

Rede

Dr. Dieter Zetsche

**Vorstandsvorsitzender
der Daimler AG
und Leiter Mercedes-Benz Cars**

**Daimler 2016: Von der Neuerfindung des Automobils
zur Neuerfindung unseres Unternehmens**

**Ordentliche Hauptversammlung der Daimler AG
Berlin**

6. April 2016

SPERRFRIST: 6. APRIL 2016, Redebeginn Dr. Dieter Zetsche

- Es gilt das gesprochene Wort -

Inhaltsverzeichnis

Einleitung	2
Weltweite Wachstumschancen	3
Effiziente Antriebe	4
Big Data und Autonomes Fahren	5
Vernetzung im Straßengütertransport	6
Digitalisierung der Wertschöpfungskette	6
Neue Geschäftsmodelle	7
Kulturwandel der Daimler-Mannschaft	7
Fazit	8

Einleitung

Sehr geehrte Aktionärinnen und Aktionäre,
 verehrte Aktionärs-Vertreterinnen und -Vertreter,
 meine Damen und Herren,
 herzlich Willkommen zur Hauptversammlung!

Sie wissen es längst: Hinter uns liegt das erfolgreichste Jahr in der Geschichte Ihres Unternehmens. Wir haben neue Bestwerte bei Absatz, Umsatz und Ergebnis erreicht. Dabei ist der Gewinn noch stärker gestiegen als der Umsatz. Das Wachstum war also sehr profitabel. Ohne Sondereffekte haben wir im Automobilgeschäft mit einer Rendite von 9,4 Prozent unsere Zielrendite von 9 Prozent übertroffen. Entsprechend ist auch unser Vorschlag für die Dividende mit 3,25 Euro auf einem Allzeithoch. Kein DAX-Unternehmen schüttet dieses Jahr mehr Geld an seine Aktionärinnen und Aktionäre aus als Daimler.

Bei Mercedes-Benz Cars haben wir zum ersten Mal mehr als zwei Millionen Autos verkauft und im laufenden Geschäft die Zielrendite von 10 Prozent erreicht. Bei Daimler Trucks haben wir wie versprochen geliefert und die Marke von 500.000 verkauften Lkw übertroffen. Ergebnis und Profitabilität konnten wir deutlich steigern. Auch bei Mercedes-Benz Vans gab es neue Rekorde bei Absatz, Umsatz und EBIT. Daimler Buses hat das Ergebnis ebenfalls leicht gesteigert – trotz der schwierigen wirtschaftlichen Situation zum Beispiel in Lateinamerika. Daimler Financial Services verbuchte Höchstwerte bei Neugeschäft und Vertragsvolumen. Die Eigenkapitalrendite lag bei 18 Prozent.

Möglich gemacht haben das unsere 284.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter mit ihrem unermüdlichen Einsatz. Dafür möchte ich mich bei allen Kolleginnen und Kollegen herzlich bedanken!

Meine wichtigste Botschaft an Sie, unsere Aktionärinnen und Aktionäre, lautet: Alle Anzeichen sprechen dafür, dass auch 2016 ein gutes Jahr für Daimler wird! Unsere Zahlen für das erste Quartal veröffentlichen wir in gut zwei Wochen. Für Mercedes kann ich schon sagen: Noch nie haben wir in einem ersten Quartal mehr Autos verkauft als 2016 – insgesamt über 483.000. Das ist ein Plus von rund 13 Prozent. Der Anstieg ist hauptsächlich auf die starke Nachfrage nach unseren Kompakten, dem neuen GLC und den lokal produzierten Fahrzeugen in China zurückzuführen. Die neue E-Klasse hat dazu noch nicht beigetragen. Erwartungsgemäß wird der Modellwechsel das Ergebnis kurzfristig belasten. Mit zunehmender Verfügbarkeit der neuen E-Klasse – und attraktiveren Wechselkursen – sind wir zuversichtlich: Im zweiten Halbjahr werden die Ergebnisse deutlich zulegen.

Ich will Ihnen aber heute nicht unsere Bilanz vorstellen. Das finden Sie in allen Einzelheiten im Geschäftsbericht. Ich möchte im Folgenden insbesondere über eine Grundhaltung sprechen, die gerade jetzt – in unserem 130. Jubiläumswahljahr – wichtiger ist denn je: Wir sind und bleiben Pioniere der Mobilität. Es geht darum, dass der Status Quo noch längst nicht die beste aller Welten ist. Es geht darum, die Chancen zu nutzen, die Veränderungen mit sich bringen.

In diesem Sinne haben wir in den vergangenen Jahren große Teile des Unternehmens erneuert:

- Erstens: Wir haben unser Kerngeschäft gestärkt – allen voran durch neue Produkte und eine neue Designsprache.
- Zweitens: Wir haben die Basis für globales Wachstum weiter ausgebaut – zum Beispiel durch ein flexibles, effizientes Produktionsnetzwerk und eine Neuaufstellung im Vertrieb.
- Drittens haben wir unseren Führungsanspruch in Sachen Technologie untermauert – gerade beim autonomen Fahren.
- Und viertens gilt: Auch wenn manche die Digitalisierung als Bedrohung für unsere Branche betrachten – wir sehen sie als größte Bereicherung seit der Erfindung des Automobils.

Das sind und bleiben die vier Säulen der Daimler-Strategie. Darauf basiert unser heutiger Erfolg. Jetzt stellen wir auf dieser Basis die Weichen für die Zukunft. Sie bietet für uns eine Fülle an neuen Chancen. Lassen Sie mich das an ein paar Beispielen festmachen.

Weltweite Wachstumschancen

Beginnen wir mit der Tatsache, dass Experten seit vielen Jahren das Ende des Wachstums voraussagen – gerade auch für die Automobilindustrie. Besonders in China sei der Boom vorbei. Richtig ist, dass in diesem Jahr global voraussichtlich mehr als 80 Millionen Neuwagen verkauft werden. Allein in China könnte der Markt 2016 um fast 2,5 Millionen Autos wachsen.

Das Land hat fast dreimal so viele Einwohner wie alle EU-Staaten zusammen. Die Fahrzeugdichte ist nach wie vor gering – zumindest außerhalb der Metropolen. Die Mittelschicht wächst. Deshalb ist China mittlerweile der größte Markt für Mercedes.

Für weiteres Wachstum dort sind zwei Dinge entscheidend: die richtigen Produkte und unsere lokale Produktion. Unser Produktangebot in China ist attraktiver denn je: 2015 sind 15 neue oder überarbeitete Modelle dazugekommen – viele davon speziell für den chinesischen Markt entwickelt. Außerdem werden inzwischen rund zwei Drittel unserer in China verkauften Autos im Land produziert.

Aber wir wachsen auch in vermeintlich gesättigten Märkten – ein Beispiel ist Europa: Hier haben wir im ersten Quartal 12 Prozent mehr Pkw verkauft als im Vorjahresquartal. Unser Marktanteil steigt seit zwei Jahren kontinuierlich. Weltweit ist Mercedes-Benz die wachstumsstärkste Premiummarke. Und damit das so bleibt, halten wir das Tempo unserer Modelloffensive hoch. 2016 führen wir zum Beispiel ein Dutzend neue oder überarbeitete Pkw-Modelle ein. Ein Beispiel ist das völlig neue GLC Coupé, das wir vor knapp zwei Wochen in New York vorgestellt haben.

Das Nutzfahrzeug-Geschäft ist zyklischer. In diesem Jahr etwa werden die Märkte in den für uns relevanten Regionen in Summe wohl zurückgehen. Die langfristigen Wachstumsaussichten sind aber gut. Großes Potenzial sehen wir für uns beispielsweise in Afrika. Vor ein paar Wochen haben wir in Nairobi und Johannesburg zwei Regionalzentren für Vertrieb und Service eröffnet. Von dort aus betreuen wir insgesamt 50 Länder. Auch auf den iranischen Markt werden wir zurückkehren. Unsere Nutzfahrzeuge genießen dort einen hervorragenden Ruf. Und nach dem Ende der Sanktionen besteht ein großer Nachholbedarf, vor allem für Lkws. Daneben werden wir unsere Position in den Kernmärkten Nordamerika und Europa weiter stärken.

Klar ist: Je mehr Autos und Nutzfahrzeuge auf den Straßen unterwegs sind, desto effizienter muss jedes einzelne angetrieben werden. Auch hier ist Erfindergeist mehr denn je gefragt.

Effiziente Antriebe

In letzter Zeit hat vor allem eine Technologie Schlagzeilen produziert: der Diesel-Antrieb.

Daimler hat diese Schlagzeilen nicht ausgelöst. Trotzdem gab es am Rande auch Vorwürfe, die unsere Produkte betreffen. Diese Vorwürfe weisen wir entschieden zurück. Hier noch mal die Fakten: Erstens: Unsere Fahrzeuge sind auf Basis der geltenden Rahmenbedingungen in den einzelnen Regionen zertifiziert und zugelassen. Zweitens: Im realen Fahrbetrieb können Abweichungen im Vergleich zu den zertifizierten Normwerten auftreten. Aber das ist keine Manipulation, sondern Folge der gesetzlich vorgeschriebenen Messverfahren, die auf Vergleichbarkeit angelegt sind. Wir unterstützen seit Jahren aktiv die Einführung von neuen Messverfahren. Ein Ziel dabei: Norm- und Realwerte möglichst nahe zusammenzubringen. Und wir arbeiten seit Jahren eng und konstruktiv mit den Behörden zusammen – unter anderem in Deutschland, Europa und USA.

Gleichzeitig arbeiten wir weiter an der Diesel-Technologie. Bei Mercedes glauben wir an den Diesel. Und an die Ingenieurskunst. Wenn der verkehrsbedingte CO₂-Ausstoß schon kurzfristig weiter sinken soll, sind Dieselmotoren unverzichtbar. Darum investieren wir insgesamt 2,6 Milliarden Euro in eine neue Generation von hocheffizienten Dieselmotoren.

Den Auftakt bildet der OM 654. Zugegeben: Der Name ist etwas sperrig. Aber wenn Ingenieure Dingen einen Namen geben sollen, dann geben sie ihnen Nummern.

Die wichtigsten Zahlen sind aber diese: Der Motor verbraucht selbst in einer Limousine der Oberklasse unter vier Liter pro hundert Kilometer. Er stößt 13 Prozent weniger CO₂ und deutlich weniger Stickoxide aus als unsere heute schon sehr effizienten Dieselmotoren.

Zuerst gibt es den Motor in der neuen E-Klasse. Später kommt er in einer Vielzahl von Baureihen zum Einsatz. Der hocheffiziente Verbrenner bleibt noch eine ganze Weile der wichtigste Hebel, um Verbrauch und Emissionen zu senken.

Genauso klar ist, dass auf lange Sicht dem Elektroantrieb die Zukunft gehört – trotz des historisch niedrigen Ölpreises. Deshalb investieren wir rund eine halbe Milliarde Euro in den Bau einer zweiten Batteriefabrik in Deutschland. Das ist ein Bekenntnis zur Elektromobilität. Und zum Standort Deutschland.

Ein Elektromotor ist verglichen mit einem modernen Benziner oder Diesel ein ziemlich einfaches Produkt. Die Batterie und deren Produktion sind dagegen komplex. Hier liegt die Möglichkeit zur Differenzierung. Deshalb behalten wir das Know-how dazu im Hause und bauen es aus. In der neuen Fabrik in Sachsen werden auch die Batterien für den stationären Einsatz produziert. Wir beginnen gerade damit, Batterien als Energiespeicher für private und industrielle Zwecke zu verkaufen.

Hauptsächlich bauen wir die Batterien aber natürlich für unsere eigenen Elektro- und Hybridautos. Bei smart etwa wird es alle Modelle auch mit elektrischem Antrieb geben. Die Markteinführungen beginnen Ende des Jahres. Bei Mercedes setzen wir verstärkt auf das Konzept Plug-in-Hybrid. 2017 werden wir zehn solche Modelle auf dem Markt haben. Darüber hinaus haben wir beschlossen, noch vor Ende des Jahrzehnts ein großes Elektroauto mit 500 Kilometern Reichweite auf den Markt zu bringen. Zugleich entwickeln wir eine Plattform, auf der man später mehrere Elektroautos aufbauen kann.

Für solche neuen Technologien gehen wir massiv in Vorleistung: 2015 haben wir bei Daimler 6,6 Milliarden Euro für Forschung und Entwicklung aufgewandt. Wir erhöhen diese Ausgaben nochmals deutlich: 2016 und 2017 investieren wir insgesamt 14,5 Milliarden Euro in Forschungs- und Entwicklungsprojekte, außerdem rund 14 Milliarden Euro in Sachanlagen.

Wir können das, weil wir die nötige Finanzkraft haben. Und wir tun das, um unsere Innovationskraft weiter zu stärken. So schaffen wir die Voraussetzungen für künftiges Wachstum. Ein beträchtlicher Teil der Mittel ist dabei vorgesehen für die Digitalisierung unserer Wertschöpfungskette. Ein wichtiges Stichwort heißt dabei: Big Data.

Big Data und autonomes Fahren

Besonders wenn man in Deutschland über Daten spricht, ist man sehr schnell bei Datenschutz, Datenmissbrauch und Datenklau. Oft stehen auch hier die Risiken im Fokus.

Wir müssen aber genauso intensiv darüber sprechen, welche Chancen der Einsatz von Daten bietet – insbesondere für das autonome Fahren.

Die Menge an Daten, die wir Menschen produzieren, verdoppelt sich alle zwei Jahre. Wissenschaftler sagen, das Datenvolumen könnte 2020 die unvorstellbare Zahl von 40 Billionen Gigabyte erreichen. Das ist eine Zahl mit zwölf Nullen. Die Frage ist: Was tun wir damit? Der Weg, um aus dem Datenberg sinnvollen Mehrwert für unsere Kunden zu machen, ist die Vernetzung.

Das menschliche Gehirn und das intelligente Auto verfahren nach der gleichen Logik: Beide sammeln Daten aus unterschiedlichen Quellen, um den Kontext richtig einzuordnen. Menschen nutzen dazu Augen, Ohren und andere Sinne. Bei Autos sind es Kameras, Radar und andere Sensoren. Der Unterschied besteht in der Verarbeitung der Informationen.

Ein Beispiel: Sie alle sitzen gerade auf einem Stuhl. Aber woher weiß Ihr Gehirn, dass es tatsächlich ein Stuhl ist? Und wie erkennen Sie einen Stuhl, der so aussieht? Oder so? Auf Basis unserer Lebenserfahrung wissen wir, dass das alles Stühle sind. Wir interpretieren Wahrnehmungen und Erfahrungen. Warum erzähle ich Ihnen das? Weil Autos bis dato kaum interpretieren können.

Wenn ein autonomes Fahrzeug beispielsweise darauf ausgelegt ist, strikt die Verkehrsregeln zu befolgen, dann wird es hinter einem in zweiter Reihe geparkten Wagen stehen bleiben. Wahrscheinlich für immer. Es wird niemals die Geduld verlieren. Es wird nicht über die durchgezogene Linie fahren. Wir Menschen hingegen sind zwar nicht immer so gut darin, Regeln zu befolgen. Aber wir sind lernfähig. Ein wirklich intelligentes Auto braucht beides: Das Auto muss die Regeln beherrschen. Und es muss eigene Schlüsse ziehen und eigene Entscheidungen treffen können. Schritt für Schritt werden wir das unseren Autos beibringen.

Und dabei sind die Daten, die im Straßenverkehr gesammelt werden, von unschätzbarem Wert. Wenn in nicht allzu ferner Zukunft Hunderttausende vernetzte Autos unterwegs sind, können sie sich dank Schwarmintelligenz gegenseitig trainieren. Mit der neuen E-Klasse machen wir den nächsten Schritt in diese Richtung. Sie folgt nicht nur dem Vordermann bis zu einem Tempo von 210 Stundenkilometern, steuert sich selbst in enge Parklücken, wechselt eigenständig die Spur, erkennt Fußgänger und Querverkehr und bremst im Notfall automatisch. Die neue E-Klasse ist auch das weltweit erste Serienauto mit Car-to-X-Kommunikation – also der Fähigkeit, mit anderen Autos und der Infrastruktur zu kommunizieren. Die Vernetzung schafft fantastische Möglichkeiten für die Zukunft der Mobilität – auch über das Auto hinaus. So können wir zum Beispiel den Transport von Waren und Gütern noch besser organisieren.

Vernetzung im Straßengütertransport

Der LKW-Verkehr ist das Rückgrat der Wirtschaft. In Europa übernehmen Trucks drei Viertel des inländischen Frachtverkehrs. Und das weltweite Transportvolumen steigt: Bis 2050 könnte es sich verdreifachen. Aber dafür ist das Logistik-Netzwerk nicht bereit. Es gibt zu viele Leerfahrten und zu viel Wartezeit beim Be- und Entladen, in Staus und auf Parkplätzen.

Ein Grund ist fehlende Echtzeit-Information. Der vernetzte Truck kann diese Information liefern. Das wird die Leistungsfähigkeit des Straßengüterverkehrs massiv erhöhen: Verschleiß wird der vernetzte Truck frühzeitig selbst entdecken und einen Termin in der Werkstatt vereinbaren.

Auch die Ladekapazität eines Lkw kann man viel effizienter nutzen: Plattformen für Mitfahrgelegenheiten gibt es schon lange. Künftig finden so auch Fracht und freie Ladekapazität zusammen. Und wenn vernetzte Trucks und Autos in Echtzeit Verkehrsinformationen austauschen, kann auch die Infrastruktur effizienter genutzt werden. Das heißt: weniger Zeitverlust, weniger Emissionen und mehr Sicherheit. Daimler ist die treibende Kraft bei dieser Entwicklung: Wir sind seit 15 Jahren mit Telematik-Lösungen im Markt. Mit FleetBoard und Detroit Connect haben wir bereits gut 365.000 Fahrzeuge weltweit vernetzt. Jetzt bauen wir dieses Geschäft aus: Bis 2020 investieren wir bei Trucks rund eine halbe Milliarde in das Thema Konnektivität.

Anfang März haben wir als erster Lkw-Hersteller weltweit einen so genannten Platoon auf eine deutsche Autobahn geschickt. Der Begriff beschreibt einen Verbund von mehreren Trucks, die über WLAN vernetzt sind, autonom fahren und so den Abstand auf der Autobahn drastisch reduzieren können. Was bringt das? Es verbessert die Aerodynamik und reduziert dadurch den Spritverbrauch. Es erhöht die Sicherheit. Und es schafft Raum: Denn drei Lkws brauchen als Platoon nur halb so viel Platz auf der Straße. Deshalb wollen wir das Konzept weiterentwickeln.

Aber es geht nicht nur um die Verbesserung unserer Produkte. Digitalisierung ist viel mehr. Sie betrifft die gesamte Wertschöpfungskette.

Digitalisierung der Wertschöpfungskette

Schauen wir in die Produktion. Viele Leute haben Angst vor intelligenten Robotern. Und ich verstehe natürlich, dass sich Menschen, die in der Industrieproduktion arbeiten, fragen: Werde ich bald nicht mehr gebraucht? Wir denken: doch! An unseren Fließbändern zum Beispiel hat die Automatisierung ihren Höhepunkt überschritten. Zum Teil fahren wir den Einsatz von Robotern sogar zurück. Der Grund: Wir bieten heute eine Vielzahl an Modellen, Varianten und Optionen an. Das erfordert Flexibilität in der Produktion. Und da stoßen Roboter an ihre Grenzen. Die Erfahrung, Kreativität und Flexibilität der Menschen bleiben in der Autoproduktion unersetzlich.

Trotzdem werden Roboter weiter eine wichtige Rolle spielen – nur in deutlich engerem Kontakt mit den Mitarbeitern. Heute wird ein Montageschritt in der Regel entweder von Mitarbeitern oder von Robotern erledigt. Künftig arbeiten bei uns Roboter und Mensch Hand in Hand zusammen. So kommt beides zum Tragen: die kognitive Überlegenheit des Menschen und die Kraft und Präzision der Roboter.

Oder nehmen wir den digitalen Entwicklungsprozess. In den 1970er Jahren waren Computerdarstellungen mit 1000 Elementen eine große Sache. Ein Jahrzehnt später waren es 25 Mal so viele. Heute kommen wir auf bis zu 80 Millionen Elemente. Dadurch können wir ein neues Auto schon in einer frühen Entwicklungsphase als digitalen Prototypen exakt beschreiben. Bevor ein neues Auto auch nur in die Nähe unseres Windkanals kommt, hat es also bereits viele Testläufe als Datenmodell durchlaufen.

Trotzdem setzen wir nach wie vor auf das härteste Messverfahren überhaupt: die Leidenschaft unserer Ingenieurinnen und Ingenieure. Die wenigsten Kunden werden ihren Mercedes durch die Wüste oder über den Eisseer jagen. Aber wir stellen sicher, dass Sie es könnten. Sie sehen: Unseren kompromisslosen Anspruch an Qualität geben wir nicht auf. Ich verspreche Ihnen: Ein Mercedes bleibt auch in Zukunft ein Mercedes. Aber wir werden unser Kerngeschäft Schritt für Schritt erweitern, um individuelle Mobilität vernetzter zu machen. Auch auf diesem Gebiet macht sich Pioniergeist bezahlt.

Neue Geschäftsmodelle

In den vergangenen Jahren haben wir unsere Mobilitätsangebote massiv ausgebaut: car2go ist in kurzer Zeit zum weltweit führenden Carsharing-Unternehmen geworden. Und mit unserer App moovel findet und bucht man die jeweils beste Verbindung von A nach B. mytaxi ist ein weiterer Baustein dieser Strategie. Mit der App können Sie ein Taxi bestellen und live auf dem Smartphone verfolgen, wo es gerade ist. Bezahlt wird ebenfalls per Smartphone, die Quittung kommt als E-Mail. Am Ende kann man die Fahrt bewerten.

Inzwischen wird mytaxi in 40 Städten Europas genutzt. Und die Erfahrung zeigt: Wer es einmal ausprobiert hat, bleibt in der Regel dabei. Alleine 2015 hat sich die Zahl der Fahrten verdreifacht. Der Trend dürfte anhalten: Seit drei Wochen ist mytaxi in Deutschland und Spanien Partner von Google Maps. Wer dort eine Route plant, bekommt jetzt auch angezeigt, wie lange ein Taxi für die Strecke braucht und wie viel das kostet. Den Fahrern bringt die App vor allem zusätzliche Touren. Damit ist mytaxi keine Bedrohung, sondern eine Chance für das Taxigewerbe. Das ist uns wichtig, denn Taxi und Mercedes – das gehört zusammen.

Ein anderes Beispiel für zusätzliches Wachstum ist das Fernbus-Geschäft. Mit der Liberalisierung hat sich Anfang 2013 in Deutschland in nur wenigen Monaten ein komplett neuer Markt etabliert. Letztes Jahr wurde die Marke von 20 Millionen Fahrgästen geknackt.

Als führender Bushersteller haben wir diese Entwicklung von Beginn an genutzt. Und das hat sich ausgezahlt: 55 Prozent der Fernbusse sind aus dem Hause Daimler.

Kulturwandel in der Daimler-Mannschaft

Liebe Aktionärinnen und Aktionäre,
ich habe eingangs von einer Grundhaltung unseres Unternehmens gesprochen. Diese Haltung kann man nicht verordnen, aber man kann sie fördern. Und darauf möchte ich zum Schluss noch kurz eingehen. Wenn ich junge Kolleginnen und Kollegen frage, wie sie Daimler nach den ersten Monaten finden, dann sagen sie oft: „Daimler ist ein toller Arbeitgeber“. Stimmt ja auch. Wenn man dann aber konkreter nachfragt, hört man manchmal zwei Dinge. Erstens: Es gibt schon noch Punkte, die nicht sein müssten: von manchen Hierarchien über die Abstimmungsschleifen bis zu der Vielzahl von Regeln und Prozessen. Wir sind mehr denn je entschlossen, das zu ändern. Die Aspekte unserer Unternehmenskultur, die uns noch unnötig bremsen, werden hinterfragt.

Es ist zum Beispiel Zeit für eine neue Führungskultur. Und die beginnt mit einer neuen Herangehensweise: Die Impulse kommen aus einem Team aus internationalen Kolleginnen und Kollegen aller Bereiche und Rangstufen. Unsere Hierarchie-Struktur, die Meeting-Kultur, die Leistungsbewertung – alles kommt auf den Prüfstand. Die einzige Vorgabe dazu: Es gibt keine Vorgabe. Und ich bin gespannt, welche Möglichkeiten sich daraus für Daimler in Zukunft noch ergeben.

In einem Punkt unserer Unternehmenskultur gibt es aber aus meiner Sicht keinen Grund für einen Wandel. Das ist die zweite Rückmeldung, die ich gerade von neuen Kolleginnen und Kollegen immer wieder höre: Was alle Herausforderungen mehr als aufwiegt, ist die Möglichkeit, mit unglaublich talentierten und engagierten Leuten zusammenzuarbeiten. Und dieses Engagement geht weit über den Job hinaus: Der Leiter der Transportlogistik unseres Werks in Untertürkheim fährt zum Beispiel Lkw-Touren für „StarCare“. Die Erlöse dieser Hilfsinitiative kommen sozialen Projekten in der Region zugute. Eine Kollegin aus der Technologiefabrik in Sindelfingen engagiert sich für Bildung und Gesundheit in Nepal.

Und viele Kolleginnen und Kollegen engagieren sich bei der Bewältigung einer der größten Herausforderungen dieser Zeit: dem Thema Flüchtlinge.

Ich weiß, dazu gibt es unterschiedliche Meinungen. Unstrittig ist aber: Wir müssen bei den Ursachen ansetzen und vor Ort helfen. Genau deshalb haben wir bereits den vierten Daimler-Hilfskonvoi für syrische Flüchtlinge gestartet. Der Konvoi mit 250 Tonnen Hilfsgütern ist vor wenigen Wochen in der Südtürkei eingetroffen. In Deutschland haben wir im November ein Brückenpraktikum gestartet, um Flüchtlingen den Weg in den Arbeitsmarkt zu ebnen. Und es funktioniert: Fast alle Teilnehmer haben nach Ende des Praktikums einen Job gefunden. Auch das verdanken wir nicht zuletzt dem Einsatz der betreuenden Kolleginnen und Kollegen. Und darauf bin ich stolz. Denn die Basis für die Werte, die wir bei Daimler schaffen, sind die Werte, die wir teilen.

Fazit

Sehr geehrte Aktionärinnen und Aktionäre,
die Schlagzeilen zu Daimler sind derzeit überwiegend positiv – und unsere Ergebnisse rechtfertigen das. Umso mehr geht es nun darum, hungrig zu bleiben. Früher haben wir bei Daimler mitunter dazu tendiert, uns nach einer besonders starken Phase zurückzulehnen. Aber heute ist davon nichts zu spüren. Wir wissen, dass noch einiges zu tun ist: Wir wollen mit Mercedes bis spätestens 2020 wieder an die Spitze. Das ist heute viel wahrscheinlicher als vor vier oder fünf Jahren. Gleichzeitig arbeiten wir weiter konzentriert an der strukturellen Optimierung unseres Geschäfts. Mindestens genauso wichtig sind aber die kulturellen Veränderungen im Unternehmen. Und dabei ist unser Anspruch klar: Vor 130 Jahren haben wir das Auto erfunden. Heute treiben wir die Neuerung voran. Und dafür erfinden wir uns auch selbst neu. Ich würde mich freuen, wenn Sie uns auf diesem Weg auch in Zukunft begleiten.

Vielen Dank!

* * *

Vorausschauende Aussagen: 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 Zunahme der politischen Spannungen in Osteuropa, eine Verschlechterung unserer Refinanzierungsmöglichkeiten an den Kredit- und Finanzmärkten, unabwendbare Ereignisse höherer Gewalt wie beispielsweise Naturkatastrophen, Terrorakte, politische Unruhen, kriegerische Auseinandersetzungen, 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 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.