unser Kerngeschäft weiter stärken,
- in neuen Märkten weiter wachsen,
- bei grünen Technologien und bei Sicherheit führend sein
- und Vernetzung und neue Mobilitätskonzepte maßgeblich vorantreiben.

Wir halten an diesen Wachstumsfeldern fest und haben weiterhin eine lange Liste an Aufgaben. Ich möchte die zentralen Themen ansprechen, die dabei als nächstes anstehen.

Bei Mercedes-Benz Cars geht die Produktoffensive weiter. Bis Ende des Jahres bringen wir in Summe acht neue oder überarbeitete Pkw-Modelle auf den Markt. Mit anderen Worten: Wir feuern weiter aus allen Rohren. Im Vordergrund stehen 2015 unsere margenstarken SUVs, darunter das neue GLE Coupé, das Sie hier auf dem Bild sehen. Das Auto vereint die Sportlichkeit eines Coupés mit der Vielseitigkeit und Robustheit eines SUV. Serienmäßig sind beim GLE Coupé die neue Neunstufenautomatik 9G-TRONIC und der permanente Allradantrieb 4MATIC. Ende 2015 werden wir über 80 Mercedes-Fahrzeuge mit 4MATIC im Angebot haben. Das GLE Coupé bildet auch den Auftakt für die neue Nomenklatur. Durch die Orientierung an unseren Kernbaureihen bringt sie eine klare Ordnung in das weiter wachsende Modellangebot. Parallel zu den Modellen erhalten auch die Antriebsarten eine neue, kürzere Bezeichnung: zum Beispiel „d“ für „diesel“, „e“ für „electric“ oder „h“ für „hybrid“.

Am kompakten Ende der Produktpalette kommt der CLA Shooting Brake. Mit diesem fünften Modell komplettieren wir die Kompaktwagenfamilie. Die Auslieferungen starten im März. Das Shooting Brake-Konzept verbindet das sportliche Design des CLA mit hohem Nutzwert. Anders ausgedrückt: gleich viel Spaß – aber noch mehr Platz. Natürlich wird es auch den CLA Shooting Brake als AMG-Version geben.

Denn vor allem der große Erfolg der kompakten AMG-Modelle hat dafür gesorgt, dass sich der Absatz von AMG in den letzten zwei Jahren nahezu verdoppelt hat. In den nächsten drei Jahren planen wir eine erneute Verdoppelung des Absatzes von 2013. Fast alle neuen Mercedes-Modelle wird es deshalb auch als AMG-Fahrzeuge geben. Außerdem etablieren wir mit den AMG Sportmodellen eine neue Produktlinie, die die Lücke zwischen der AMG-Line für Mercedes-Fahrzeuge und den klassischen AMG-Modellen schließt. Damit wird echte Sportwagen-Technologie für einen noch breiteren Kundenkreis erreichbar. Mit dem GT positionieren wir Mercedes-AMG noch stärker als dynamische Sportwagenmarke. Nach dem SLS ist der GT der zweite komplett von AMG in Eigenregie entwickelte Sportwagen. Und die Bestellungen übertreffen unsere Erwartungen.

Unsere Strategie in Richtung Elektromobilität heißt: Plug-in-Hybrid. Die S-Klasse war unser erster Plug-in-Hybrid. Vor vier Wochen haben wir in Detroit nachgelegt: Die C-Klasse hat als Plug-in-Hybrid eine Systemleistung von 279 PS, ein kombiniertes Drehmoment von 600 Newtonmetern, aber einen Verbrauch von gerade mal 2,1 Liter auf 100 Kilometer. Das Konzept des Plug-in-Hybrids bietet alle Vorteile des elektrischen Fahrens und gleicht mit dem Verbrennungsmotor die Nachteile aus, die E-Antriebe bei Reichweite und Ladeinfrastruktur heute noch haben. Hybrid-Modelle zeigen die größte Dynamik im Elektroautomarkt. Und wir gehen davon aus, dass das Segment weiter deutlich wächst. Bis 2017 bringen wir insgesamt zehn neue Plug-in-Hybride auf den Markt – im Schnitt alle vier Monate ein neues Modell. Mit den neuen Autos stoßen wir in ganz neue Absatzdimensionen vor. Im Zuge der ersten größeren Produktoffensive von Mercedes-Benz Anfang der Neunzigerjahre hat sich unser Absatz bereits etwa verdoppelt. Mit unserer jetzigen Produktoffensive wollen wir bis 2020 auch beim Absatz an die Spitze der Premiumhersteller. Das ist unser strategischer Anspruch. Denn wenn wir davon überzeugt sind, dass wir die besten Autos bauen, dann sollten sich auch die meisten Kunden für ein Auto mit Stern entscheiden.

Gleichzeitig werden wir die nächsten Jahre dazu nutzen, uns strukturell zu verändern, um auch bei der Profitabilität auf Spitzenniveau zu kommen. Nach der kurzfristigen Ergebnisabsicherung in der ersten Phase von „Fit for Leadership“ starten wir nun mit „Next Stage“ in die zweite Phase, in der wir unser Geschäftssystem nachhaltig verbessern wollen. Unser geplantes Wachstum geht einher mit einem absoluten Anstieg von Fixkosten und Net Assets. Die strukturellen Veränderungen, die wir anstreben, werden diesen Anstieg jedoch deutlich begrenzen. Wir werden damit profitabler und weniger anfällig für externe Krisen. Die starke Wachstumsphase verschafft uns dabei Handlungsspielraum: Wir können effizienter werden, indem wir unterproportional Kosten aufbauen. Die Bewältigung dieser unternehmerischen Herausforderung entscheidet langfristig über die Wettbewerbsfähigkeit unseres Unternehmens.

Ein wichtiger Schlüssel zu profitabilem Wachstum liegt für uns in China. Wir haben dort zurück in die Spur gefunden und den Absatz 2014 um ein Viertel gesteigert. 2015 soll noch besser werden - mit weiterhin zweistelligem Wachstum und deutlich mehr als 300.000 verkauften Autos. China bietet nach wie vor riesiges Absatzpotenzial. Deshalb investieren wir weiter in unser Produktangebot. Wir bauen massiv unsere lokale Produktion aus: Zwei Drittel der verkauften Autos werden in den nächsten Jahren auch in China gefertigt. Wir intensivieren unsere lokale Entwicklung: Ende des Jahres arbeiten für uns in China rund 500 hochqualifizierte Ingenieure und Designer. Dieses Showcar beispielsweise stammt aus unserem Design-Studio in Peking. Künftig spielt China eine zentrale Rolle in unserem Produktentwicklungsprozess. Und wir bauen unser Finanzierungsgeschäft in China aus. Dazu erhöhen wir unsere Eigenkapitalbasis um eine halbe Milliarde Euro. Denn der Anteil der Kunden, die den Autokauf über uns finanzieren, wächst deutlich. Ich glaube, es wird klar: China ist für uns nicht irgendein Markt. Denn dort entscheidet sich, wer im Premium-Bereich das Rennen macht. Und Mercedes-Benz hat in China noch viel Luft nach oben.

Auch für die Trucks ist China ein absoluter Schlüsselmarkt. Und die Entwicklung der Marktstruktur spielt uns in die Hände: Die Nachfrage wird sich in den kommenden Jahren deutlich verschieben – von sehr einfachen hin zu mittleren und hochwertigen Trucks. Den technologischen Standard setzt aber weiterhin die Triade. Hier sind die Kunden am anspruchsvollsten. Und das wichtigste Kaufargument ist die Kraftstoffeffizienz. Schließlich machen die Kosten für Diesel mit rund 30 Prozent den größten Teil der Gesamtbetriebskosten aus. Deshalb trimmen wir unsere Trucks auf Effizienz. Und das zahlt sich aus: In allen Triade-Märkten stellen wir den Effizienzchampion. In Japan übertrifft der neue FUSO-Schwer-Lkw

Super Great V als einziger Lkw im Markt den ab 2015 dort geltenden Kraftstoffeffizienzstandard um bis zu fünf Prozent. In Nordamerika verbraucht der Freightliner Cascadia Evolution sieben Prozent weniger Kraftstoff als das Vorgängermodell – und weniger als jeder Wettbewerber. Und in Europa haben wir den Mercedes-Benz Actros in sogenannte „Fuel Duels“ geschickt. Dabei fährt der Actros im realen Einsatz gegen den sparsamsten Lkw aus der Flotte eines Kunden. Fast 600 Mal haben wir das im letzten Jahr gemacht. In über 90 Prozent der Fälle hat der Actros gewonnen – im Schnitt mit rund elf Prozent Spritersparnis.

Unsere globale Führungsposition werden wir durch den weiteren Rollout unserer Plattformstrategie absichern. Daimler Trucks hat in Sachen Module und Plattformen Jahre Vorsprung vor dem Wettbewerb. Den werden wir nutzen und weiter ausbauen. Schon heute kommt weltweit hunderttausendfach bewährte Daimler-Technologie zum Einsatz, die wir an die Anforderungen des jeweiligen Marktes anpassen. Im Lkw-Bereich konzentriert sich das Plattform-Konzept bislang vor allem auf den Antriebsstrang. Wir wollen unsere Plattformstrategie auf weitere Komponenten ausweiten, zum Beispiel Elektrik/Elektronik, Kabine oder Chassis. 2020 werden wir unsere heutigen Module und Komponenten in einer Vielzahl an Märkten einsetzen. Das spart bares Geld in der Entwicklung und bringt durch größere Volumina Preisvorteile im Einkauf. Aber es geht nicht nur um Kosten. Ziel der Plattformstrategie ist es, unseren Kunden überall die nachgefragte Technologie in optimaler Qualität zur Verfügung stellen zu können.

Nur ein Beispiel: Automatikgetriebe bei Lkw hatten früher in den USA Seltenheitswert. US-Trucker haben traditionell lieber manuell geschaltet. Durch unsere Erfahrung bei Mercedes-Benz Trucks in Europa konnten wir dem amerikanischen Markt aber eine reife Technologie anbieten – in hoher Qualität und zu vernünftigen Kosten. Damit haben wir den Markt umgekrempelt: Heute übersteigt die US-Nachfrage jede Erwartung: Etwa jeder vierte unserer neuen Cascadia-Lkw ist mit dem DT12-Getriebe ausgestattet. Demnächst werden wir DT12 auch in unserer Fabrik in Redford fertigen. Außerdem haben wir in den USA das Konzept des integrierten Antriebsstrangs etabliert – und auch damit den Markt grundlegend verändert. Wir bieten unseren Kunden Motor, Getriebe und Achsen aus einer Hand. Dadurch sind sie optimal aufeinander abgestimmt. Und das bringt mehr Effizienz.

Das hohe Momentum von Daimler Trucks North America stärken wir 2015 mit dem Western Star 5700XE. Dieser neue Lkw für den schweren Fernverteiler-Einsatz kombiniert die Qualität und Zuverlässigkeit von Western Star mit einer Top-Aerodynamik und dem effizientesten Antrieb im Markt. Im Laufe des Jahres startet die Produktion des Trucks in Cleveland. In Indien geht in der zweiten Jahreshälfte ein neuer Schwer-Lkw an den Start, der BharatBenz 3143. Dieser voll lokalisierte Truck ist für den harten Einsatz im Bergbau und auf der Baustelle konzipiert: Rahmen und Achsen sind besonders robust. Mit 430 PS wird er der mit Abstand stärkste lokale Truck im Markt – dank Technologie aus Mannheim: Der Reihensechszylinder Mercedes-Benz OM 457 hat sich in Europa, Nord- und Südamerika über Jahre bewährt. In Indien ist dieser Motor jetzt das Maß der Dinge.

Neben Kraftstoffeffizienz und Sicherheit wird bei Daimler weiter das autonome Fahren im Mittelpunkt der Entwicklungsarbeit stehen. Teilautonomes Fahren ist heute schon in der C-, E- und S-Klasse möglich. In den nächsten Jahren folgen weitere Schritte. Ein Auto wie unser Forschungsfahrzeug F 015 ist technisch im nächsten Jahrzehnt realistisch. Durch das autonome Fahren wird sich das Automobil radikal verändern – etwa in der Gestaltung des Interieurs. Denn das Auto wächst über seine Rolle als Transportmittel hinaus. Es wird zum

privaten Rückzugsraum. Wir gewinnen die Freiheit, die Zeit unterwegs so zu nutzen, wie wir es wollen. Das ist die Zukunft des automobilen Luxus. Aber es geht nicht nur um neue Fahrzeugkonzepte. Es stellen sich auch rechtliche und ethische Fragen. Wir werden viele Unfälle vermeiden, aber nicht alle. Wie soll sich das Auto verhalten, wenn der Unfall nicht zu verhindern ist? Das ist eine von vielen Fragen für die ganze Branche und die gesamte Gesellschaft, die wir gemeinsam lösen müssen.

Bei technologischen Umbrüchen entstehen immer auch neue Geschäftsmodelle. Und wir haben da eine klare Haltung: Es bringt nichts, Verteidigungslinien aufzubauen. Wenn sich neue Konzepte etablieren, dann wollen wir sie gestalten. Bei car2go zum Beispiel haben uns anfangs viele prognostiziert: Carsharing kostet Euch Kunden. Tatsächlich hält es sich die Waage: Die einen sagen: „Jetzt brauche ich meinen smart nicht mehr“. Die anderen kaufen sich einen eigenen, weil sie ihn mit car2go ausprobiert haben. car2go ist der größte Carsharing-Anbieter weltweit. Die Mietvorgänge haben sich im letzten Jahr verdreifacht. Und in einigen Städten sind wir schon profitabel. Bei uns ist Carsharing ein Geschäftsmodell. 2015 starten wir auch in China. Das ist der erste Schritt in den asiatischen Markt und hat Pilotcharakter für uns. Bis 2016 wollen wir car2go an insgesamt 50 Standorten auf der ganzen Welt betreiben. Mit moovel bieten wir eine Smartphone-App, mit der man verschiedene Mobilitätsangebote vergleichen und so den optimalen Weg von A nach B finden kann. Neu ist: Tickets kann man über ein einheitliches Bezahlssystem abrechnen. Und seit kurzem ist die moovel-App auch für Dienstreisen nutzbar. Insgesamt haben unsere Mobilitätsdienste heute deutlich über eine Million Kunden.

Ob neue Produkte, neue Technologien oder neue Mobilitätskonzepte, das Ziel ist das gleiche: Wir schaffen Zukunftschancen – für das Unternehmen Daimler und seine Beschäftigten. Das Werk Sindelfingen feiert in diesem Jahr hundertsten Geburtstag. Das ist natürlich Anlass zurückzublicken. Wir haben in den vergangenen Monaten aber auch intensiv mit dem Betriebsrat diskutiert, wie die Zukunft in Sindelfingen und den anderen Standorten aussehen soll. Im Ergebnis werden wir gemeinsam unsere Werke flexibler und effizienter machen. Gleichzeitig stärken wir die Standorte mit massiven Investitionen und neuen Produktprojekten. In Sindelfingen, zum Beispiel, investieren wir 1,5 Milliarden Euro bis 2020. Außerdem bekommt das Werk eine neue Pkw-Baureihe. In unserem Lkw-Werk Wörth investieren wir bis 2020 rund eine Milliarde Euro in den Ausbau der Produktionsanlagen. Das zeigt: Struktureller Wandel muss keine Bedrohung sein. Im Gegenteil: Wir schaffen die Voraussetzungen für viele weitere Jubiläen.

## **Ausblick**

Was erwarten wir nun konkret für das Jahr 2015?

Die Weltwirtschaft ist derzeit auf einem moderaten Wachstumskurs. Für das Jahr 2015 rechnen wir mit einem Zuwachs von rund drei Prozent. Auf den Automobilmärkten sind die Vorzeichen leicht verbessert: Die weltweite Pkw-Nachfrage dürfte 2015 um rund vier Prozent wachsen. Auch bei den Nutzfahrzeugen gehen wir von einem Anstieg der weltweiten Nachfrage aus. Für unseren Absatz erwarten wir bei den Pkw, Lkw und Vans deutliche Zuwächse, bei den Bussen leichte. Bei Daimler Financial Services wollen wir Vertragsvolumen und Neugeschäft ebenfalls deutlich steigern.

Auf Basis der erwarteten Marktentwicklung und der Planungen unserer Geschäftsfelder gehen wir davon aus, das Konzern-EBIT aus dem laufenden Geschäft im Jahr 2015 erneut deutlich zu

steigern. Für Mercedes-Benz Cars, Daimler Trucks und Mercedes-Benz Vans erwarten wir ein EBIT aus dem laufenden Geschäft, das deutlich über Vorjahresniveau liegt. Bei Daimler Buses rechnen wir mit einem Ergebnis leicht unter Vorjahr. Daimler Financial Services sollte leicht über Vorjahresniveau liegen.

Wir wollen in den kommenden Jahren weiter stärken, was Daimler traditionell vom Wettbewerb abhebt, zum Beispiel die hervorragende Qualität und die technologische Vorreiterrolle. Gleichzeitig haben wir uns vorgenommen, bei der Ertragskraft ein Niveau zu erreichen, das es in diesem Unternehmen bislang nicht gab. Beides zusammenzubringen ist die Kernaufgabe unseres Managements.

Meine Damen und Herren, ich möchte zum Schluss noch mal auf das autonome Fahren zurückkommen. Wir arbeiten bei Daimler schon lange an dieser Technologie – seit den frühen Neunzigerjahren. Jetzt zahlt sich diese Erfahrung aus. Gleichzeitig haben wir bei Daimler in den letzten Jahren hart für unsere neuen Produkte und unsere starken Marken gearbeitet. Auch das zahlt sich nun aus. Aber sowohl beim autonomen Fahren als auch in unserem operativen Geschäft lässt die aktuelle Entwicklung erst erahnen, was in Zukunft bei Daimler noch möglich ist. Die Ergebnisse, die wir Ihnen heute präsentieren, sind nur ein Vorgeschmack auf das, was noch kommt. Daimler ist auf dem Weg zur Bestform. Jetzt aber zunächst einmal zu Ihren Fragen. Vielen 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/können«, »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 Zunahme der politischen Spannungen in Osteuropa, eine Verschlechterung unserer Refinanzierungsmöglichkeiten an den Kredit- und Finanzmärkten, unabwendbare Ereignisse höherer Gewalt wie beispielsweise Naturkatastrophen, Epidemien, 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 »Risiko- und Chancenbericht« 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.