

Rede des Vorstandsvorsitzenden

Ola Källenius

anlässlich der ordentlichen Hauptversammlung der

Mercedes-Benz Group AG

Stuttgart, 08. Mai 2024

Es gilt das gesprochene Wort!

Intro

Meine Damen und Herren!

Herzlich willkommen zur Hauptversammlung.

Vor gut zwei Wochen haben wir sie präsentiert:
die elektrische G-Klasse¹.

Der G ist eine automobiler Legende. Alle kennen ihn. Die Meisten bewundern ihn.
Wir hatten einen klaren Anspruch: Der elektrische G soll im Gelände genauso gut sein
wie seine Vorgänger.

Ich kann Ihnen aus persönlicher Erfahrung sagen: Dieses Auto ist phänomenal.
Es ist die beste G-Klasse, die ich je gefahren bin.

Mit der elektrischen G-Klasse schreiben wir die Geschichte dieser Baureihe fort.
Und machen sie fit für die Zukunft.

In 45 Jahren hat die Baureihe auf der ganzen Welt viele Fans gewonnen. Einer von
ihnen: Bernd Pischetsrieder.

Würdigung Bernd Pischetsrieder

Ich weiß, lieber Bernd, als BMW-Chef hast Du die G-Klasse nicht unbedingt gemocht.
Bei Vergleichsfahrten gegen sie anzutreten, ist auch hart.

Seit Du im Aufsichtsrat von Mercedes bist,
kannst Du Deine Begeisterung endlich offen zeigen.

Lieber Bernd, diese Hauptversammlung ist die letzte, die Du leitest. 2021 hast Du als
Aufsichtsratsvorsitzender übernommen.

Also inmitten der strategischen Neuaufstellung.
Und inmitten großer externer Herausforderungen.

¹ Mercedes-Benz G 580 mit EQ-Technologie (Energieverbrauch kombiniert: 30,3-27,7 kWh/100 km | CO₂-Emissionen kombiniert: 0 g/km | CO₂-Klasse: A)

Auf Deinen Rat konnten wir im Vorstand immer zählen. Auf Deinen großen Erfahrungsschatz. Und Deinen strategischen Weitblick.

Du hast an der Spitze aller großen deutschen Automobilunternehmen gearbeitet.

Und der Stern krönt nicht nur unsere Autos. Sondern auch Deine beeindruckende Laufbahn. Karrieren wie Deine sind selten. Menschen wie Du sind selten.

Lieber Bernd, vielen Dank für alles, was Du für Mercedes-Benz getan hast!

Gleichzeitig freuen wir uns auf die Zusammenarbeit mit Martin Brudermüller.

Er hat die deutsche Wirtschaft in den vergangenen Jahrzehnten entscheidend mitgeprägt. Auch in unserem Aufsichtsrat wirkt er seit Jahren mit.

Künftig wird er sich noch stärker für Mercedes-Benz engagieren. Lieber Martin Brudermüller, das ist eine sehr gute Nachricht.

Für das gesamte Mercedes-Team. Und auch für Sie, liebe Aktionärinnen und Aktionäre.

Wir alle sind fest entschlossen, Mercedes-Benz dauerhaft erfolgreich aufzustellen.

Dabei ist es besonders in Zeiten großer Veränderung wichtig, seine Identität zu kennen. Und sein Handeln daran auszurichten.

Das gilt bei der Entwicklung neuer Fahrzeuge.

Es gilt aber auch für das Unternehmen als Ganzes.

Deshalb möchte ich gerne der Frage nachgehen:

Was macht heute Mercedes-Benz zu Mercedes-Benz?

Oder anders gefragt: **Warum sind wir optimistisch für die Zukunft Ihres Unternehmens?**

Gesunde Bilanz

Legen wir los! **Eine gesunde Bilanz macht Mercedes-Benz zu Mercedes-Benz.**

Darauf können wir aufbauen.

2023 haben wir knapp 2,5 Millionen Fahrzeuge verkauft.

Der Absatz unserer Elektroautos wuchs um 61 Prozent.

Der Konzernumsatz stieg um zwei Prozent auf 153,2 Milliarden Euro. Das Ergebnis vor Zinsen und Steuern erreichte 19,7 Milliarden Euro.

Die bereinigte Umsatzrendite bei den Pkw lag bei 12,6 Prozent. Bei den Vans waren es 15,1 Prozent. Die bereinigte Eigenkapitalrendite von Mobility betrug 12,3 Prozent.

Durch den Fokus auf Top-Produkte und unsere Kostendisziplin haben wir einen Free Cash Flow von 11,3 Milliarden Euro erreicht. Das sind fast 40 Prozent mehr als im Vorjahr.

Sie wissen: Die Lieferketten waren eingeschränkt.

Es gab große geopolitische Unsicherheit.

Makroökonomisch herrscht Gegenwind.

Trotz dieser Schwierigkeiten haben wir das zusammen geschafft. Die Leistung der Mercedes-Mannschaft macht mich stolz. Danke an alle meine Kolleginnen und Kollegen!

Noch deutlicher wird die erfolgreiche Entwicklung Ihres Unternehmens, wenn man die letzten Jahre betrachtet:

Seit 2019 stieg der durchschnittliche Erlös pro Fahrzeug bei Mercedes-Benz Cars um 46 Prozent. Wir setzen mehr besser ausgestattete Fahrzeuge ab. Und wir achten auf Wertstabilität für unsere Kunden.

Die Fixkosten sanken im gleichen Zeitraum um 16 Prozent.

Zwischen 2020 und 2023 hat das Unternehmen 35,6 Milliarden Euro Free Cash Flow erwirtschaftet. Bis Ende 2023 stieg die Nettoliquidität des Industriegeschäfts auf 31,7 Milliarden Euro.

Sie haben Geld in Mercedes-Benz investiert.

Wir wollen, dass sich das lohnt:

Unsere attraktive Dividenden-Politik soll Ihnen auch künftig verlässliche Ausschüttungen sichern.

Und Sie können von unserer neuen Aktienrückkauf-Politik profitieren. Wie bisher schon sollen circa 40 Prozent des Konzernergebnisses als Dividenden ausgeschüttet werden. Künftig soll der Free Cash Flow des Industriegeschäfts nach M&A-Transaktionen, der darüber hinausgeht, zur Finanzierung von Aktienrückkäufen verwendet werden.

So sollen der Gewinn und die Dividende je Aktie positiv beeinflusst werden.

Der heutige Vorschlag für die Dividende beträgt 5 Euro und 30 Cent. Das spiegelt die soliden Ergebnisse wider. Und es zeigt, dass sich bereits die aktuellen Aktienrückkäufe positiv auf den Wert jeder einzelnen Aktie auswirken.

Der Total Shareholder Return hat sich seit der Hauptversammlung 2019 mehr als verdoppelt.

Das ist gut. Aber Mercedes kann noch mehr. Für eine weitere Steigerung des Unternehmenswerts sind zwei Dinge entscheidend:

- nachhaltiger finanzieller Erfolg
- und ein klarer Plan für die Zukunft.

Darum geht es als nächstes.

Ambitionierte Strategie

Unsere ambitionierte Strategie macht Mercedes-Benz zu Mercedes-Benz.

Bis 2039 wollen wir eine bilanziell CO₂-neutrale Neuwagenflotte. Über die gesamte Wertschöpfungskette hinweg.

Deshalb setzt Mercedes-Benz strategisch auf null Emissionen. Das steht fest.

Die Transformation könnte aber länger dauern als gedacht.

Deshalb sind wir auf alle Marktszenarien vorbereitet.

Wir schaffen die Voraussetzungen, um vollelektrisch zu werden.

Aber viele Faktoren beeinflussen das Tempo der Transformation. Zum Beispiel der Ausbau der Ladeinfrastruktur.

In den kommenden Jahren wird es beides geben:

Elektroautos und hochmoderne, elektrifizierte Verbrenner.

Wenn die Nachfrage da ist, bis deutlich in die 2030er-Jahre.

Wir halten alle relevanten Antriebe auf dem neuesten Stand.

Und dann entscheidet der Kunde. Wir werden für jeden Wunsch den perfekten Mercedes bauen.

Unsere Werke haben wir flexibel aufgestellt.

So können wir Verbrenner neben Elektroautos bauen.

Und schnell auf den Markt reagieren.

Der Stern auf unseren Autos ist unser Versprechen:

Ein Mercedes ist ein Mercedes – unabhängig vom Antrieb.

Der Fokus liegt dabei weiter auf dem oberen Ende der Segmente, in denen wir unterwegs sind.

Unsere Top-Modelle waren auch 2023 hoch begehrt.

Der Marktanteil der S-Klasse lag bei rund 50 Prozent in allen wichtigen Regionen.

Der Absatz der G-Klasse stieg um elf Prozent.

Mercedes-Maybach ist sogar um 19 Prozent gewachsen.

Und auch AMG konnte ein Plus von vier Prozent verzeichnen.

Dieses Jahr stärken wir unser Portfolio gezielt.

Das bringt mich zum dritten Punkt.

Faszinierende Produkte

Faszinierende Produkte machen Mercedes-Benz zu Mercedes-Benz. Das wird immer so bleiben.

Unser Produktportfolio ist jünger und technologisch fortschrittlicher als je zuvor.

Bestes Beispiel: Der überarbeitete EQS.

- Noch mehr Technologie sorgt für noch mehr Reichweite.
- Der Hyperscreen ist künftig Serie.
- Wir haben für die Rückbank neue Executive-Sitze entwickelt.
- Auf Wunsch hat er einen stehenden Stern auf der Haube.
- Seit Ende April ist er bestellbar.

Ebenfalls bereits erhältlich: Der Mercedes-Maybach EQS SUV². Gestartet ist er in den USA. Gefolgt von der Verkaufsfreigabe in Europa. Und auch in China werden in diesen Tagen die ersten Fahrzeuge an Kunden übergeben.

Für unsere Kunden dort haben wir auch die neue E-Klasse mit langem Radstand entwickelt. In China für China.

China als wichtigster Markt steht bei uns weiterhin im Fokus. Wir werden dort allein in diesem Jahr 15 neue Modelle einführen. Sie sind speziell auf die Bedürfnisse unserer chinesischen Kundschaft zugeschnitten.

In China nutzen wir noch stärker die Dynamik der automobilen Entwicklung. Wir haben unser Forschungs- und Entwicklungsnetzwerk sowie unsere technologischen Partnerschaften deutlich ausgebaut.

Mit China-Tempo und Mercedes-Standards können wir auch in Zukunft sehr erfolgreich sein.

Wettbewerbsfähige Produkte sind der Schlüssel.

Auch bei Mercedes-Benz Vans.

Dort haben wir 2023 den bislang besten Absatz erreicht.

Unsere elektrischen Vans legten um mehr als 50 Prozent zu. Auch dieses Jahr sind wir dank neuer Modelle hervorragend aufgestellt.

Seit dem Frühjahr sind der neue Sprinter und der neue eSprinter erhältlich – erstmals auch in den USA. Bei allen mit an Bord: unser bekanntes MBUX-System.

² Mercedes-Maybach EQS 680 SUV (Energieverbrauch kombiniert: 24,1-22,0 kWh/100 km | CO₂-Emissionen kombiniert: 0 g/km | CO₂-Klasse: A)

Unsere mittelgroßen Vans haben ein runderneueres Angebot:
eVito und Vito sowie EQV und V-Klasse.

All diese Fahrzeuge zeigen: Wir möchten das Besondere bieten. Jedes neue Produkt beinhaltet die Kreativität, das Know-how und die Passion unserer Ingenieurinnen und Ingenieure. Tausende Details und Arbeitsstunden. Die sind gut investiert.

Spitzentechnologie

Denn: **Spitzentechnologie macht Mercedes-Benz zu Mercedes-Benz.**

Das ist mein vierter Punkt.

Was beim Elektroantrieb technisch möglich ist, zeigt der Vision EQXX.

Vor kurzem hat unser Team eine neue Rekordfahrt absolviert.

Über 1.000 Kilometer in der arabischen Wüste.

Mit nur einer Batterieladung. Der Stromverbrauch lag bei 7,4 Kilowattstunden pro 100 Kilometer.

Die zugrundeliegende Technologie findet Schritt für Schritt den Weg in die Serie.

Einen Ausblick haben wir mit dem Concept CLA gegeben. Seine Reichweite liegt bei mehr als 750 Kilometern. Und das bei einem Energieverbrauch von rund 12 Kilowattstunden pro 100 Kilometer. Das kommt umgerechnet dem „Ein-Liter-Auto“ nahe.

Die Serienversion des CLA feiert nächstes Jahr ihre Premiere.

Wir verbessern kontinuierlich die Batterietechnologie und die Effizienz des elektrischen Antriebsstrangs.

Das Ziel: höhere Energiedichte, gesteigerte Ladeleistung und geringerer Energieverbrauch.

Mit unserem neuen eCampus in Stuttgart-Untertürkheim verstärken wir die Forschung und Entwicklung für künftige Batterien. In wenigen Monaten eröffnen wir eine Fabrik zur Kleinserienfertigung von Batteriezellen.

Gleichzeitig arbeiten wir an den Kosten für Batterien. Wir wollen sie in den nächsten Jahren um mehr als 30 Prozent senken.

Die Zukunft von Mercedes wird nicht nur elektrisch.

Sie wird auch digital.

Unser Betriebssystem MB.OS bildet dabei das digitale Rückgrat unserer zukünftigen Fahrzeuge.

MB.OS werden wir erstmals mit dem neuen CLA auf den Markt bringen. Unsere Teams arbeiten mit vollem Einsatz. Wir befinden uns in der finalen Testphase des Systems.

Unsere Software-Kompetenz kann man mit unseren Assistenzsystemen schon länger im Alltag erleben.

Seit zwei Jahren bieten wir unseren DRIVE PILOT an. Unter bestimmten Bedingungen können Sie das Steuer ans Auto übergeben. Damit befinden wir uns nun auf Stufe 3 von 5 auf dem Weg zum autonomen Fahren. In Deutschland wollen wir noch dieses Jahr eine intelligente Weiterentwicklung vorstellen. Und die mögliche Geschwindigkeit auf rund 90 Kilometer pro Stunde erhöhen.

Dabei hat Sicherheit für Mercedes-Benz Priorität.

Das zeichnet alle Fahrzeuge mit dem Stern aus.

Das haben wir eindrucksvoll bewiesen: mit dem weltweit ersten öffentlichen Frontal-Crashtest mit zwei Elektroautos.

Der Test war erfolgreich:

- Die Fahrgastzellen blieben intakt.
- Ebenso die Batterie.
- Die Türen ließen sich öffnen.
- Die Hochvoltsysteme schalteten sich automatisch ab.

Für jede Modellserie führen wir bis zu 15.000 digitale und 150 reale Unfallversuche durch. Unsere eigenen Mercedes-Anforderungen übertreffen vielfach die gesetzlichen Vorgaben.

Wir haben bewiesen, dass wir in der Lage sind, Röntgentechnologie auch bei einem Crashtest einzusetzen. Und das als erster Fahrzeughersteller.

Sicherheit ist Teil unserer DNA.

Denn wir richten unser Denken und Handeln an den Menschen aus, die unsere Autos kaufen und fahren.

Kundenerlebnis

Wo immer sie unserer Marke begegnen, sollen sie spüren:

Sie stehen im Mittelpunkt.

Das Kundenerlebnis macht Mercedes-Benz zu Mercedes-Benz. Damit bin ich bei meinem fünften Punkt.

Wir gestalten zum Beispiel unsere Verkaufsräume weltweit neu. Bei fast einem Drittel der Standorte ist dies bereits geschehen. In den nächsten drei bis vier Jahren sollen es über 90 Prozent werden.

Auch im persönlichen Kontakt wollen wir unser Markenversprechen einlösen. Aktuell trainieren wir unsere Vertriebs- und Werkstatt-Partner in einem Programm namens „The Mercedes Way“. Wir möchten, dass unsere Kunden besondere Mercedes-Momente erleben können.

Zusätzlich erweitern wir unser globales Netzwerk an exklusiven Standorten. Vor kurzem ist so ein Ort in Dubai hinzugekommen.

Was dort geschaffen wurde, ist außergewöhnlich. Aber es soll nicht einzigartig sein. Im Gegenteil: Wir wollen an vielen Orten der Welt so präsent sein.

Für maximalen Komfort und volle Transparenz beim Autokauf rollen wir unseren Direktvertrieb weiter aus.

Mittlerweile machen wir über 50 Prozent unseres Absatzes in Europa über den Direktvertrieb. Wir werden diesen Weg konsequent weitergehen.

Das Gleiche gilt für den Ausbau unserer Online-Stores.

Über 40 Märkte sind schon dabei.

Die Rückmeldungen sind ausgesprochen positiv.

Entscheidend für das elektrische Produkterlebnis ist auch das Laden. Deshalb bauen wir unter anderem unser eigenes Schnellladenetz auf. Bis Ende des Jahrzehnts wollen wir rund 10.000 Ladepunkte in unseren Kernmärkten errichten.

In den USA, China und Europa sind die ersten Stationen bereits in Betrieb. Wir wollen unseren Teil dazu beitragen, dass der „Systemwechsel“ in der Mobilität gelingen kann.

Verantwortung

Denn wir nehmen unsere Verantwortung ernst.

Auch das macht Mercedes-Benz zu Mercedes-Benz.

Mittlerweile bieten wir zehn vollelektrische Modelle an. Das ist eines der breitesten Angebote im Markt.

Auch in unserer Produktion sollen die Emissionen weiter sinken:

Wir arbeiten daran, deren CO₂-Ausstoß bis zum Ende des Jahrzehnts um 80 Prozent zu reduzieren.

Zu unserem Plan gehören zwei Windparks. Und der Ausbau von Photovoltaik an unseren weltweiten Standorten.

Unsere Lieferkette gestalten wir ebenfalls nachhaltiger:

Wir beziehen vermehrt CO₂-reduzierten Stahl. Dieser Stahl wird mit Ökostrom hergestellt. Und er enthält einen hohen wiederaufbereiteten Anteil. Gleiches gilt für Aluminium.

Wir wollen den Anteil von wiederaufbereiteten Rohstoffen in unserer Flotte erhöhen. Bis 2030 soll er bei 40 Prozent liegen.

Den Wertstoffkreislauf von Batterien wollen wir mit unserer neuen Batterie-Recyclingfabrik schließen.

Die Recycling-Quote soll bei bis zu 96 Prozent liegen. Die wertvollen Rohstoffe können für die Produktion neuer Batterien wiederverwendet werden.

Außerdem arbeiten wir weiter an der Transparenz unserer Lieferketten. Die Achtung der Menschenrechte ist unser Anspruch und Ziel. Von der Mine bis zum Produkt.

Natürlich investieren wir massiv in die Qualifizierung unserer Belegschaft. Denn die wertvolle Arbeit der Kolleginnen und Kollegen ist nicht nur Teil der Transformation. Sie ist die Voraussetzung dafür.

Aber unsere gesellschaftliche Verantwortung endet nicht an den Werkstoren.

Ein paar Beispiele für unser Engagement:

- Wir unterstützen die Menschen in der Ukraine.
- Ebenso die zivilen Opfer des Konflikts im Nahen Osten auf beiden Seiten.
- Und auch an unseren Standorten engagieren wir uns für die Gesellschaft und die Umwelt. Zum Beispiel hier an unserem Stammsitz in Zusammenarbeit mit der Bürgerstiftung Stuttgart.

Darüber hinaus möchten wir junge Menschen unterstützen, die mit großem Tatendrang an einer besseren Zukunft arbeiten.

Seit letztem Jahr finanzieren wir mit Spenden ein unabhängiges Förderprogramm. Die Mittel stammen aus der Auktion des wertvollsten Autos der Welt. Des 300 SLR Uhlenhaut Coupé.

Im Rahmen des Programms realisieren junge Menschen ihre Ideen. Der Fokus liegt auf den Bereichen Nachhaltigkeit und Umweltschutz.

In diesen Tagen startet der zweite Jahrgang. Schrittweise soll das Programm ausgeweitet werden. Für noch mehr innovative Projekte wie diese.

Schluss

Die Ideen sind so vielfältig wie die Menschen bei beVisioneers.

Das gilt auch für unser Unternehmen.

Bei uns arbeiten allein hierzulande rund 114.000 Menschen aus 121 Nationen zusammen. Ohne unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter mit Migrationshintergrund würde keine S-Klasse entwickelt, gebaut und verkauft werden.

Wir brauchen und wollen diese Menschen.

Und wir sind froh und stolz, sie in unserer Mitte zu haben.

Wir alle schätzen Deutschlands Vielfalt, Offenheit und Zusammenhalt. Die Freiheit und die Demokratie.

Aber wir merken, dass sie keine Selbstverständlichkeit sind. Wir müssen uns immer wieder aufs Neue für sie stark machen.

Ja, wir stehen vor großen Veränderungen und großen Aufgaben. Wirtschaftlich und politisch.

Aber wir können sie gemeinsam angehen.

Das vom Bundestag beschlossene Einwanderungsgesetz ist zum Beispiel ein Schritt in die richtige Richtung, um den schon heute spürbaren Fachkräftemangel zu entspannen.

Dazu könnten auch der Ausbau der Kinderbetreuung und eine flächendeckende Ganztageschule beitragen.

Bei Produktivität und Arbeitsmarktpolitik müssen wir uns im internationalen Wettbewerb behaupten können.

Mehr erneuerbare Energien sowie konkurrenzfähige Energiepreise können Deutschlands Wettbewerbsfähigkeit ebenfalls stärken. Genau wie eine kluge europäische Rohstoffstrategie und neue Freihandelsabkommen.

Deutschland hat am meisten zu verlieren, wenn wir uns als Exportland isolieren. Deshalb brauchen wir nicht weniger, sondern mehr Europa! Und dafür können wir bei den anstehenden Europawahlen ein Zeichen setzen. Freiheit ist ein starker Motor.

Wenn wir eine bessere Zukunft haben wollen, dann müssen wir die Dinge aktiv zum Besseren verändern. Und das ist möglich.

Genauso machen wir es bei uns.

Auch diese Haltung macht Mercedes-Benz zu Mercedes-Benz.

Das Unternehmen hat sich in den vergangenen Jahren als sehr leistungs-,
wettbewerbs- und zukunftsfähig erwiesen.

Die Basis dafür war Vertrauen, Ihr Vertrauen!

In unsere Strategie. Unsere Struktur. Und in das gesamte Team.

Dafür möchte ich Ihnen, liebe Aktionärinnen und Aktionäre, nicht nur danke sagen.

Vielmehr nehmen wir das als Ansporn, Ihr Unternehmen in eine erfolgreiche Zukunft
zu führen.

Wir sind gut unterwegs.

Weiter geht's!

Vielen Dank.
