

**Rede des Vorstandsvorsitzenden
Ola Källenius
anlässlich der ordentlichen Hauptversammlung der
Mercedes-Benz Group AG
Stuttgart, 03. Mai 2023**

Es gilt das gesprochene Wort!

Meine Damen und Herren!

Was kommt Ihnen als Erstes in den Sinn, wenn Sie an Klimaschutz denken? Probleme? Verbote? Verzicht?

Oder denken Sie an Chancen? Verbesserungen?
Wirtschaftlichen Aufbruch?

Vor gut sechs Wochen ist der neue Bericht des Weltklimarats der Vereinten Nationen erschienen. Der Vorsitzende des Weltklimarats, Hoesung Lee, nannte ihn eine „Botschaft der Hoffnung“.

Er sagte: „***Wenn wir jetzt handeln, können wir immer noch eine lebenswerte und nachhaltige Zukunft für alle sichern.***“

Hoesung Lee vermittelte einerseits ein Gefühl der Dringlichkeit.

Es ist ernst. Und die Zeit drängt.

Gleichzeitig war die Botschaft: **Es kann gelingen.**

Und er machte deutlich: Wissenschaft, Technologie und Kooperation sind wichtige Elemente der Lösung. Diese Überzeugung teilen wir bei Mercedes-Benz.

Dazu eine Zahl: 278.000 – so viele Patente wurden weltweit im vergangenen Jahr angemeldet. Ein Allzeithoch. Der Pionier- und Erfindergeist der Menschheit ist ungebrochen.

Das gilt auch für unsere Ingenieurinnen und Ingenieure.

Sie beweisen Tag für Tag: Innovation ist der Schlüssel für Erfolg.

Der Wandel zur CO₂-Neutralität fällt in eine Zeit großer geopolitischer Herausforderungen. Vor wenigen Tagen konnten wir etwa offiziell verkünden, dass wir unser Russlandgeschäft verkauft haben. Bereits kurz nach Kriegsbeginn hatten wir die Aktivitäten dort auf Eis gelegt.

Gleichzeitig geht unsere Hilfe für die Ukraine weiter: Mercedes-Benz spendet 14 Sprinter an Caritas und SOS-Kinderdörfer für ihre Ukraine-Hilfsaktionen.

Die Fahrzeuge haben einen Wert von rund einer Million Euro. Damit ergänzen sie die bisherigen Spenden unseres Unternehmens in Höhe von rund sechs Millionen Euro seit Anfang des vergangenen Jahres.

Die Folgen des Angriffs auf die Ukraine haben noch mal klar gemacht: Wir müssen unabhängiger werden von fossilen Energien.

Auch deshalb fühlen wir uns bei Mercedes-Benz dieser Aufgabe verpflichtet. Unsere nachhaltige Geschäftsstrategie weist uns den Weg in die Zukunft.

Dabei sind für eine gute Navigation drei Dinge entscheidend:

Erstens: eine präzise Standortbestimmung.

Zweitens: ein eindeutiges Ziel.

Drittens: die beste Route dorthin.

Ausgangspunkt

Fangen wir an mit unserem Ausgangspunkt: Wo stehen wir heute?

Gemeinsam haben wir Mercedes-Benz in den vergangenen Jahren erfolgreich weiterentwickelt.

Wir haben die wertvollste Luxus-Automobilmarke der Welt.

Unsere Produkte sind technologisch vorn und am Markt hochbegehrt.

Das führte zu starken Ergebnissen im vergangenen Jahr:

Wir haben die Pkw-Verkäufe um 5 Prozent gesteigert.

Bei den Vans war es ein Plus von 8 Prozent.

Der Umsatz erreichte 150 Milliarden Euro.

Das bereinigte EBIT stieg auf 20,7 Milliarden Euro.

Der Free Cash Flow auf 8,1 Milliarden Euro.

Für die Dividende schlagen wir 5 Euro 20 pro Aktie vor.

Auch im ersten Quartal 2023 haben wir gute Zahlen vorgelegt und die Erwartungen des Kapitalmarkts insbesondere beim Free Cash Flow übertroffen.

Wir sind als Unternehmen deutlich widerstandsfähiger geworden.

Gleichzeitig läuft die Transformation auf Hochtouren.

Darauf können wir im Mercedes-Team stolz sein.

Deshalb an alle, die dazu beigetragen haben: **Danke!**

Gleichzeitig gilt: Wir sind noch nicht am Ziel. Wir haben noch viel vor.

Damit bin ich beim nächsten Punkt: *Wo wollen wir hin?*

Ziel

Wir wollen die begehrtesten Autos der Welt bauen.

Dazu gehört auch in Zukunft das, was Mercedes stark gemacht hat.

Zum Beispiel Sicherheit, Komfort, Qualität und emotionales Design.

Neu hinzu kommt ein digitales Kundenerlebnis, welches das Auto noch stärker zum persönlichen Wohlfühlort macht. Und ein technologischer Führungsanspruch beim elektrischen Antrieb.

Wie schnell sich der Wechsel zum Elektroauto vollzieht, entscheiden am Ende natürlich unsere Kundinnen und Kunden.

Aber unsere Etappenziele sind ambitioniert:

Bis Mitte des Jahrzehnts sollen Elektroautos und Plug-in-Hybride bis zu 50 Prozent des Absatzes ausmachen.

Stand heute bedeutet Mitte des Jahrzehnts: 2026.

Bis 2030 wollen wir bereit sein, 100 Prozent elektrisch zu werden. Wo immer die Marktbedingungen es zulassen.

Und bis 2039 soll unsere Neuwagenflotte entlang der gesamten Wertschöpfungskette bilanziell CO₂-neutral werden.

Dabei stehen wir zu unserem Anspruch, auch in der Elektrowelt ein Unternehmen mit zweistelliger Marge zu sein und den Wert des Unternehmens langfristig zu steigern.

Dann können wir auch im nächsten Jahrzehnt ein guter Arbeitgeber bleiben. Und unserer Rolle in der Gesellschaft gerecht werden.

Damit bin ich bei der Frage:

Wie wollen wir unsere Ziele erreichen?

Unser Kurs bei Mercedes-Benz beginnt mit zukunftsweisenden Produkten.

Route

I. E-Mobilität

Aktuell haben wir inklusive der Modelle von AMG zehn vollelektrische Fahrzeuge im Angebot.

2022 hat Mercedes-Benz die Verkäufe vollelektrischer Autos mehr als verdoppelt. Und auch für dieses Jahr gehen wir von einer annähernden Verdoppelung aus.

Das erste Quartal lief gut:

Wir haben fast 90 Prozent mehr Elektroautos verkauft.

Insgesamt waren 10 Prozent des Pkw-Absatzes elektrisch.

Neu eingeführt haben wir den **EQE SUV**.

Er kommt auf eine Reichweite von fast 600 Kilometern nach WLTP.

Die Luftfederung garantiert ein einzigartiges Fahrgefühl auf beinahe jedem Terrain.

Und dank Hinterachslenkung ist der Wendekreis des SUV geringer als bei manchem Kompaktwagen. Bei Ausstattung und Komfort steht er dem EQS SUV in nichts nach.

Bei der IAA im September geben wir einen Ausblick auf das erste Modell unserer neuen MMA-Plattform.

Das Auto wird ein eindeutiges Bekenntnis: Die Kompakten bleiben auch in Zukunft wichtig für Mercedes-Benz. Sie werden noch attraktiver.

Bei den Vans haben wir bereits die gesamte Produktpalette elektrifiziert und damit einen strategischen Meilenstein erreicht.

Im Jahr 2022 konnten wir die Verkäufe unserer elektrischen Vans um 15 Prozent steigern. Im ersten Quartal 2023 um 22 Prozent.

Noch in diesem Jahr kommt der neue eSprinter auf den Markt. Bei Testfahrten kam er von Stuttgart nach München und zurück – 475 Kilometer mit nur einer Akkuladung.

Unsere nachhaltigen Fahrzeuge wollen wir auch nachhaltig produzieren.

Daher streben wir an, die CO₂-Emissionen in der Produktion bis 2030 deutlich zu senken. Und zwar um 80 Prozent gegenüber 2018.

Zusätzlich investieren wir auch in den Ausbau der Ladeinfrastruktur.

Für unsere Kundinnen und Kunden soll das Laden einfach und komfortabel sein. Wir arbeiten unter anderem daran, ein eigenes globales Netzwerk für Schnelllader zu errichten.

Noch in diesem Jahr nehmen wir in Nordamerika und Europa die ersten Ladepunkte in Betrieb. Bis zum Ende des Jahrzehnts sollen es 10.000 sein.

II. Top-End-Produkte

Wir wollen den Anteil elektrischer Autos steigern. Gleichzeitig wollen wir vor allem am oberen Ende des Marktes wachsen.

Beide Ziele vereint unser neuer **Mercedes-Maybach EQS SUV**.

Vor zwei Wochen haben wir Weltpremiere gefeiert. Der erste vollelektrische Maybach steht für automobiler Extraklasse im Zeitalter der Elektromobilität.

In diesem Auto verbinden sich Innovation, Handwerkskunst, Exklusivität und Nachhaltigkeit:

Hinterachslenkung und Luftfederung sorgen für höchsten Komfort beim Fahren.

Mit Unterstützung unserer Partner Burmester und Dolby Atmos verwandeln wir das Auto in einen Konzertsaal auf vier Rädern.

Wir verbauen recycelte Materialien und die Produktion erfolgt bilanziell CO₂-neutral in den USA.

Auf Wunsch gibt es die für Maybach typische, von Hand aufgebrachte Lackierung in zwei Farben.

Unsere traditionsreiche Marke Mercedes-Maybach ist damit elektrifiziert.

Bei der G-Klasse ist es nächstes Jahr soweit.

1979 haben wir den G auf die Straße gebracht. Die G-Klasse ist eine der am längsten gebauten Pkw-Modellreihen in unserer Geschichte. Damit das so bleibt, wird sie elektrisch.

Technologie und Antrieb werden Maßstäbe setzen in der elektrischen Ära.

Optional wird es zu einem späteren Zeitpunkt eine Batterie mit neuartiger Siliziumanoden-Chemie geben. Sie wird noch mehr Reichweite bringen.

Natürlich elektrifizieren wir auch unsere Performance-Marke AMG.

AMG steht für Höchstleistung, Fahrspaß und Dynamik.

Wer AMG fährt, erwartet das besondere Etwas.

Für die Elektrifizierung unserer Sportwagen entwickeln wir deshalb alles von Grund auf neu: die eigenständige Plattform AMG.EA, die speziellen Hochvoltbatterien und die einzigartige Antriebstechnologie.

AMG bleibt AMG – auch mit elektrischem Antrieb.

III. Software

Auch bei der Software sehen wir die Möglichkeit, uns vom Wettbewerb abzuheben.

Darum setzen wir auf ein eigenes Betriebssystem – und wir sind die Architekten.

Das System heißt MB.OS. Es wird das zentrale Nervensystem unserer Autos. Das Ziel ist ein herausragendes Kundenerlebnis.

Dazu werden neue Assistenzsysteme genauso beitragen wie Navigation, Entertainment und eine intelligente Ladeplanung.

Auto und Software müssen ideal ineinandergreifen. Das ist nur möglich durch den Zugriff auf alle Hard- und Software-Komponenten.

Wir kombinieren dabei die Expertise unseres Teams mit einer Auswahl der weltbesten Partner.

Zum Beispiel haben wir im Februar eine Partnerschaft mit Google bekanntgegeben. MB.OS wird aktuelle Navigationsdaten und Routenplanungs-Funktionen von Google nutzen.

Die sogenannte „Chip-to-Cloud-Architektur“ erlaubt zudem, die Software- und Hardware-Zyklen voneinander zu entkoppeln.

Das macht uns schneller in der Entwicklung.

Und durch laufende Updates wird ein Mercedes wie ein guter Wein:

Er wird immer besser.

Darin liegen neue Geschäftsmodelle. Und es eröffnet neue Möglichkeiten, das Kundenerlebnis zu personalisieren.

Dabei gilt: Die Privatsphäre und der Schutz der Daten unserer Kundinnen und Kunden haben höchste Priorität.

Einen Vorgeschmack auf all das bietet die neue E-Klasse.

Vor wenigen Tagen feierte sie Weltpremiere.

Mit dem MBUX Superscreen verfügt sie über ein neues Interieur. Gleichzeitig gibt sie einen Ausblick auf MB.OS. Damit ist die neue E-Klasse eine einzigartige Symbiose aus Hard- und Software.

Fest steht: Die besten Autos werden immer stärker an ihrem Digitalerlebnis gemessen. MB.OS ist eine wichtige Grundlage, um die Erwartungen unserer Kundinnen und Kunden zu übertreffen.

IV. Kapitalallokation & Kostendisziplin

Aus diesem Grund stecken wir Milliardenbeträge in die Digitalisierung auf allen Ebenen. Und in neue Technologien für das elektrische und automatisierte Fahren.

Bis 2026 fließen rund 60 Milliarden Euro in die Zukunft unseres Unternehmens.

Pro Fahrzeug investieren wir insgesamt mehr in Forschung und Entwicklung als jeder andere große Automobilhersteller. Allein in die deutschen Standorte fließen in den kommenden fünf Jahren mehr als elf Milliarden Euro.

Gleichzeitig fordern uns neue Wettbewerber heraus – mit teils drastisch schlankeren Strukturen.

Wir wissen: Innovationskraft basiert auch auf Finanzkraft. Profitabilität und Effizienz passen deshalb nicht nur zusammen – sie gehören zusammen.

Ohne die konsequente Arbeit an unseren Kostenstrukturen stünden wir heute nicht da, wo wir stehen. Und mit Blick nach vorn wird diese Aufgabe noch viel wichtiger.

Mit dem stetig wachsenden Anteil unserer Elektroautos am Gesamtabsatz geht eine strukturelle Herausforderung einher.

Denn die variablen Kosten der Elektroautos liegen bis auf Weiteres substanziell über denen der Verbrenner. Und der Großteil der Transformation steht noch vor uns.

Darüber hinaus steigt der allgemeine Kostendruck. Die Energiekrise hat eine Kosteninflation ausgelöst.

Gleichzeitig bleiben die Rohmaterialpreise auf einem hohen Niveau.

Auf der Erlösseite setzen wir auf das Prinzip „Marge vor Menge“: Profitabilität ist bei Mercedes wichtiger als Volumen. Wir wollen für hervorragende Produkte eine angemessene Preisgestaltung sicherstellen.

Dafür muss aber nicht nur unser Angebot überzeugen. Wir müssen unserer Verantwortung als Unternehmen umfassend gerecht werden. Moderner Luxus ist nachhaltig. Das erwarten immer mehr Kunden – und auch immer mehr Investoren.

V. Nachhaltigkeit

Deshalb spielen diese drei Buchstaben bei uns schon lange eine wichtige Rolle: ESG. Das steht für Umwelt, Soziales und gute Unternehmensführung.

Mercedes-Benz hat sich diesen Werten verschrieben. Sie versprechen langfristige Wertschöpfung. Was tun wir konkret? Ein paar Beispiele:

Unsere eigenen Werke laufen bilanziell CO₂-neutral und beziehen zu 100 % Grünstrom. Parallel dazu entwickeln wir uns zum Erzeuger von Energie. Über die nächsten Jahre installieren wir weltweit über eine halbe Million Photovoltaik-Module und planen einen Windpark.

Um Ressourcen möglichst effektiv zu nutzen, wollen wir den Wertstoffkreislauf schließen. Das Ende eines jeden Produkts soll der Anfang eines neuen werden.

Eine Recyclingfabrik geht dieses Jahr im badischen Kuppenheim an den Start. Anfang März war die Grundsteinlegung.

Die Batterie als Herzstück eines E-Autos enthält viele wertvolle Rohstoffe. Wir wollen sie zu mehr als 96 Prozent wiederverwerten.

Bei der Rohstoffgewinnung nehmen wir die gesamte Wertschöpfungskette in die Pflicht. Priorität haben der Schutz der Umwelt und die Wahrung der Menschenrechte.

Außerdem bauen wir unser soziales Engagement aus.

Mit Spenden finanzieren wir beispielsweise das Förderprogramm „beVisioneers“. Dadurch sollen nachhaltige Ideen junger Menschen umgesetzt werden.

Das Startkapital stammt aus der Auktion des Uhlenhaut Coupés.

Die Mercedes-Ikone wurde vor einem Jahr für 135 Millionen Euro versteigert. Damit ist es das wertvollste Auto der Geschichte. Und es ermöglicht viel Gutes.

Das Förderprogramm wird von einer gemeinnützigen Organisation umgesetzt. Beginn ist in wenigen Wochen.

Mit dabei sind junge Menschen aus Indien, Südafrika und Europa. Nach einer Aufbauphase sollen ab Mitte der Dekade bis zu 1.000 Menschen pro Jahr gefördert werden.

VI. Team

Innovations- und Gestaltungskraft wollen wir auch im Unternehmen noch stärker fördern. Denn um den technologischen Wandel erfolgreich zu gestalten, müssen wir uns selbst wandeln.

Über 65.000 Beschäftigte haben sich seit 2020 rund um Elektrifizierung und Digitalisierung weitergebildet.

Allein in Deutschland investieren wir bis 2030 mehr als 1,3 Milliarden Euro in die Qualifizierung unserer Beschäftigten.

Die Transformation sozialverträglich zu gestalten, ist unsere Aufgabe – als Arbeitgeber und als Gesellschaft. Wir wollen die Menschen mitnehmen und ihnen frühzeitig neue Chancen eröffnen.

Dieser Aufgabe stellen wir uns.

Auch in Zusammenarbeit mit dem Betriebsrat.

Für unsere Aufbau- und Powertrain-Werke haben wir etwa Zielbilder definiert, um den Standorten langfristige Perspektiven zu bieten.

In manchen Feldern schaffen wir auch neue Stellen.

Dabei kommt uns die Strahlkraft des Sterns zugute:

Eine sechsstellige Zahl an Bewerbungen ging 2022 bei Mercedes ein – allein in Deutschland.

Wir sind weltweit eine der zehn gefragtesten Adressen unter Ingenieurinnen und Ingenieuren.

Das gilt insbesondere auch im Software-Bereich. Hier haben wir inzwischen die 3.000 neu geschaffenen Stellen erfolgreich besetzt.

Sie treffen auf ein starkes, vielfältiges Team.

Menschen aus rund 150 Nationen arbeiten für dieses Unternehmen.

Und schon heute sind fast 25 Prozent unserer Führungskräfte Frauen. Unser Ziel für 2030 liegt bei 30 Prozent.

In der Pandemie haben wir gelernt, anders zu arbeiten.

Wir sind in vielem agiler und effizienter geworden.

Das wollen wir fortsetzen.

Aber es ist gut, dass man sich in einem globalen Unternehmen auch wieder begegnen kann.

In den vergangenen Monaten habe ich unsere Teams in den USA, in Indien und China besucht. Ich konnte mit vielen Menschen sprechen. Überall das gleiche Echo:

Wir haben eine herausragende Marke.

Wir bieten herausragende Technik.

Und wir haben ein herausragendes Team.

Schluss

Darauf bauen wir auf: Für die profitable, vollelektrische und softwaregetriebene Zukunft von Mercedes-Benz.

Wir sind noch nicht am Ziel.

Aber wir sind gut unterwegs.

Und wir freuen uns, wenn Sie uns auf diesem Weg weiter begleiten. Vielen Dank!
