

**Rede des Vorstandsvorsitzenden**

**Ola Källenius**

**anlässlich der außerordentlichen Hauptversammlung der Daimler AG**

**Stuttgart, 1. Oktober 2021**

**Es gilt das gesprochene Wort!**

- Liebe Aktionärinnen und Aktionäre, wir haben es gerade gesehen: Über 135 Jahre. Eine beeindruckende Historie.
- Aber diese Geschichte ist nicht das Ergebnis von Traditionsbewusstsein. Im Gegenteil: Unser Erfolg entsteht aus einem unermüdlichen Innovationsgeist. Eine bessere Zukunft durch bessere Technik. Das ist unser Ansatz.
- Der Mut, neue Wege zu gehen, zeichnet dieses Unternehmen aus. Von Anfang an. Er ist fester Bestandteil unserer Identität. Das wird immer so bleiben.
- Aber der Wandel beschleunigt sich. Und wir sind die, die das Tempo erhöhen.
- Wir sind überzeugt:
  - Die begehrtesten elektrische Luxus-Limousine ist heute ein Mercedes.
  - Der Aerodynamikweltmeister: ein Mercedes.
  - Das erste hochautomatisierte Serienauto: ein Mercedes.
  - Der Truck mit den innovativsten Assistenzsystemen: ein Mercedes.
  - Der erste Elektrobus mit Feststoffbatterie: ein Mercedes.
- Wir treiben den Wandel. Und wir haben noch so viel mehr vor. Deshalb sind wir hier zusammen. Wir gehen heute den nächsten Schritt.
- Aus Daimler werden zwei Unternehmen – stark und unabhängig. Pkw und Vans einerseits, Lkw und Busse andererseits. In diesem Zuge wollen wir Daimler Truck an die Börse bringen.
- Diesen Schritt haben wir intensiv geprüft und vorbereitet. Wir sind überzeugt: Er ist sinnvoll. Er schafft Mehrwert für alle Seiten – vor allem auch für Sie, liebe Aktionärinnen und Aktionäre.

- Was erwarten wir uns davon konkret?
  - Wir können uns stärker auf die jeweiligen Kundenbedürfnisse fokussieren.
  - Wir können die spezifischen Herausforderungen der Transformation noch konzentrierter angehen.
  - Wir gewinnen an Tempo, Flexibilität und Innovationskraft.
  - Wir stärken den unternehmerischen Freiraum.
  - Wir sorgen für klare Verantwortlichkeiten und Entscheidungsstrukturen.
  - Wir können Technologie- und Wachstumschancen noch gezielter nutzen.
  - Wir sichern bestehende Arbeitsplätze – und schaffen neue.
  - Wir können Partnerschaften gezielter eingehen.
  - Wir bieten ein klares Profil für Investorinnen und Investoren.
  - Und wir steigern den Unternehmenswert.
- Das alles ist zum Wohle Ihres Unternehmens. Es ist auch im Sinne unserer Kundinnen und Kunden sowie unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Auch sie werden von stärkeren Unternehmen profitieren.
- Es ist richtig, diese Neuaufstellung jetzt zu vollziehen: selbstbestimmt und aus einer Position der Stärke. Wir setzen damit das volle Potenzial beider Unternehmen frei. Wir können zwei unangefochtene Innovationsführer etablieren. Sie werden in beiden Industrien das Tempo vorgeben.
- Andere Kunden, anderes Geschäftsmodell, andere Rahmenbedingungen: Trucks und Pkw sind zwei völlig unterschiedliche Geschäfte.
- Auch technologisch gibt es wesentliche Unterschiede. Bei Pkw steht die Batterie im Mittelpunkt. Bei Trucks spielt auch die Brennstoffzelle eine wichtige Rolle.
- Aus all diesen Gründen führen uns verschiedene Wege in die Zukunft. Darum soll es heute gehen.
- Wie der Weg von Daimler Truck aussieht, wird Ihnen jetzt Martin Daum präsentieren.

- Vielen Dank, Martin. Daimler Truck steht vor einer neuen Zeitrechnung. Als eigenständiges Unternehmen. Mit mehr Schnelligkeit, Flexibilität und unternehmerischer Freiheit.
- Aber auch für Mercedes-Benz beginnt ein neues Kapitel. Mit vollem Fokus können wir die Chancen des Wandels noch besser nutzen.
- Die Ausgangslage ist gut. Wir haben das stärkste Produkt-Portfolio aller Zeiten. Und es wird zunehmend elektrisch.
- Alleine dieses Jahr haben wir vier neue elektrische Modelle präsentiert.
  - Anfang des Jahres kam der EQA. Der neue Einstieg in die Welt von Mercedes-EQ.
  - Im April haben wir unseren EQB vorgestellt. Er bietet Platz für bis zu sieben Passagiere. Nicht nur deshalb ist der EQB eine Ausnahmeerscheinung im Kompaktsegment.
  - Mit unserem EQS sind wir in eine neue Ära eingetreten. Dieses Auto ist ein Statement: für emissionsfreies Fahren und automobilen Luxus.
- Auf der IAA haben wir nachgelegt. Ein Beispiel: der neue EQE. Wir haben für Sie das Auto mitgebracht. Der EQE verbindet das stilvolle Design einer Limousine mit sportlicher Dynamik.
- Der EQE hat eine Reichweite von bis zu 660 Kilometern – absolute Spitze im Segment. 250 Kilometer lassen sich in weniger als 15 Minuten laden. Beeindruckend ist auch der Platz im Interieur.
- Vieles, was den EQS revolutionär macht, hat auch der EQE. Vom MBUX Hyperscreen über die neuesten Assistenzsysteme bis hin zu automatischen Türen. Im Frühjahr kommt das Auto zu den Händlern.
- Auf der IAA haben wir auch gezeigt: Wir stärken alle unsere Marken mit neuen Produkten.
- Die AMG-Version des EQS definiert Performance neu.
- Und das Concept EQG beweist: Geländetauglichkeit und Nachhaltigkeit sind keine Gegensätze. Die neue Definition unserer Ikone soll 2024 in Serie gehen.
- Die Nachfrage nach unseren Produkten ist hervorragend.

- Wir können aber gerade nicht alle Kunden zeitnah bedienen. Grund dafür sind die Engpässe bei Halbleitern. Das betrifft die gesamte Industrie.
- Wir arbeiten mit unseren Partnern daran, die Lage zu normalisieren.
- Aber auch nächstes Jahr wird der Halbleiter-Mangel noch spürbar sein.
- Wir tun alles, um die Wartezeit für unsere Kunden so gering wie möglich zu halten. Und die finanziellen Folgen für das Unternehmen.
- Wir sind finanziell schon deutlich widerstandsfähiger geworden. Diesen Weg setzen wir fort.
- Denn in der Transformation ist Disziplin bei den Kosten noch wichtiger. Mercedes-Benz soll auch in einer Elektro-Welt zweistellige Margen erzielen. Wir wollen weiter profitabel wachsen.
- Dann können wir uns auf unsere wichtigste Aufgabe konzentrieren: die begehrtesten Autos der Welt zu bauen.
- Dieses Auto ist ein gutes Beispiel. Mit dem *Concept Mercedes-Maybach EQS* geben wir einen Ausblick auf das erste elektrische Serienmodell von Mercedes-Maybach.
- Das Design ist futuristisch. Der Innenraum verspricht luxuriöses Reisen auf höchstem Niveau. Dieses Auto ist auch ein weiterer Beleg für unsere neu ausgerichtete Strategie.
- Mercedes-Benz hat einen klaren Kurs: Wir sind ein Autohersteller. Und wir sind stolz darauf.
- Unser Platz ist dabei am oberen Ende des Marktes. Mercedes-Benz ist eine Luxusmarke.
- Diese Position und unsere technologische Stärke nutzen wir, um den Wert des Unternehmens zu steigern.
- Unsere Strategie basiert auf sechs Säulen. Wir machen bei allen gute Fortschritte.
- Einer der wichtigsten Bausteine für unsere Zukunft ist der Führungsanspruch bei der E-Mobilität.

- Schon 2019 haben wir uns eindeutig positioniert: Mercedes-Benz wird CO<sub>2</sub>-neutral. Spätestens 2039. Mehr als ein Jahrzehnt früher, als es das Pariser Klimaabkommen erfordert.
- Jetzt ist es Zeit, nochmals deutlich zu beschleunigen: mit der noch schnelleren Elektrifizierung unserer Produkte.
- Die wichtigsten Märkte steuern in diese Richtung. Gerade im Luxussegment rückt die Wende näher. Deshalb haben wir im Juli die Weichen für eine noch schnellere Transformation gestellt.
- Bisher sollten Elektroautos und Plug-in Hybride 25 Prozent unseres Absatzes im Jahr 2025 ausmachen. Unser neues Ziel sind bis zu 50 Prozent. Das ist extrem anspruchsvoll.
- Bis zum Ende des Jahrzehnts werden wir bereit sein, vollständig umzustellen. Wo es der Markt zulässt, werden wir 100 Prozent elektrisch.
- Mit diesem strategischen Schritt haben wir in allen Bereichen konkrete Entscheidungen getroffen. Sie zeigen: Wir meinen es ernst. Wir haben einen umfassenden Plan.
- Bereits nächstes Jahr werden wir elektrische Optionen in all unseren Segmenten anbieten.
- 2025 gibt es für jedes Modell eine elektrische Alternative. Wir bringen drei rein elektrische Architekturen an den Start. Von da an werden alle neuen Architekturen elektrisch sein.
- Die Produktion von Batteriezellen fahren wir hoch. Weltweit errichten wir acht Zellfabriken. In Europa bündeln wir die Kräfte mit dem Unternehmen ACC. Gemeinsam bauen wir einen europäischen Champion auf.
- Unsere Pkw-Produktion bereiten wir ebenfalls auf die Fertigung von Elektroautos vor. Nachhaltige Autos werden wir dabei auch nachhaltig produzieren. Bis 2022 stellen wir alle Werke der Mercedes-Benz AG auf CO<sub>2</sub>-neutrale Produktion um.
- Bei der Transformation unseres Unternehmens geht es aber nicht nur um neue Produkte und Produktionslinien. Sie beginnt schon viel früher: bei uns selbst.

- Die Transformation von Mercedes-Benz gelingt nur, wenn wir uns auch als Team transformieren.
- Allein 2020 haben wir in Deutschland rund 20.000 Kolleginnen und Kollegen rund um die Elektromobilität geschult. Ich weiß: Die Leidenschaft unserer Ingenieurinnen und Ingenieure gilt dem technischen Fortschritt.
- Wir bauen neue Kompetenzen auf. Zum Beispiel bei der Entwicklung unseres künftigen Betriebssystem MB.OS. Wir verstärken unser Team um bis zu 3.000 neue Leute. 1.000 dieser Arbeitsplätze werden in Deutschland entstehen. Denn Software ist ebenfalls ein zentraler Teil unserer Strategie.
- Natürlich: Die Transformation ist auch mit schwierigen Entscheidungen verbunden. Wir brauchen zukunftsfähige Strukturen.
- Ich bin zutiefst davon überzeugt: Die Dekarbonisierung und die Digitalisierung führen zu den guten und sicheren Jobs von Morgen.
- Ich denke, es wird deutlich: Wir gehen die Transformation offensiv an. Wir verändern uns – in allen Bereichen. Auf allen Ebenen. Mit größter Motivation.
- Als ich Anfang der 90er Jahre bei Daimler angefangen habe, waren automatisiertes Fahren, emissionsfreie und voll vernetzte Fahrzeuge nur Visionen. Heute ist das alles Realität.
- Und wir werden noch viel größere Veränderungen sehen. Darin erkennen wir viele neue Chancen. Die wollen wir nutzen.
- Diese Haltung erhoffe ich mir auch von der künftigen Bundesregierung. Das gilt für jede mögliche Koalition. Wir brauchen effektiven Klimaschutz und eine starke Wirtschaft. Ein Signal des Aufbruchs.
- Für die Zukunft von Daimler ist klar: Trucks und Pkw stellen sich verschiedenen Anforderungen. Sie haben unterschiedliche technologische Lösungen. Und sie bedienen unterschiedliche Zielgruppen – auf Kunden- wie auf Investorenmenseite.
- Das Ziel eint uns: nachhaltige Fahrzeuge und eine Steigerung des Unternehmenswertes. Die Wege dorthin führen über unterschiedliche Routen. Deshalb ist es richtig, heute beiden Unternehmen mehr Eigenständigkeit zu ermöglichen.

- Lassen Sie uns die Zukunft so angehen, wie die Geschichte unseres Unternehmens begann. Mit dem Mut, neue Wege zu gehen. Das können wir am besten.
- Menschen auf der ganzen Welt sehen in diesem Stern so viel mehr als das Logo eines erfolgreichen Unternehmens. Dieser Stern erreicht nicht nur die Köpfe. Er erreicht die Herzen. Er schafft Vertrauen. Unser höchstes Gut.
- Die Menschen sehen in unserem Stern die innovativste Technik und die größte Sicherheit. Die besten Autos und Nutzfahrzeuge der Welt. Ein Ziel, für das es sich lohnt zu arbeiten. Das unermüdliche Streben nach Fortschritt und Erneuerung.
- Der Stern ist ein Versprechen. Und es ist unser Anspruch, dieses Versprechen immer wieder aufs Neue und immer besser einzulösen.
- Dieser Stern leuchtet künftig zweimal – und das so hell wie nie zuvor.
- Vielen Dank!

\*\*\*