

Dr. Dieter Zetsche auf der Hauptversammlung: "Wachstum und Effizienz: Daimler hält Kurs"

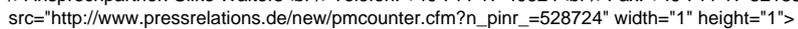
Dr. Dieter Zetsche auf der Hauptversammlung: "Wachstum und Effizienz: Daimler hält Kurs"
 Langfristige Strategie und Ziele bestätigt Größtes Wachstumsprogramm der Unternehmensgeschichte gestartet Effizienzprogramme sollen bis Ende 2014 zu Einsparungen in Höhe von 4 Mrd. ? führen Abstimmung über stabile Dividende in Höhe von 2,20 ?Berlin - "Wachstum und Effizienz: Daimler hält Kurs" ist nicht nur das Motto der heute stattfindenden Hauptversammlung von Daimler, sondern beschreibt auch die strategische Ausrichtung des Konzerns. Damit verfolgt Daimler das Ziel, an die Spitze der jeweiligen Branche zu gelangen. "Wir sind Daimler. Wir wollen nicht nur besser werden. Wir wollen die Konkurrenz schlagen - dauerhaft", erläutert laut Redetext Dr. Dieter Zetsche, Vorstandsvorsitzender der Daimler AG und Leiter Mercedes-Benz Cars, das Ziel des Unternehmens.
"2012 war ein Jahr, in dem Daimler weiter gewachsen ist", sagt Zetsche vor den erwarteten rund 5.000 Aktionärinnen und Aktionären in der Berliner Messe über das Geschäftsjahr 2012. Der Konzern erzielte 2012 Bestwerte bei Absatz und Umsatz. Weltweit wurden 2,2 Mio. Fahrzeuge abgesetzt, der Konzernumsatz stieg um 7% auf 114,3 (i. V. 106,5) Mrd. ?. Das Konzern-EBIT betrug 8,6 (i. V. 8,8) Mrd. ?, das Konzern-EBIT aus dem laufenden Geschäft 8,1 (i. V. 9,0) Mrd. ?. Das Konzernergebnis stieg auf 6,5 (i. V. 6,0) Mrd. ?, der Value Added auf 4,2 (i. V. 3,7) Mrd. ?.
Angesichts des erzielten Ergebnisses sowie des Geschäftsverlaufs im Jahr 2012 haben Vorstand und Aufsichtsrat der Hauptver-sammlung die Ausschüttung einer stabilen Dividende von 2,20 (i. V. 2,20) ? pro Aktie vorgeschlagen. Dies entspricht einer Ausschüttungssumme von rund 2,35 Mrd. ? beziehungsweise einer Ausschüttungsquote von rund 40%.
Langfristige Strategie und Ziele bestätigt
Zetsche formuliert einen klaren Anspruch für das Unternehmen: "Wir wollen ein nachhaltig wettbewerbsstarkes Unternehmen sein, das nicht nur S-Klasse baut, sondern auch S-Klasse ist."
Konkret verfolgt Daimler folgende Wachstumsziele:
 ab 2015 mindestens 1,6 Mio. Pkw der Marke Mercedes-Benz zu verkaufen und spätestens ab 2020 auch beim Absatz an der Spitze des Premiumsegments zu stehen, die Führungsrolle bei den Lkw zu stärken mit über 500.000 verkauften Einheiten im Jahr 2015 und mehr als 700.000 Lkw im Jahr 2020 sowie Wachstum auch in den übrigen Geschäftsfeldern.Neben den Wachstumszielen verfolgt das Unternehmen entsprechende Renditeziele. Mittelfristig ist für das Fahrzeug-geschäft über die Markt- und Produktzyklen hinweg eine Zielrendite von 9% angestrebt, mit entsprechenden Zielrenditen in den einzelnen Geschäftsfeldern: Mercedes-Benz Cars 10%, Daimler Trucks 8%, Mercedes-Benz Vans 9%, Daimler Buses 6% und eine Eigenkapitalrendite von 17% für Daimler Financial Services.
Wachstumsstrategien um Effizienzprogramme ergänzt
"Um die Ziele zu erreichen, haben wir das größte Wachstums-programm unserer Unternehmensgeschichte gestartet: Daimler wächst - mit höherem Tempo, auf breiterer Front und in mehr Märkten als je zuvor", erläutert Zetsche vor der Hauptversammlung.
Grundlage zur Erreichung der Ziele sind umfassende Produkt-offensiven in allen Geschäftsfeldern durch die Erweiterung der Modellpaletten, die Schaffung neuer Segmente und die genaue Anpassung von Produkten und Dienstleistungen an regionale Kundenwünsche. Geschäftsfeldübergreifend verfolgt Daimler seit mehreren Jahren vier Wachstumsschwerpunkte: Stärkung des Kerngeschäfts, Erschließung neuer Märkte, weiterer Ausbau der Führungsposition bei grünen Technologien und beim Thema Sicherheit sowie Umsetzung grundlegend neuartiger Mobilitätskonzepte, gestützt auf Innovationen an den Schnittstellen von Mobilität und digitaler Vernetzung.
Zetsche betont jedoch: "Wir wollen nicht um buchstäblich jeden Preis wachsen, sondern nachhaltig profitabel." Dazu wurden die Wachstumsstrategien der einzelnen Geschäftsfelder um wirksame Effizienzprogramme ergänzt.
Im Bereich Pkw ist das Effizienzprogramm ?Fit for Leadership integraler Bestandteil der Wachstumsstrategie ?Mercedes-Benz 2020. Im Bereich Lkw wurde die bereits 2005 aufgesetzte ?Global Excellence-Strategie mit der Initiative ?Daimler Trucks Number One verstärkt. Auch in den anderen Geschäftsfeldern laufen entsprechende Programme: ?Performance Vans 2013 bei Mercedes-Benz Vans, ?Globe 2013 bei Daimler Buses und ?DFS 2020 bei Daimler Financial Services. Insgesamt soll dadurch die Kostenposition im Konzern bis Ende nächsten Jahres um 4 Mrd. ? verbessert werden.
Für 2013 und die Folgejahre steht die konsequente Umsetzung der definierten Maßnahmen und Programme im Fokus. "Die Marschroute für das laufende Jahr heißt Kurs halten: unser Wachstum fortsetzen und gleichzeitig die Effizienz steigern", so Zetsche.
2013 - Status Quo und Erwartungen
Zum Jahresanfang 2013 zeigten sich viele Märkte schwächer als erwartet. Das trifft insbesondere auf die Pkw- und Nutzfahrzeugmärkte in Europa zu. Dennoch verkaufte der Konzern in den ersten drei Monaten des Jahres insgesamt mehr Pkw, Transporter und Busse als im vergleichbaren Vorjahreszeitraum.
Der Konzernabsatz von Mercedes-Benz Cars stieg von Januar bis März gegenüber 2012 um 1% (Retail 3%). Absatzimpulse erwartet das Geschäftsfeld von der sehr guten Nachfrage nach Modellen der Kompaktklasse, vom CLA, dem dritten Modell in der Kompaktklasse, der neuen E-Klasse sowie der neuen S-Klasse, die im Mai Weltpremiere feiert. Trotz des schwierigen ersten Quartals geht Mercedes-Benz Cars davon aus, dass bei einem Wachstum des Gesamtmarkts von 2 bis 4% der Pkw-Absatz 2013 zulegen wird.
Daimler Trucks konnte in den ersten drei Monaten des laufenden Jahres seine Marktanteile steigern, obwohl die Verkäufe um 6% zurückgingen. Dank der globalen Aufstellung von Daimler Trucks sowie einem starken, kontinuierlich wachsenden Produktportfolio rechnet das Geschäftsfeld mit einer leichten Steigerung des Lkw-Absatzes im Verlauf des Jahres 2013. Dazu sollen der neue Lkw für den Bau-Sektor, der Mercedes-Benz Arocs, sowie der neue mittelschwere Mercedes-Benz Atego beitragen.
Der Konzernabsatz von Mercedes-Benz Vans lag von Januar bis März 2013 leicht über dem des Vorjahres (+3%). Wachstumsimpulse erwartet sich das Geschäftsfeld von der ab Mitte 2013 verfügbaren neuen Generation des Mercedes-Benz Sprinter. Regional betrachtet gestalten sich die Wachstumsperspektiven unterschiedlich: Während der Transporter-Markt in Westeuropa weiter nachgeben könnte, rechnet das Geschäftsfeld mit einer leichten Erholung in China sowie positiven Absatzimpulsen in Nord- und Lateinamerika.
Die Konzernabsatzzahlen von Daimler Buses waren im ersten Quartal besser als im Vorjahr (+23%). Auch für das Gesamtjahr rechnet das Geschäftsfeld mit einer Steigerung des Absatzes gegenüber 2012. Dazu tragen in Europa unter anderem der neue Mercedes-Benz Turismo und die neue Setra TopClass 500 bei. In Mexiko steht eine komplett neue Produktfamilie mit fünf Reisebusvarianten und Stadtbussen vor der Markteinführung.
Das Wachstum der Fahrzeuggruppen spiegelt sich auch in der Entwicklung von Daimler Financial Services wider: Das Neugeschäft lag im ersten Quartal 2013 erneut über Vorjahr. 2013 will das Geschäftsfeld erstmals die Marke von drei Millionen Leasing- und Finanzierungsverträgen übertreffen. Beträchtliches Potenzial sieht Daimler Financial Services auch im Ausbau des Geschäfts mit innovativen Mobilitätsdienstleistungen.
Aus den Märkten ist in den kommenden Monaten wenig Rückenwind zu erwarten. Insbesondere in Europa gibt es keine Anzeichen für eine Trendwende. Daimler wird daher seine marktbezogenen Annahmen für das laufende Jahr überprüfen und sich bei der Berichterstattung für das erste Quartal zu den Markt- und Ergebnis-Erwartungen für den Konzern und die Geschäftsfelder äußern.
Dank neuer Produkte und der laufenden Effizienzprogramme rechnet das Unternehmen für das zweite Halbjahr mit einer Ergebnisverbesserung gegenüber den ersten sechs Monaten des laufenden Jahres.
Zetsche zeigt sich zuversichtlich, die langfristigen Ziele zu erreichen: "Der eingeschlagene Weg ist richtig, wir müssen ihn aber auch gehen. Und wir werden ihn gehen - unbeirrt vom Auf und Ab der Märkte. Konsequenz und beharrlich."
Weitere Informationen von Daimler sind im Internet verfügbar: www.media.daimler.com und www.daimler.com

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 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 Gesellschafter, 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 unter der Überschrift Risikobericht beschrieben sind. Sollte einer dieser Unsicherheitsfaktoren oder Unwägbarkeiten eintreten oder sollten sich die den vorausschauenden Aussagen zugrunde liegenden Annahmen als unrichtig erweisen, könnten die tatsächlichen Ergebnisse wesentlich von den in diesen Aussagen genannten oder implizit zum Ausdruck gebrachten Ergebnissen abweichen. Wir haben weder die Absicht noch übernehmen wir eine Verpflichtung, vorausschauende Aussagen laufend zu aktualisieren, da diese ausschließlich auf den Umständen am Tag der Veröffentlichung basieren.

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

Ansprechpartner: Florian Martens
Telefon: +49 711 17 35014
Fax: +49 711 17 24847
E-Mail: florian.martens@daimler.com
Ansprechpartner: Silke Walters
Telefon: +49 711 17-40624
Fax: +49 711 17-32185
E-Mail: silke.walters@daimler.com



Pressekontakt

Daimler AG

70546 Stuttgart

florian.martens@daimler.com

Firmenkontakt

Daimler AG

70546 Stuttgart

florian.martens@daimler.com

ehemals DaimlerChrysler AG
DaimlerChrysler ist in der Automobilbranche einzigartig: Das Angebot reicht vom Kleinwagen über Sportwagen bis hin zur Luxuslimousine und vom vielseitig einsetzbaren Kleintransporter über den klassischen Schwer-Lkw bis hin zum komfortablen Reisebus. Zu den Personenwagen-Marken von DaimlerChrysler zählen Maybach, Mercedes-Benz, Chrysler, Jeep, Dodge und smart. Zu den Nutzfahrzeug-Marken gehören Mercedes-Benz, Freightliner, Sterling, Western Star, Setra und Mitsubishi Fuso. DaimlerChrysler Financial Services bietet Finanz- und andere fahrzeugbezogene Dienstleistungen an. Die Strategie von DaimlerChrysler basiert auf vier Säulen: Globale Präsenz, herausragende Produkte, führende Marken sowie Innovations- und Technologieführerschaft. DaimlerChrysler hat eine globale Belegschaft und eine internationale Aktionärsbasis. Mit 384.723 Mitarbeitern erzielte DaimlerChrysler im Geschäftsjahr 2004 einen Umsatz von 142,1 Mrd. Euro.