

**Bericht zur Geschäftslage des
DaimlerChrysler-Konzerns**

Hauptversammlung der DaimlerChrysler AG

Stuttgart

19. Mai 1999

Auch ich heiÙe Sie im Namen meiner Vorstandskollegen herzlich willkommen zur ersten Hauptversammlung der DaimlerChrysler AG.

Es ist die größte Aktionärsversammlung an diesem traditionsreichen Ort. Und sicherlich für amerikanische Verhältnisse ungewöhnlich. Über Kosten wollen wir hier erst gar nicht reden. Sie können sich gewiß vorstellen, wieviel Arbeit in der Vorbereitung einer solchen Veranstaltung steckt. Deshalb lassen Sie mich an dieser Stelle den vielen Mitarbeitern und Helfern, die diese Hauptversammlung möglich gemacht haben, herzlich danken.

I.

Meine Damen und Herren,

wir stehen heute vor Ihnen, um Ihnen zu berichten:

DaimlerChrysler hatte einen beeindruckenden Start.

Der Wert Ihres Unternehmens wächst - 1998 allein um 30 Milliarden Euro. *Jeden Monat* haben wir rund 1.600 neue Arbeitsplätze geschaffen, *jeden Tag* haben 12.000 Fahrzeuge unsere Fabriken verlassen, *jede Stunde*, rund um die Uhr und rund um den Globus wurden 1 Million unserer Aktien gehandelt. Und dies ist erst der Anfang.

Wir werden mit unseren traditionsreichen Marken in diesem Jahr neue Absatzerfolge erzielen. Erstmals werden wir deutlich mehr als 600.000 Jeeps verkaufen. Und wir sehen die Chance, mit Mercedes-Benz den Höchststand des vergangenen Jahres nochmals zu verbessern.

Wir wissen, wem wir diese Leistung verdanken: Engagierten Mitarbeitern, die auf allen Ebenen dieses Unternehmens Unglaubliches leisten. Treuen Aktionären, die auch in schwierigen Zeiten zu ihrem Unternehmen gestanden haben. Starken Zulieferern, die uns in enger Partnerschaft begleiten.

Meine Damen und Herren,

ich habe Ihnen im vergangenen Jahr an dieser Stelle von diesem Pult gesagt: "Sie schreiben Geschichte." Der Zusammenschluß von DaimlerChrysler ist Geschichte.

Gemeinsam mit Ihnen, unseren Eigentümern, werden wir DaimlerChrysler zum führenden Unternehmen für Automobile, Transportprodukte und Dienstleistungen machen.

Meine Damen und Herren,

wir stehen heute vor Ihnen, um Ihnen zu berichten: Ihr Unternehmen ist auf einem erfolgreichen Weg: In unserer Branche sind wir weltweit Nummer 1 bei der Profitabilität, Nummer 2 bei der Marktkapitalisierung und Nummer 2 beim Umsatz.

Der Zusammenschluß von DaimlerChrysler ist zum Vorbild geworden. Abgesehen von zahlreichen Produktauszeichnungen wurde DaimlerChrysler von der Financial Times zum angesehensten Unternehmen Europas gewählt. Diese Anerkennung spüren wir täglich. Denn inzwischen klopfen andere Unternehmen und Beratungsfirmen bei uns an, um von unseren Erfahrungen bei der Integration zu lernen.

Gleiches gilt für den Ausbau unserer Beziehungen zu Investoren, Analysten und zu Ihnen, unseren Aktionären. Mit der Einführung der Namensaktie, dem ersten globalen Wertpapier, haben wir ein Zeichen in der Finanzwelt gesetzt. Wir schaffen damit die Voraussetzung, unsere Anleger gezielt anzusprechen und auf ihre Informationsbedürfnisse einzugehen. Und wie Bob Eaton sagte, stoßen wir mit unserer Dividende in eine neue Dimension in Europa vor.

Meine Damen und Herren,

schon jetzt, in der Integrationsphase, schaffen wir neuen Wert für unsere Kunden, Aktionäre und Mitarbeiter. Die Ergebnisse der ersten vier Monate belegen, daß wir auf dem richtigen Kurs sind: Beim Umsatz erzielten wir einen Zuwachs von 9 % auf 46,7 Mrd. Euro. Dabei haben alle unsere Geschäftsfelder zugelegt. Der Operating Profit entwickelt sich überproportional zum Umsatzwachstum und schreibt den Trend der ersten drei Monate fort.

Das *Geschäftsfeld Mercedes-Benz* und *smart* steigerte per April seinen Absatz um 22 % auf 332.000 Fahrzeuge. Gleichzeitig stiegen die Erlöse auf 11,6 Mrd. Euro. Natürlich wären diese Zahlen ohne die Probleme beim *smart* besser ausgefallen. Wir haben in den letzten Monaten alle Voraussetzungen getroffen, um dem *smart* eine neue Chance zu geben. Und die klare Trendwende beim Auftragseingang der letzten Wochen stimmt uns optimistischer.

Bei *Chrysler, Plymouth, Jeep und Dodge* steuern wir weiterhin auf Wachstumskurs. Mit einem Plus von 2 % konnten wir 1,1 Millionen Fahrzeuge verkaufen. Der Umsatz legte auf 21 Mrd. Euro zu.

Auch das *Geschäftsfeld Nutzfahrzeuge* entwickelt sich dynamisch. In den ersten vier Monaten wuchs der Absatz um 17 % auf 174.000 Einheiten. Dadurch stieg der Umsatz auf 8,2 Mrd. Euro.

Das *Geschäftsfeld Luft - und Raumfahrt* expandiert weiter. Der Umsatz erreichte 2,6 Mrd. Euro, ein Plus von 10 %. Bei den Auftragseingängen rechnen wir bei Airbus mit einem Marktanteil von deutlich über 50 %.

Genauso dynamisch wächst *debis*. Per April legten die Erlöse um 7 % auf 3,7 Mrd. Euro zu. Schrittmacher dieses Wachstums ist die konsequente Internationalisierung unserer Dienstleistungstochter.

Die direkt geführten *industriellen Beteiligungen* entwickeln sich ebenfalls positiv. Temic hat mit 290 Mio. Euro und MTU Friedrichshafen mit 230 Mio. Euro ihre Umsätze gesteigert. Adtranz konnte mit 960 Mio. Euro einen deutlichen Zuwachs bei den Erlösen erzielen. Allerdings wird der Ertrag noch durch die notwendige Restrukturierung belastet.

Meine Damen und Herren,

diese Geschäftsentwicklung zeigt: Auch im zweiten Quartal werden wir die positive Entwicklung fortsetzen. Damit stellen wir die Weichen, um für Ihr Unternehmen das Spitzenergebnis von 1998 noch zu übertreffen. Für das Gesamtjahr liegen wir mit einem erwarteten Umsatz von 140 Milliarden Euro über Plan.

Lassen Sie mich kurz auf die Entwicklung in unseren wichtigsten Märkten Nordamerika und Westeuropa eingehen:

Die Zulassungen für den *westeuropäischen Gesamtmarkt* sind leicht rückläufig, aber für unsere Pkw erwarten wir höhere Absatzzahlen und Marktanteile. Auch im kommenden Jahr gehen wir von einer weiteren Steigerung aus.

Für Nutzfahrzeuge ergibt sich in Europa eine Abkühlung bei Neubestellungen als Folge der abgeschwächten Konjunktur. Dennoch erwarten wir, in diesem und im nächsten Jahr unsere Absatzziele zu erreichen.

Die Entwicklung in Westeuropa wird durch die ungebrochen positive Entwicklung in der *Nafta-Region* ausgeglichen. Dort legen unsere Nutzfahrzeug-Marken Freightliner und Sterling bei Absatz und Marktanteil außerordentlich stark zu. Genauso positiv sehen wir den Absatz in Nordamerika für unsere Pkw. In diesem und im kommenden Jahr wollen wir Marktanteile hinzugewinnen. Unsere Planungen unterstellen, daß wir in den nächsten 10 Jahren unseren Umsatz nahezu verdoppeln werden.

Aber Sie als unsere Aktionäre wissen, daß reines Umsatzwachstum nicht entscheidend ist. Alles, was wir tun, ist auf die konsequente Steigerung des Unternehmenswertes ausgerichtet. Ihr Unternehmen wird nicht nur größer, sondern wertvoller.

Dieser Wertzuwachs zeigt sich in steigender Profitabilität und in nachhaltigem, profitablen Wachstum. Dies betrifft den Konzern - und jeder unserer Geschäftsbereiche ist diesem Ziel verpflichtet. Sie alle haben nicht nur eine Renditevorgabe, sondern auch das Ziel, schneller zu wachsen als der jeweilige Markt. Damit arbeiten wir stets auf eine führende Marktposition hin. Und dort, wo wir bereits an der Spitze stehen, werden wir unsere Position behaupten und ausbauen.

Mit dieser Finanzkraft und Gewinndynamik werden wir auch wirtschaftliche Schwächephasen meistern. Mehr noch: Auf Basis unserer finanziellen Stärke gestalten wir aktiv die weitere Konsolidierung der Automobilindustrie. Wieviele Unternehmen am Ende der Konsolidierung stehen werden, kann heute niemand voraussagen. Aber eines ist klar: Ihr Unternehmen und seine Mitarbeiter sind Antreiber und Gestalter dieses Prozesses.

II.

Meine Damen und Herren,

DaimlerChrysler hat eine klare Vorstellung von dem, was wir erreichen wollen:

- Wir wollen Produkte, die durch Qualität und Technologie unsere Kunden überzeugen.
- Wir wollen für Sie, unsere Eigentümer, attraktive Renditen erwirtschaften.
- Wir wollen unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern zukunftsichere Arbeitsplätze bieten.
- Wir wollen ein fairer und geschätzter Partner unserer Zulieferer sein.

Die Umsetzung dieser Ziele und den Unternehmenserfolg messen wir nicht nur an den nackten Zahlen der Gewinn - und Verlustrechnung. Entscheidend sind ebenso die emotionalen Faktoren, um unsere Ziele mit Leben zu füllen.

Wir werden erst dann zufrieden sein,

- wenn unsere Kunden von unserer Servicequalität begeistert sind;
- wenn unsere Mitarbeiter uns sagen, daß DaimlerChrysler der beste Arbeitgeber ist;
- wenn die Besten Schlange stehen, um für DaimlerChrysler zu arbeiten;
- wenn die Länder und Kommunen, in denen wir tätig sind, unser Engagement würdigen;

- wenn wir zu den am meisten respektierten und, noch wichtiger, zu den am meisten bewunderten Unternehmen der Welt zählen.

Was macht uns zuversichtlich, daß wir diese ehrgeizigen Ziele erreichen werden? Die Schlüsselfaktoren unseres Erfolgs liegen auf der Hand:

- Ein gelungener Integrationsprozeß.
- Innovationsführerschaft.
- Der Ausbau unserer globalen Präsenz.
- Gesellschaftliche Verantwortung weltweit.
- Aber vor allem motivierte Mitarbeiter.

Was unterscheidet unsere Strategie von anderen Unternehmen? DaimlerChrysler verfolgt diese Schritte nicht einzeln, sondern in einem Gesamtansatz. Für uns sind weder Integration noch Innovation noch Globalisierung Selbstzweck. Für uns dienen sie dazu, aus einzelnen Möglichkeiten eine großartige Wirklichkeit zu schaffen. Dieses Unternehmen ist bereits jetzt mehr als die Summe seiner Teile.

III.

Erster Baustein für den Erfolg ist ein erfolgreicher Integrationsprozeß. Dieser Zusammenschluß wird nicht einfach nur verwaltet, sondern gelebt. Grundlage unseres Vorgehens sind ein klares Konzept, ein präziser Zeitplan, Pragmatismus, Transparenz und Schnelligkeit.

Wie schnell wir vorgegangen sind, zeigen unsere wegweisenden Grundsatzentscheidungen am Anfang:

- Von der Marken-Bibel bis zur Formulierung einer gemeinsamen Konzernvision.
- Von der Zusammenführung der Finanzdienstleistungen, der Einkaufsbereiche, des IT-Managements bis zur Forschung und Entwicklung.

Unsere Teams arbeiten jetzt 88 Integrationsthemen mit 780 Einzelprojekten systematisch ab. In Hunderten von Begegnungen, in Tausenden von Gesprächen wird am konkreten Thema das neue Unternehmen Wirklichkeit. Dabei spürt man sofort: Hier geht es nicht um den Daimler-Weg, hier geht es nicht um den Chrysler-Weg - hier geht es um die beste Lösung für DaimlerChrysler.

Wie sieht das in der Praxis aus?

Unsere Teams schauen hinter die Kulissen. Jede Seite legt ihre Karten auf den Tisch - offen, schonungslos - und zeigt, wie Prozesse bislang abgelaufen sind. Das ist Vertrauen gegen Ver-trauen. Wir machen Betroffene zu Beteiligten - mit dem Willen, gemeinsam die optimalen Produktionsabläufe zu finden. Wir können wirklich vergleichen - ein entscheidender Vorteil gegenüber unseren Wettbewerbern. Die bisher erzielten Fortschritte zeigen: Hier wächst DaimlerChrysler erfolgreich zusammen. Einige Beispiele:

- Konzentration unserer Elektro-Motor Kompetenz in den USA und der Brennstoffzellenkompetenz in Stuttgart.
- Für den Jeep Grand Cherokee kommen die Dieselmotoren und Getriebe künftig nicht mehr von außen, sondern aus Untertürkheim.
- Beim Einkauf erschließen wir durch weltweite Bündelung vom Stahleinkauf über Fracht - und Transportleistungen bis zum zentralen Einkauf von Werbe - und Marketingleistungen ganz erhebliche Einsparpotentiale. Insgesamt sind es Hunderte von Einzelprojekten, die in Summe zum Erfolg beitragen.
- Das ebenso umweltfreundliche wie kostensparende neue Lackierverfahren aus dem A-Klasse Werk Rastatt bringen wir in unsere amerikanischen Werke.
- Umfassender Austausch von Ingenieuren auf allen Ebenen des Unternehmens.
- Vor allem aber die Realisierung unmittelbarer Synergieeffekte wie bei der Produktion von M-Klasse und Jeep Grand Cherokee in Graz.

Dies sind nur wenige Beispiele dafür, wie schnell unsere Integrationsteams die versprochenen Synergien für DaimlerChrysler realisieren. Das hohe Tempo und die Prozeßqualität werden wir beibehalten. Die geplanten Synergien von 1,3 Milliarden Euro werden wir erreichen. Daß dies nicht gegen, sondern mit unseren Zulieferern geschieht, versteht sich von selbst. Mit unseren bewährten Programmen „Tandem“ und „Score“ senken wir nicht nur die Kosten, sondern vertiefen unsere partnerschaftliche Zusammenarbeit für mehr Innovation.

Der Weg der erfolgreichen Integration ist hier nicht zu Ende. Stellen Sie sich vor, was in den nächsten Jahren möglich ist,

- wenn wir die Fähigkeit unserer Ingenieure und Designer bündeln, um auf dem europäischen und asiatischen Markt neue Volumenfahrzeuge zu positionieren,
- wenn wir die Nutzfahrzeugspezialisten auf beiden Seiten des Atlantiks zusammenbringen und neue Segmente im nordamerikanischen Markt besetzen,
- wenn wir die Vorsprünge der Mercedes-Benz-Dieselseltechnologie für Chrysler-Fahrzeuge für den nordamerikanischen Markt nutzen.

Dies sind nur einige Ergebnisse aus 181 Tagen intensiver Integrationsarbeit. Ich meine aber, sie genügen als Antwort an die Lehnstuhl-Strategen, die behaupten, der mittlere Westen und das Schwabenland passten nicht zueinander.

IV.

Meine Damen und Herren,

"Speed, Speed, Speed" ist ein Markenzeichen dieser Integration. Und Geschwindigkeit treibt unser gesamtes unternehmerisches Handeln - bei Produkten genauso wie bei unseren Prozessen. Nehmen Sie das Beispiel des Dodge Durangos - einem Sport-Geländefahrzeug für den nordamerikanischen Markt. In nur 23 Monaten haben wir das Konzept zur Serienfertigung gebracht und damit vor allen anderen ein Marktsegment besetzt.

Oder bei der Airbus-Produktion in Hamburg, wo die Teams der Dasa innerhalb von drei Jahren die Produktionszeit eines Flugzeugs von achtzehn auf neun Monate halbiert haben.

Wir wissen: Unser Erfolg hängt vor allem von einem Faktor ab - innovative Ideen schneller als die Wettbewerber in marktfähige Produkte umzusetzen. In den kommenden drei Jahren, Bob Eaton hat es gesagt, werden wir rund 34 neue Pkw- und Nutzfahrzeugmodelle einführen - ein neues Modell pro Monat. Zu den Höhepunkten gehören die neue C-Klasse mit ihren Varianten, der SL, der neue Stadtlieferwagen, der PT-Cruiser oder die Einführung einer neuen Bus-Familie. Und für den Zeitraum danach arbeiten wir mit Hochdruck an weiteren faszinierenden Automobilen.

Beispielsweise am Mercedes-Maybach - unserer Definition der automobilen Spitzenklasse. Oder unsere reinrassige SLR-Studie, die auf der Detroit-Motorshow die Herzen höher schlagen ließ.

Darüber hinaus arbeiten unsere Ingenieure bereits am Automobil von Übermorgen. Das Auto wird sich in den kommenden 15 Jahren rasanter weiterentwickeln als in den zurückliegenden 50 Jahren. Heute sind noch Karosserie, Antrieb und Fahrwerk die Kernkomponenten. Das Auto der Zukunft wird aber entscheidend durch vernetzte Elektronik definiert. Mechanische Komponenten werden ersetzt durch „Drive by wire“. Dies schafft neue Möglichkeiten für höhere Sicherheit, Umweltschutz und Komfort. Elektronik spart Platz, Gewicht, Kraftstoff und letztlich Kosten.

Mit Warnsensoren oder Nachtsichtsystemen werden wir die aktive und passive Sicherheit nochmals deutlich erhöhen. Wir werden das Auto in einer neuen Dimension nutzen können. Ihr Unternehmen wird Schrittmacher des Fortschritts sein. Und das nicht nur bei Pkw und Nutzfahrzeugen. Ebenso wird DaimlerChrysler in der Luft - und Raumfahrt, bei Dienstleistungen, bei Bahnsystemen und Dieselmotoren mit Innovationen Zeichen setzen.

Wir bleiben dabei: Unser Engagement ist langfristig angelegt. Um unsere Innovationsführerschaft zu sichern, investiert DaimlerChrysler in den kommenden 3 Jahren 46 Milliarden Euro. Das sind Tag für Tag 42 Millionen Euro in die Zukunft Ihres Unternehmens und seiner Mitarbeiter.

V.

Meine Damen und Herren,

mit der neuen Reichweite von DaimlerChrysler bauen wir unsere Position in unseren angestammten Märkten aus. Gleichzeitig haben wir jetzt eine bessere Chance, weltweit zu wachsen und neue Segmente zu erschließen – in allen Märkten der Triade und darüber hinaus. In Nordamerika wollen wir mit allen unseren Automobilmarken Marktanteile hinzugewinnen, beispielsweise durch die volle Verfügbarkeit der S-Klasse, die bisher eine überwältigende Resonanz gefunden hat. Aber auch, indem wir neue Marktnischen für DaimlerChrysler besetzen, wie mit dem PT Cruiser.

In Europa wollen wir die Verkäufe von Jeep und Chrysler-Fahrzeugen deutlich ausweiten. Wir arbeiten mit Hochdruck da-ran, uns mit einem speziell auf den europäischen Markt zugeschnittenen Chrysler-Fahrzeug im Volumen-Segment zu positionieren.

Bei Mercedes-Benz geht es darum, die Premiumposition weiter auszubauen. Mit der Einführung des S-Klasse Coupés setzen wir unsere Produktoffensive fort. Darüber hinaus runden der neue CLK 55 AMG, der ML 430 und der A 190 unsere Produktpalette nach oben ab. Unser Ziel ist es, mittelfristig den Pkw-Marktanteil von DaimlerChrysler in Westeuropa deutlich zu steigern. Allein in den letzten vier Monaten konnten wir beim Marktanteil von 4,6 % auf 5,3 % zulegen.

Asien bleibt ein Schwerpunkt unseres Wachstums. Auch nach unserer Absage an Nissan halten wir am konsequenten Ausbau unserer Position in dieser Region fest.

Neue Wachstumspotentiale sehen wir ebenso für unsere Aktivitäten außerhalb des Fahrzeuggeschäfts. Die Dasa wird ihre starke internationale Position gezielt ausbauen - beim Airbus, bei Militärflugzeugen, in der Satelliten - und Raumfahrttechnologie. Wir sehen, daß die große Lösung eines Europäischen Aerospace - und Verteidigungstechnik-Unternehmens nicht mehr gegeben ist.

Aber auf einzelnen Feldern, beispielsweise in der Raumfahrt, ist die europäische Bündelung der Aktivitäten sinnvoll und notwendig. Und seien Sie versichert: Die Dasa wird in der weltweiten Luft - und Raumfahrt ein begehrter Partner bleiben. Wir prüfen gegenwärtig verschiedene Optionen, den erfolgreichen Weg der Dasa fortzusetzen. Dabei schließen wir auch einen möglichen Börsengang nicht aus.

Mit der debis sind wir hervorragend im Wachstumsfeld Dienstleistungen positioniert. In den Geschäftsbereichen Finanzdienstleistungen und IT-Services werden wir die Internationalisierung der debis vorantreiben. Insbesondere die Zusammenführung der Finanzdienstleistungen gibt uns zusätzliche Stärke, gerade für den nordamerikanischen Markt. Darauf hat Bob Eaton hingewiesen. Insgesamt ist debis jetzt der viertgrößte Finanzdienstleister außerhalb des Banken - und Versicherungssektors.

Und bei der Adtranz haben wir jetzt die Weichen gestellt, um die Ertragskraft in dem Wachstumsmarkt Bahnsysteme zu steigern.

Meine Damen und Herren,

der Ausbau unserer globalen Präsenz ist kein Selbstzweck - weil wir es vielleicht schick finden, international zu sein. Nein, Globalisierung ist eine Frage der Zukunftssicherung von DaimlerChrysler. Um im globalen Wettbewerb zu bestehen, sind wir auf Größenvorteile angewiesen und müssen in neue Märkte gehen. Die Kosten für Innovationen steigen. Die Produktzyklen, in denen sich die Investitionen amortisieren können, werden immer kürzer.

Die Konsequenz ist eindeutig: Investitionen rechnen sich nur, wenn sie sich auf größere Stückzahlen verteilen lassen. Und das heißt: Weltweite Vermarktung und Erschließung neuer Marktsegmente. Globalisierung bedeutet nicht einfach Ausweitung des Handels, sondern Vernetzung von Standorten über die gesamte Kette der Wertschöpfung hinweg. Ob in Kalamazoo, Kapstadt oder Kassel - jeder unserer weltweit 457.000 Mitarbeiter ist Teil einer großen Verantwortungsgemeinschaft.

Mercedes-Benz Motoren aus Mannheim laufen in neuen Freightliner-Trucks in Nordamerika. Jeep-Komponenten aus Detroit finden sich im Jeep Grand Cherokee, der im österreichischen Graz für den europäischen Markt produziert wird.

Aggregate aus Stuttgart kommen in die Rechtslenker-Modelle der C-Klasse, die in Südafrika für den gesamten Weltmarkt produziert werden.

Mit Exporten allein können wir heute nicht mehr erfolgreich sein und Arbeitsplätze sichern. Nur über einen weltweiten Produktionsverbund und Investitionen vor Ort lassen sich die internationalen Märkte bedienen.

VI.

Global denken, lokal handeln,

lautet die zentrale Herausforderung. Nur das Unternehmen, das auf nationale Kulturen und Traditionen baut, das sich auf die jeweiligen Märkte einstellt und das an allen seinen weltweiten Standorten Verantwortung übernimmt, wird langfristig Erfolg haben.

Wir investieren in diesen Regionen, arbeiten mit lokalen Zulieferern zusammen und schaffen Arbeitsplätze vor Ort. Diese Investitionen tätigen wir mit einer langfristigen Strategie und nicht mit der Kurzatmigkeit einer Legislaturperiode. Wir stehen zu unseren Verpflichtungen in Brasilien, Südafrika und anderswo - auch in Krisenzeiten.

Meine Damen und Herren,

nicht nur in Deutschland, sondern auch in den USA werden wir danach gefragt, wie glaubwürdig unser Engagement an den Heimatstandorten ist.

Unsere Antwort: DaimlerChrysler ist eine Welt AG. Aber ich wiederhole: Ihr Unternehmen ist kein heimatloses Unternehmen. Und deshalb bleibt dieses Unternehmen untrennbar mit seiner Herkunft und der Leistungsfähigkeit seiner Menschen verbunden - sei es in Baden-Württemberg oder in Michigan.

Globalisierung heißt für uns nicht Rückzug, sondern Investitionen in künftige Märkte. Märkte, die auch an unseren Heimatstandorten Beschäftigung sichern. In einer Nachwuchsoffensive werden wir in den nächsten drei Jahren 4.500 junge Ingenieure in unser Unternehmen holen. Gerade weil wir an unseren Standorten verankert sind, melden wir uns zu Wort, unterstützen in Deutschland das Bündnis für Arbeit, um gemeinsam mit der Politik Wege für Wachstum und Beschäftigung zu öffnen.

Wir alle wissen um die Qualitäten dieses Landes und seiner Menschen. Deshalb ist die Forderung nach Abschottung und Reglementierung ein Mißtrauensvotum gegen den Standort Deutschland und seine Bürger. In Deutschland brauchen wir keine Schutzzäune. Denn wir glauben an dieses Land und seine Menschen. Ein Land, das alle Voraussetzungen hat, notwendige Reformen in Angriff zu nehmen, um damit im internationalen Wettbewerb zu bestehen.

Wir brauchen deshalb keine wortreichen Unverbindlichkeiten, sondern klare Entscheidungen, die Eigenverantwortung und Innovation fördern. Wir brauchen ein rasches steuerpolitisches Signal mit einer wirklichen Nettoentlastung für Unternehmen und Bürger. Und ein Signal, daß den Standort nicht nur für ausländische Direktinvestitionen attraktiv macht, sondern auch für ausländische Anleger, die in deutsche Unternehmen investieren wollen.

Bundeswirtschaftsminister Werner Müller hat recht, wenn er sagt, Deutschland müsse auch für die Zentralen großer Unternehmen ein interessanter Standort bleiben. Daher begrüßen wir seine Ankündigung, die steuerlichen Rahmenbedingungen für Holding-Gesellschaften in Deutschland wieder zu korrigieren.

Doch nicht nur in Deutschland melden wir uns zu Wort. Wir werden uns wehren, wenn uns die EU-Kommission vorverurteilt, wir würden Märkte abschotten und Wettbewerb verhindern; wenn in den USA durch Produkthaftung Unternehmen mit überzogenen Schadensersatzrisiken geknebelt und damit Produktinnovationen für unsere Kunden verteuert, wenn nicht gar verhindert werden. Und vor allem, wenn Regierungen und Interessengruppen versuchen, sich den Herausforderungen von Wettbewerb und Globalisierung mit Markteingriffen und Protektionismus zu entziehen.

Wer den Markt nicht als Quelle, sondern als Feind wirtschaftlichen Wohlergehens betrachtet, wird im globalen Wettbewerb keinen Spitzenplatz belegen. Wohlstand läßt sich nicht per Gesetz verordnen, sondern muß erarbeitet werden.

Meine Damen und Herren,

dies führt mich zu der grundsätzlichen *Frage nach der Verantwortung* eines Unternehmens wie DaimlerChrysler. Verantwortung in wirtschaftlicher, sozialer und ökologischer Hinsicht.

Wir reden nicht nur von *Umweltschutz*. Für uns ist er Unternehmensziel. Und wir handeln danach: DaimlerChrysler ist führend in der emissionsarmen Brennstoffzellentechnologie. In den letzten 20 Jahren haben wir durch technische Produktverbesserung den CO₂-Ausstoß unserer Fahrzeuge um etwa ein Drittel reduzieren können. Bei Chrysler, Plymouth, Jeep und Dodge wollen wir den Anteil wiederverwerteter Kunststoffe bis zum Jahr 2002 auf 30 % steigern. Im Bereich Telematik haben wir wegweisende Lösungen der Verkehrsführung in Ballungszentren entwickelt.

Überall auf der Welt kümmern wir uns mit *gezielten sozialen und kulturellen Projekten* um die Fähigkeit der Menschen zu Toleranz und Verständigung.

Darüber hinaus setzen wir uns bewußt in einer Vielzahl von Programmen für die Ausbildung und Betreuung junger Menschen ein. Denn sie sind die Gestalter der Welt von morgen.

Warum nenne ich diese Beispiele?

Uns geht es darum, deutlich zu machen, daß soziale und ökologische Verantwortung einerseits und Profitabilität andererseits keine Gegensätze sind.

Es ist meine feste Überzeugung: Unsere gesellschaftliche Verantwortung ist so entscheidend für unsere Zukunft wie unsere Finanzplanung oder unsere Geschäftsstrategie. Dieses darf nie Worthülse sein, wenn wir die Zustimmung für Unternehmertum und Marktwirtschaft in Politik und Gesellschaft stärken wollen.

VII.

Aber, meine Damen und Herren,

am Ende des Tages sind es die Mitarbeiter, die DaimlerChrysler zum Erfolg führen. Es ist ihr Anspruch und ihre Kompetenz, hervorragende Produkte zu schaffen. Ihre Leidenschaft, Neues zu entdecken. Ihre Begeisterung für kreative Ideen. Ihr Bekenntnis zu höchster Qualität. Ihr Streben nach Kundenorientierung und Profitabilität.

Das ist es, was uns stark macht. Dafür danken wir allen unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern. Wenn ich in diese Runde blicke, sehe ich auch die stolzen Gesichter vieler aktiver und ehemaliger Mitarbeiter.

Ein Mann aber fehlt heute, dem wir die besten Genesungswünsche übermitteln: Karl Feuerstein, langjähriger Vorsitzender des Gesamtbetriebsrates und stellvertretender Vorsitzender des Aufsichtsrates. Ein leidenschaftlicher Kämpfer für die Interessen der Belegschaft, aber zugleich ein Streiter für unser Unternehmen. Ein Mann, dem dieses Unternehmen viel verdankt. Seine Integrationskraft, seine Begeisterung für dieses Unternehmen ist uns Vorbild. Wir wünschen ihm alles erdenklich Gute.

Meine Damen und Herren,

wir wollen ein Unternehmen, das Traditionen und Werte bewahrt. Das die Fähigkeit zur ständigen Erneuerung hat. Das in seinen Strategien und Abläufen transparent und offen ist. Das die Vielfalt seiner Talente, Erfahrungen und Ideen nutzt und sie auf die gemeinsamen Aufgaben ausrichtet.

Meine Damen und Herren,

wir lesen in jüngster Zeit einiges darüber, daß die Flitterwochen vorbei sind und uns der Alltag eingeholt hat. Wir haben seit dem 17. November viele Entscheidungen getroffen. Mitunter harte Entscheidungen, die Unruhe ausgelöst haben und die auch Enttäuschungen bei einzelnen Mitarbeitern verursacht haben - auf beiden Seiten des Atlantiks.

Aber ehrlich gesagt, wir hätten uns gewundert, wenn es nicht so gekommen wäre. Denn wir haben immer gesagt: Wir wollen keine falschen und faulen Kompromisse, nur um vordergründige Harmonie zu erzeugen. Viel wichtiger als diese Einzelfälle ist für mich die ungebrochene, breite Zustimmung unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter für DaimlerChrysler. Unsere Mitarbeiter wollen Teil eines erfolgreichen Teams sein. Und unsere Ergebnisse zeigen: Dieses Team ist erfolgreich. Wir spüren es jeden Tag: DaimlerChrysler spricht die Herzen und nicht nur die Köpfe seiner Mitarbeiter an.

VIII.

Meine Damen und Herren,

1998 war ein bedeutendes Jahr für Ihr Unternehmen. Ein Jahr des Muts und des Erfolgs. Ein Jahr mit neuen Begegnungen für alle von uns. Ein Jahr, geprägt von harter Arbeit auf allen Ebenen des Unternehmens.

Es war aber ebenso ein Jahr, in dem Ihr Unternehmen in eine neue Dimension vorgestoßen ist. Ein Unternehmen, das bestehende Grenzen hinter sich läßt. Wir kennen das Ziel. Ein Ziel, das niemanden überraschen wird, der dieses Unternehmen, seine Geschichte und seine Mitarbeiter kennt.

Denn der Pioniergeist unserer Gründer Karl Benz, Walter Chrysler und Gottlieb Daimler hat uns dieses Ziel vorgegeben: Eines der führenden und eines der innovativsten Unternehmen der Welt zu schaffen.

Meine Damen und Herren,

diesen Geist werden wir und unsere ganze Führungsmannschaft in jeden Winkel dieses Unternehmens tragen. Wir werden unsere Mitarbeiter für die großartige Herausforderung DaimlerChrysler gewinnen, wir werden ihre Ideen aufnehmen, Mut machen und motivieren.

Wir laden Sie ein, uns auf unserem Weg zu begleiten. Wir versprechen Ihnen nicht, daß dieser Weg einfach sein wird. Wir werden Höhen und Tiefen durchleben. Wir werden Zeit brauchen, um unsere Ziele zu erreichen. Gewiß, was wir uns vorgenommen haben, ist ehrgeizig.

Aber wir werden es schaffen. Daran habe ich keinen Zweifel.

Vielen Dank.

☺

☺