

Dr. Dieter Zetsche vor der Hauptversammlung: 'Wir gehen neue Wege zu neuer Stärke.'

Dr. Dieter Zetsche vor der Hauptversammlung: "Wir gehen neue Wege zu neuer Stärke."
- Daimler treibt Erneuerung bei Produkten, Vertrieb und Produktion konsequent vor
- Wachstumsstrategie trägt sichtbar Früchte
- Aktionäre stimmen über die bisher höchste Dividende der Daimler AG von 2,45 je Aktie ab
- "Unsere Wachstumsstrategie trägt sichtbar Früchte. Darauf sind wir bei Daimler gemeinsam stolz. Aber mit dem Erreichten geben wir uns nicht zufrieden", zieht Dr. Dieter Zetsche, Vorstandsvorsitzender der Daimler AG und Leiter Mercedes-Benz Cars, auf der heute stattfindenden Hauptversammlung Bilanz. Die konsequente Verfolgung der langfristig angelegten Unternehmensziele bildet die Basis für die bisherigen Erfolge und die Erneuerung des Unternehmens in den kommenden Jahren.
- "Die Bilanz für 2014 zeigt: Mut zur Veränderung lohnt sich", fasst Zetsche vor den rund 5.500 erwarteten Aktionären im CityCube in Berlin zusammen. Daimler erzielte 2014 erneut Bestmarken bei Absatz, Umsatz und Ergebnis. Der Konzern hat mit insgesamt 279.972 (i. V. 274.616) Mitarbeitern weltweit mehr als 2,5 (i. V. 2,4) Mio. Fahrzeuge abgesetzt, einen Umsatz von 129,9 (i. V. 118,0) Mrd. erzielt und ein EBIT von 10,8 (i. V. 10,8) Mrd. erwirtschaftet. Das Konzern-EBIT aus dem laufenden Geschäft stieg um 27% auf 10,0 Mrd., das Konzernergebnis betrug 7,3 (i. V. 8,7) Mrd.
- Aufgrund der guten Ergebnisse und des erfolgreichen Geschäftsverlaufs im Jahr 2014 schlagen Vorstand und Aufsichtsrat der Hauptversammlung die Ausschüttung der bisher höchsten Dividende der Daimler AG in Höhe von 2,45 (i. V. 2,25) je Aktie vor. Die Ausschüttungssumme beläuft sich auf 2,6 (i. V. 2,4) Mrd., die Ausschüttungsquote beträgt 37,6 (i. V. 35,2) % des auf die Daimler-Aktionäre entfallenden Konzernergebnisses.
- Neue Wege zu neuer Stärke
- Daimler stellt sich in zahlreichen Bereichen neu auf, um die Ziele nachhaltig zu erreichen. "Wir treiben die Erneuerung des Unternehmens weiter voran: Wir gehen neue Wege zu neuer Stärke", betont Zetsche. "Der erste und sichtbarste Beleg sind unsere neuen Produkte." Allein im vergangenen Jahr hat Mercedes-Benz acht neue oder überarbeitete Pkw-Modelle eingeführt und damit derzeit das jüngste Produktportfolio der deutschen Premiumhersteller. 2015 kommen nochmals acht neue oder überarbeitete Pkw-Modelle auf die Märkte, wie Mercedes-Benz Maybach, CLA Shooting Brake oder das GLE Coupé. "Wir werden mit weiteren neuen Modellen dafür sorgen, dass das Portfolio jung bleibt", sagt Zetsche. Mit einem mittelgroßen Pickup erweitert Daimler das Produktportfolio erneut in einem vielversprechenden Marktsegment. Bereits vor rund 20 Jahren hatte Mercedes-Benz mit der M-Klasse das Segment der Sport Utility Vehicles (SUV) völlig neu definiert.
- Auch Daimler Trucks hat eine hervorragende Marktposition, die ebenfalls auf der Stärke der Produkte beruht. Mit einem runderneuerten Produktportfolio, sechs Marken, 54 Modellen und den Joint Ventures in China und Russland ist Daimler im Lkw-Bereich in allen wichtigen Märkten so breit und stark aufgestellt wie nie zuvor und wie kein Wettbewerber.
- Spitzen-Technologie ist für Daimler ein weiterer Baustein für die Erneuerung des Konzerns. Insbesondere beim Thema CO2 gibt es massive Verbesserungen: Seit 1995 wurde der durchschnittliche CO2-Ausstoß der Pkw-Neuwagenflotte in Europa nahezu halbiert auf 129 Gramm CO2 pro Kilometer oder einen Verbrauch von 5,2 Liter pro 100 Kilometer. Die CO2-Ziele in den wichtigsten Märkten mit den zugleich stärksten Vorgaben sind alleine mit effizienten Verbrennungsmotoren nicht zu erreichen, so dass die Flotte weiter elektrifiziert werden wird. Plug-In-Hybride bieten derzeit die beste Lösung für umweltfreundliches Autofahren. Aus diesem Grund wird das Unternehmen bis 2017 im Durchschnitt alle vier Monate ein neues Plug-In-Hybrid-Modell auf den Markt bringen. "Das ist der Daimler-Weg in Richtung nachhaltige Mobilität: Wir wollen attraktive Technologieträger, keine Verzichtsmobile", erläutert Zetsche.
- Ein weiterer Schwerpunkt der Entwicklungsaktivitäten liegt auf dem Gebiet des autonomen Fahrens. Mit dem F015 hat Mercedes-Benz im Januar ein Forschungsfahrzeug vorgestellt, das von Beginn an für autonomes Fahren konzipiert wurde. "Durch das autonome Fahren gewinnen wir Freiheit, die Zeit unterwegs so zu nutzen, wie wir es wollen. Das ist die Zukunft des automobilen Luxus", erläutert Zetsche die Vorzüge des autonomen Fahrens, das im nächsten Jahrzehnt Realität sein wird. Teilautonomes Fahren ist bereits heute in der C-, der E- und der S-Klasse von Mercedes-Benz möglich. Auch Daimler Trucks setzt beim autonomen Fahren Maßstäbe. Die Lkw-Sparte hat 2014 den Future Truck 2025 vorgestellt, der die Vorteile des autonomen Fahrens bei Nutzfahrzeugen aufzeigt: mehr Sicherheit, mehr Effizienz und optimale Logistikprozesse durch Vernetzung.
- "Auch wenn unsere Fahrzeuge irgendwann autonom fahren können - sie werden sich nicht autonom verkaufen", erklärt Zetsche. Ein wesentlicher Handlungsschwerpunkt ist weiterhin China. 2014 wurden dort 27% mehr Fahrzeuge von Mercedes-Benz und smart an Kunden ausgeliefert als im Vorjahr. "Dieses Jahr soll noch besser werden - mit deutlich mehr als 300.000 verkauften Autos", stellt Zetsche in Aussicht. Um die Chancen noch besser zu nutzen, wird Daimler auch das Angebot an Finanzdienstleistungen in China weiter ausbauen und die Servicequalität weiter steigern. "Natürlich ist das Reich der Mitte kein Land der unbegrenzten Möglichkeiten. Aber es bietet enorme Chancen. Es ist zum Beispiel bemerkenswert, wie viele Kunden dort bereits mit einem Premium-Auto einsteigen: Für 35% unserer chinesischen C-Klasse-Kunden ist es ihr erstes Auto überhaupt", erläutert Zetsche.
- "Für jeden unserer mehr als 150 Märkte gilt: In Zukunft wollen wir noch besser, noch schneller und noch flexibler auf die veränderten Bedürfnisse unserer Kunden reagieren", sagt Zetsche. Aus diesem Grund wird die Kundenansprache weiter optimiert. In Hamburg und Warschau laufen derzeit zwei Pilotprojekte für Online-Stores, in denen sich potentielle Kunden informieren, eine Probefahrt buchen und ein Fahrzeug kaufen können. Mit dem Carsharing-Angebot car2go und der Mobilitätsplattform moovel werden neue Kundengruppen angesprochen. Mehr als eine Million Kunden nutzen bereits die Service-Angebote. "Die Kunden von moovel wollen Mobilität", sagt Zetsche. "Und das ist unser Kerngeschäft. Wir sind nicht nur Autohersteller, sondern Mobilitätsanbieter."
- Auch die klassischen Vertriebswege, Niederlassungen und Händlerbetriebe für Pkw werden auf die sich verändernden Bedürfnisse der Kunden ausgerichtet. Dazu gehört ein neuer Markenauftritt von Mercedes-Benz an mehr als 1.000 Standorten bis 2017 ebenso wie die Neustrukturierung des Niederlassungsnetzes in Deutschland. Um die langfristige Wettbewerbsfähigkeit des konzerneigenen Vertriebs sicherzustellen, wurden Niederlassungen zu Verbänden zusammengefasst. Einzelne Betriebe werden verkauft, darüber hinaus werden in den nächsten Jahren insgesamt 500 Mio. in die verbleibenden Standorte investiert. Im Lkw-Bereich werden im laufenden Jahr regionale Vertriebszentren eröffnet, um noch besser auf Kundenanforderungen reagieren zu können und die Präsenz in neuen Märkten zu erhöhen.
- Zu den neuen Wegen zu neuer Stärke gehört auch die Erneuerung der Produktion. Die Produktvielfalt wird in den nächsten Jahren weiter wachsen; allein die Zahl der Grundmodelle hat sich seit 1970 bereits nahezu verzehnfacht. "Unser Portfolio wird immer komplexer. Deshalb muss unsere Produktion immer flexibler werden", sagt Zetsche. Wichtigste Voraussetzungen dafür sind vier Fahrzeug-Architekturen, auf denen eine Vielzahl von Modellen basiert sowie eine marktnahe Produktion. Ein Beispiel dafür ist die Mercedes-Benz C-Klasse, die in Deutschland, den USA, Südafrika und China gebaut wird. Daimler setzt dabei weiter auf die deutschen Standorte, für die derzeit Zukunftsbilder erarbeitet werden. So werden bis 2020 in den Standort Sindelfingen, der vergangene Woche sein 100-jähriges Jubiläum feierte, 1,5 Mrd. in das Lkw-Werk in Wörth rund 1 Mrd. in den Ausbau der Produktionsanlagen investiert. Das Stammwerk Untertürkheim wird zum Kompetenzzentrum für die Produktion hocheffizienter Motoren und alternativer Antriebe entwickelt. Dazu werden in den nächsten Jahren weitere Investitionen in Milliardenhöhe geleistet.
- Im Lkw-Bereich kommen über die Plattform-Strategie Daimler-Technologien bereits weltweit zum Einsatz. Zukünftig sollen zusätzlich zum Antriebsstrang weitere Komponenten wie mittelschwere Motoren, Elektronik, Kabine oder Chassis auf Basis gemeinsamer Plattformen in einer Vielzahl von Märkten eingesetzt werden.
- Ein weiterer Baustein für die Neuaufstellung der Produktion ist die Digitalisierung der Fabriken. Hinter dem Schlagwort "Industrie 4.0" verbirgt sich beispielsweise die Vernetzung der Produktion mit einer durchgängig digitalen Prozesskette von der Konstruktion bis hin zum After Sales-Bereich sowie die direkte Kooperation von Mensch und Roboter.
- Politische Rahmenbedingungen
- Zetsche fordert von Politik und Gesellschaft deutliche Impulse, um die langfristige Wettbewerbsfähigkeit der deutschen und europäischen Industrie zu erhalten. Er positioniert sich vor der Hauptversammlung klar zum Thema "Transatlantische Handels- und Investitionspartnerschaft", kurz TTIP: "Wir haben ein vitales Interesse am Erfolg der Verhandlungen." Die Uneinheitlichkeit von Standards in USA und Europa schade den Unternehmen, da sie unterschiedliche Regelwerke befolgen müssen und dieses Mehraufwand und Mehrkosten bedeute. Ein umfassendes Abkommen könne diese Verschwendung beenden, zumal die Standards in Europa und den USA zu den härtesten weltweit gehören. "Wir wollen diese Standards nicht senken, sondern vereinheitlichen", führt Zetsche weiter aus. Allein in Europa könnten gemäß einer Studie durch ein Freihandelsabkommen bis zu 400.000 neue Arbeitsplätze entstehen.
- Ebenso klar befürwortet Daimler die Einführung von Lang-Lkw. Durch den Einsatz der Lang-Lkw können bis zu 25% weniger CO2-Emissionen und weniger Belastungen für Straßen und Brücken erzielt werden, da zwei Lang-Lkw die Last von drei Lkw transportieren bei gleichem Gesamtgewicht. Zetsche begrüßt den Feldversuch für Lang-Lkw, dem das Land Baden-Württemberg im März zugestimmt hat: "Das ist ein erfreulicher Schritt nach vorne."

2015 - Status Quo und Erwartungen
Mercedes-Benz Cars ist erfolgreich in das laufende Jahr gestartet und hat in den ersten zwei Monaten 14,5% mehr Fahrzeuge (Retail: 262.900 Fahrzeuge) als im Vorjahreszeitraum verkauft. Das Geschäftsfeld setzt die Offensive "Mercedes-Benz 2020" konsequent fort und will 2015 den Absatz deutlich steigern und damit erneut einen Rekordwert erreichen. Innerhalb der ersten sieben Monate dieses Jahres werden vier neue Fahrzeuge ohne Vorgängermodell eingeführt. Zusätzlich erneuert das Geschäftsfeld im Rahmen der Produktoffensive im Jahr 2015 nahezu das gesamte Angebot an Geländewagen und sorgt damit für zusätzliche Nachfrageimpulse. Ein deutliches Absatzplus erwartet Mercedes-Benz Cars auch bei der Marke smart, die 2015 beide Modelle in den jeweiligen Kernmärkten einführt.
Daimler Trucks geht davon aus, eine deutliche Absatzsteigerung im Gesamtjahr zu erzielen. Mit den verbrauchseffizienten Produkten, der hohen Kundenakzeptanz und dem flexiblen Produktionsnetzwerk erwartet die Lkw-Sparte, dass die sehr gute Position im Markt behauptet werden kann.
Mercedes-Benz Vans plant für das Jahr 2015 einen deutlichen Absatzanstieg. Im Rahmen der Geschäftsfeldstrategie "Mercedes-Benz Vans goes global" wird der mittelgroße Transporter im Jahr 2015 auch in Nord- und Lateinamerika eingeführt. Darüber hinaus wird der große Transporter Sprinter künftig zusätzlich in Nordamerika produziert und zum Absatzwachstum beitragen.
Daimler Buses geht davon aus, die Marktführerschaft in seinen Kernmärkten bei Bussen über 8t mit innovativen und hochwertigen neuen Produkten behaupten zu können. Für das Jahr 2015 rechnet die Bus-Sparte insgesamt mit einer leichten Absatzsteigerung. Insbesondere im Kernmarkt Brasilien bleibt die Lage nach dem deutlichen Marktrückgang im vergangenen Jahr jedoch weiter anspruchsvoll. Ein Grund neben der Wirtschaftsschwäche sind die deutlich schlechteren Finanzierungsbedingungen für die Käufer. Grundsätzlich wird der Absatz im Jahr 2015 stark von der weiteren Entwicklung in Lateinamerika abhängen.
Daimler Financial Services strebt in den kommenden Jahren weiteres profitables Wachstum an. Für das Jahr 2015 erwartet die Sparte einen deutlichen Anstieg sowohl beim Neugeschäft als auch beim Vertragsvolumen. Ausschlaggebend hierfür sind die Wachstumsoffensiven der automobilen Geschäftsfelder, die zielgruppengerechte Ansprache jüngerer Kunden, die Ausweitung des Geschäfts insbesondere in Asien sowie die Weiterentwicklung der Online-Vertriebskanäle.
Auf Basis der Annahmen zur Entwicklung wichtiger Absatzmärkte und der Planungen der Geschäftsfelder rechnet Daimler damit, dass der Konzernabsatz im Jahr 2015 insgesamt deutlich gesteigert werden kann. Das Unternehmen geht auch davon aus, dass der Umsatz des Konzerns im laufenden Jahr deutlich zunehmen wird.
Daimler erwartet, das Konzern-EBIT aus dem laufenden Geschäft im Jahr 2015 erneut deutlich zu steigern. Für die einzelnen Geschäftsfelder strebt das Unternehmen folgende EBIT-Ziele aus dem laufenden Geschäft an:
Mercedes-Benz Cars: deutlich über Vorjahresniveau,
Daimler Trucks: deutlich über Vorjahresniveau,
Mercedes-Benz Vans: deutlich über Vorjahresniveau,
Daimler Buses: leicht unter Vorjahresniveau und
Daimler Financial Services: leicht über Vorjahresniveau.
Mittelfristig will Daimler im Automobilgeschäft über die Markt- und Produktzyklen hinweg eine jahresdurchschnittliche Umsatzrendite von 9% erzielen. Basis dafür sind die Zielrenditen der Geschäftsfelder: 10% für Mercedes-Benz Cars, 8% für Daimler Trucks, 9% für Mercedes-Benz Vans und 6% für Daimler Buses.
Für Daimler sind Herkunft und Zukunft untrennbar miteinander verbunden", betont Zetsche und blickt optimistisch weiter nach vorne. "Wir haben bei Daimler viel erreicht, aber wir haben noch mehr im Blick."
Link zur Daimler-Webpage für die Hauptversammlung 2015: <http://www.daimler.com/investor-relations/hauptversammlung/2015>
Weitere Informationen von Daimler sind im Internet verfügbar: www.media.daimler.com und www.daimler.com
Ansprechpartner: Jörg Howe
Telefon: +49 711 17 41341
E-Mail: joerg.howe@daimler.com
Hendrik Sackmann
Telefon: +49 711 17 35014
E-Mail: hendrik.sackmann@daimler.com
Silke Walters
Telefon: +49 711 17 40624
E-Mail: silke.walters@daimler.com


Pressekontakt

Daimler AG

70546 Stuttgart

joerg.howe@daimler.com

Firmenkontakt

Daimler AG

70546 Stuttgart

joerg.howe@daimler.com

Über DaimlerDie Daimler AG ist eines der erfolgreichsten Automobilunternehmen der Welt. Mit den Geschäftsfeldern Mercedes-Benz Cars, Daimler Trucks, Mercedes-Benz Vans, Daimler Buses und Daimler Financial Services gehört der Fahrzeughersteller zu den größten Anbietern von Premium-Pkw und ist der größte weltweit aufgestellte Nutzfahrzeug-Hersteller. Daimler Financial Services bietet Finanzierung, Leasing, Flottenmanagement, Versicherungen, Geldanlagen und Kreditkarten sowie innovative Mobilitätsdienstleistungen an. Die Firmengründer Gottlieb Daimler und Carl Benz haben mit der Erfindung des Automobils im Jahr 1886 Geschichte geschrieben. Als Pionier des Automobilbaus gestaltet Daimler auch heute die Zukunft der Mobilität: Das Unternehmen setzt dabei auf innovative und grüne Technologien sowie auf sichere und hochwertige Fahrzeuge, die faszinieren und begeistern. Daimler investiert seit Jahren konsequent in die Entwicklung alternativer Antriebe mit dem Ziel, langfristig das emissionsfreie Fahren zu ermöglichen. Neben Hybridfahrzeugen bietet Daimler dadurch die breiteste Palette an lokal emissionsfreien Elektrofahrzeugen mit Batterie und Brennstoffzelle. Denn Daimler betrachtet es als Anspruch und Verpflichtung, seiner Verantwortung für Gesellschaft und Umwelt gerecht zu werden. Daimler vertreibt seine Fahrzeuge und Dienstleistungen in nahezu allen Ländern der Welt und hat Produktionsstätten auf fünf Kontinenten. Zum heutigen Markenportfolio zählen neben Mercedes-Benz, der wertvollsten Premium Automobilmарke der Welt, die Marken smart, Freightliner, Western Star, BharatBenz, Fuso, Setra und Thomas Built Buses. Das Unternehmen ist an den Börsen Frankfurt und Stuttgart notiert (Börsenkürzel DAL). Im Jahr 2013 setzte der Konzern mit 274.616 Mitarbeitern 2,35 Mio. Fahrzeuge ab. Der Umsatz lag bei 118,0 Mrd. €, das EBIT betrug 10,8 Mrd. €.