

Datum:
13. Mai 2009

Neuausrichtung der Mitsubishi Fuso Truck and Bus Corporation

- **Umfassende Neuausrichtung des operativen Geschäfts als Reaktion auf Strukturveränderungen im weltweiten Nutzfahrzeugmarkt**
- **Mittel- und langfristige Initiativen adressieren die Auswirkungen der anhaltenden Nachfrageschwäche**
- **Erwartete Steigerung des Ergebnisses um jährlich 760 Mio. € (100 Mrd. ¥) ab 2011, bei geschätzten Programmkosten in Höhe von insgesamt 260 Mio. € (35 Mrd. ¥)**

Stuttgart / Kawasaki, Japan – Die Mitsubishi Fuso Truck and Bus Corporation (MFTBC), einer der führenden Nutzfahrzeughersteller in Asien und Teil von Daimler Trucks, hat heute eine umfassende Neuausrichtung ihres operativen Geschäfts angekündigt. Damit reagiert das Unternehmen auf die Strukturveränderungen im weltweiten Nutzfahrzeugmarkt. Obwohl der Inlandsabsatz einem langfristigen Abwärtstrend folgt, bleibt Japan der wichtigste Markt für MFTBC. Gleichzeitig verlagern sich Wachstumspotenziale auf Schwellenländer. Mit der Neuausrichtung stellt sich MFTBC dieser Entwicklung und stärkt parallel das operative Geschäft mittel- bis langfristig.

Bereits kurzfristig umgesetzte Maßnahmen als Reaktion auf die anhaltende weltweite Wirtschaftskrise werden durch das Programm nachhaltig ausgebaut.

Andreas Renschler, Vorstandsmitglied der Daimler AG und verantwortlich für Daimler Trucks betont: „Im Rahmen unserer ‚Global Excellence‘-Strategie haben wir uns frühzeitig auf ein effizientes Management der starken Marktzyklen im Nutzfahrzeuggeschäft vorbereitet. Vor diesem Hintergrund hat Fuso bereits in den vergangenen Monaten kurzfristige Maßnahmen zur Kostensenkung und zum Abbau von Überkapazitäten eingeleitet, um so dem deutlichen Abwärtstrend im Nutzfahrzeugmarkt zu begegnen. Mit den jetzt verabschiedeten weit reichend wirkenden Initiativen werden wir Fuso nachhaltig stärken und in einem sich rasch wandelnden Nutzfahrzeugmarkt Benchmark-Rentabilität sicherstellen“.

Takao Suzuki, Chairman von MFTBC, erläutert: „Alle von Fuso im Rahmen der Neustrukturierung beschlossenen Maßnahmen ergeben in Summe einen schlagkräftigen Plan, um sich mittelfristig an die neue Realität im globalen Nutzfahrzeugmarkt anzupassen. Gleichzeitig erhöhen wir damit unsere Wettbewerbsfähigkeit und führen den Geist der Partnerschaft mit unseren Kunden fort.“

Die strategische Ausrichtung von Daimler Trucks wird durch das „Global Excellence Programm“ seit 2005 definiert. Es basiert auf kurz-, mittel- und langfristigen Maßnahmen, die vor allem auf nachhaltiger Effizienzsteigerung und der Nutzung von Größenvorteilen aufbauen. Die Strategie umfasst vier Initiativen: Management von Marktzyklen, Operational Excellence, Wachstum und Marktausschöpfung sowie zukünftige Produkte und innovative Technologien.

Kurzfristige Maßnahmen bereits in der Umsetzungsphase

Mit zahlreichen kurzfristigen Maßnahmen hat MFTBC bereits auf den starken Abwärtstrend reagiert. Gegenüber dem vierten Quartal 2008 konnten die Lagerbestände um 45% reduziert und die Kosten im

ersten Quartal 2009 um 20% gesenkt werden. Das Unternehmen hat die Arbeit in den Produktionswerken und in der Zentrale zeitweise ruhen lassen, die Ausgaben für nicht produktbezogene Initiativen wurden deutlich reduziert. Durch die Kürzung des Grundgehalts aller Mitarbeiter und Führungskräfte, die Kürzung von Boni, sowie durch Initiativen wie „Job-Sharing“, Überstundenabbau und die Kürzung von Teilzeitstellen wurden die Arbeitskosten gesenkt.

Mittel- und langfristig wirkende Initiativen adressieren die strukturellen Marktverschiebungen

Die Strukturveränderungen am Nutzfahrzeugmarkt und die damit einher gehenden höheren Wachstumspotenziale außerhalb Japans beantwortet Fuso mit umfangreichen Maßnahmen. Innerhalb der letzten sechs Jahre hat das Unternehmen seinen Exportanteil von 52% im Jahr 2003 auf 78% im Jahr 2008 steigern können. Vor dem Hintergrund des erwarteten starken Wachstums der Exportmärkte und der langfristig geringen Wachstumserwartung für den Heimatmarkt wird MFTBC das Produktportfolio, den Produktionsverbund, das Händlernetz und die gesamte Kostenstruktur entsprechend anpassen.

Die dazu beschlossenen Initiativen decken fünf Kernbereiche ab.

1. Verschlankung des Produktportfolios

MFTBC wird sich auf Kern-Produktbaureihen und deren rentable Varianten konzentrieren. Die Anzahl der Modellvarianten wird bis Ende 2010 um 50% und die der Teilevarianten um 30% reduziert. Dadurch sinkt die Komplexität nachhaltig, und es werden Kostensenkungen in zahlreichen Funktionsbereichen realisiert.

Gleichzeitig bleibt für den Kunden ein attraktives und breit aufgestelltes Produktprogramm verfügbar. In die Entwicklung von neuen Produkten, wie beispielsweise einer neuen leichten Lkw-Baureihe, wird weiter investiert.

2. Neuausrichtung der Produktionsstandorte

Mit dem Ziel, die Produktionswerke von MFTBC zukünftig besser auszulasten und die Produktion näher an Kern-Absatzmärkte zu bringen, wurde eine Neuausrichtung des Produktionsnetzwerks beschlossen.

Die Busproduktion in Japan wird zukünftig im Werk Toyama gebündelt. Dazu wird die Produktion leichter Busse zum Ende des zweiten Quartals 2010 vom Standort Oye nach Toyama verlegt. Das Werk in Oye bei Nagoya wird geschlossen.

Im japanischen Hauptwerk in Kawasaki wird der Produktionsablauf optimiert, indem die Montage auf einen Werkstandort konzentriert wird. Dadurch kann die Effizienz des Standorts insbesondere in der Logistik nachhaltig verbessert werden.

In Südostasien wird MFTBC das Werk in Thailand Ende 2009 stilllegen. Die dortige Produktion wird von anderen Produktionsstätten in der ASEAN-Region übernommen. In dem Werk in Lardkrabang bei Bangkok werden leichte, mittelschwere und schwere Lkw für den thailändischen Markt hergestellt. Trotz der Werkschließung hält MFTBC an seinem Engagement in Thailand fest und wird dort den Vertrieb und das After Sales-Geschäft weiter ausbauen.

Auch außerhalb Asiens wird das Unternehmen seine gesamten Produktions- und Logistikstrukturen optimieren. Dazu gehört die stärkere Auslastung des Werks in Tramagal, Portugal. Dort sollen künftig ausgewählte Modellvarianten der nächsten leichten Lkw-Generation von MFTBC produziert werden.

3. Anpassung und damit Stärkung des japanischen Händlernetzes sowie Weiterentwicklung des internationalen After-Sales-Geschäfts

Durch die Weiterentwicklung des japanischen Händlernetzes passt MFTBC die Kapazitäten an die rückläufige Marktentwicklung in Japan an und kann sich gleichzeitig gemäß seiner „All for You“-Philosophie noch stärker an den Bedürfnissen der Kunden ausrichten.

Das Händlernetz von MFTBC in Japan wird in ein „Hub and Spoke“-System gewandelt. Das bedeutet, dass an den Hauptstandorten, den so genannten Hubs, das gesamte Dienstleistungsangebot einschließlich Neuwagenverkauf und Service bis hin zur Ersatzteilbeschaffung und -lagerung angeboten wird. Die dort angeschlossenen Nebenstandorte (Spokes) sind für die Kunden gut zu erreichen. Hierbei wurden sowohl geographische Standorte der Kunden als auch der Servicebedarf von Flotten- und Privatkunden berücksichtigt.

Durch diese Neustrukturierung wird MFTBC die Anzahl der japanischen Händlerstandorte insgesamt reduzieren, jedoch gleichzeitig das Serviceniveau verbessern. Dadurch soll insgesamt eine Effizienzsteigerung im japanischen Vertriebsnetz von 25 % erreicht werden.

Auf den Märkten außerhalb Japans wird sich MFTBC schwerpunktmäßig auf die Ausweitung des After-Sales-Geschäfts konzentrieren. Im Hinblick auf das internationale Teile-Geschäft soll der Marktanteil von MFTBC deutlich erhöht werden.

4. Optimierung der Materialkosten

Um Skaleneffekte besser auszuschöpfen und weltweit schwankenden Rohstoffpreisen besser begegnen zu können, wird MFTBC stärker in die weltweite Einkaufsorganisation von Daimler Trucks eingebunden. Das Unternehmen wird seinen Einkauf deutlich stärker global ausrichten und dazu verstärkt Einkaufsmärkte außerhalb Japans einbeziehen. Die Einkaufsstrategie für zukünftige Produkte und die Verlagerung der Produktion näher an die Kern-Absatzmärkte verstärken den globalen Ansatz nachhaltig.

5. Senkung der Fixkosten

Die Weiterentwicklung des Geschäftsmodells und weitere, bereits eingeleitete Effizienzsteigerungen haben eine Senkung der gesamten Fixkosten um 25% zur Folge. Diese verringerte Fixkostenbasis wird eine höhere Rentabilität in rückläufigen Märkten ermöglichen und zusätzliche Mittel für die Investition in moderne Produkttechnologien freisetzen.

Durch die Verschlinkung des Produktportfolios, die Neuausrichtung der Produktionsstandorte und die Weiterentwicklung des japanischen Händlernetzes sowie weitere Maßnahmen zur Effizienzsteigerung wird die Zahl der Mitarbeiter von MFTBC bis Ende 2010 weltweit um 2.300 sinken. Dies betrifft 300 Beschäftigte in direkten und 2.000 Mitarbeiter in indirekten Bereichen. Der Personalabbau soll durch Pensionierungen, Ausscheidungsvereinbarungen oder Outplacement-Leistungen umgesetzt werden. Das Unternehmen unterstützt alle betroffenen Mitarbeiter umfassend bei der individuellen Umsetzung.

Erwartete Steigerung des Ergebnisses um jährlich 760 Mio. € (100 Mrd. ¥) ab 2011, bei geschätzten Programmkosten in Höhe von insgesamt 260 Mio. € (35 Mrd. ¥)

Seite 7

Die beschriebenen Initiativen zur Neuausrichtung von MFTBC werden zu etwa 75% Kosten senken und zu 25% den Umsatz steigern. Auf dieser Grundlage geht MFTBC davon aus, das Unternehmensergebnis ab 2011 um jährlich 760 Mio. € (100 Mrd. ¥) zu verbessern, bei einmaligen Programmkosten in Höhe von insgesamt 260 Mio. € (35 Mrd. ¥), die 2009 und 2010 ergebniswirksam werden.

Andreas Renschler betont: „Die jetzt beschlossenen Initiativen zur Neuausrichtung von MFTBC bauen auf unserer „Global Excellence“-Strategie auf. Damit wird die Position von Fuso als unser Kompetenzzentrum für leichte Lkw und bei der Hybridentwicklung für Daimler Trucks gestärkt und die Schlüsselrolle von Fuso als unser strategischer Pfeiler in Asien unterstrichen.“

Harald Bölstler, derzeitiger Präsident & CEO bei MFTBC, ergänzt: „Fuso ist heute einer der führenden Nutzfahrzeughersteller in Asien und in einer starken Wettbewerbsposition in Japan. Wir haben das internationale Geschäft ausgebaut, unser Geschäftssystem modernisiert und Fuso innerhalb von Daimler Trucks vollständig integriert und etabliert. Mit der heute angekündigten Neuausrichtung haben wir ein neues Kapitel aufgeschlagen, in dem wir Fuso sehr präzise auf die strukturellen Veränderungen und Herausforderungen des Nutzfahrzeugmarkts ausrichten.“

Dr. Albert Kirchmann, derzeit verantwortlich für die Bereiche Controlling, Geschäfts- und Produktplanung bei Daimler Trucks und künftiger Präsident & CEO von MFTBC unterstreicht: „Ich freue mich sehr, Fuso in dieser neuen Phase seiner geschäftlichen Entwicklung zu

leiten. Ich bin zutiefst davon überzeugt, dass die Mitarbeiter von Fuso die richtigen Antworten auf die künftigen Herausforderungen finden und wir gemeinsam die hoch gesteckten Ziele erreichen können – und dabei stets die Kunden und deren Bedürfnisse im Blick haben werden.“

Seite 8

Über MFTBC

Die Mitsubishi Fuso Truck and Bus Corporation (MFTBC) mit Sitz im japanischen Kawasaki ist einer der führenden Nutzfahrzeughersteller Asiens. 2008 setzte das Unternehmen insgesamt 197.700 leichte, mittelschwere und schwere Lkw sowie Busse ab. Die Daimler AG hält 85 % der Anteile an MFTBC. Die übrigen 15 % werden von verschiedenen Unternehmen der Mitsubishi Group gehalten. MFTBC gehört zum Geschäftsfeld Daimler Trucks der Daimler AG.

Dieses Dokument enthält vorausschauende Aussagen zu unserer aktuellen Einschätzung zukünftiger 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 nicht eintretende Verbesserung oder eine weitere Verschärfung der weltwirtschaftlichen Situation, eine Fortdauer oder eine weitere Verschlimmerung der Turbulenzen an den Kredit- und Finanzmärkten, die zu weiterhin hohen Kosten der Kapitalbeschaffung oder zu einer Einschränkung unserer Finanzierungsmöglichkeiten führen könnten, Veränderungen der Wechselkurse und Zinssätze, die Einführung von verbrauchsgünstigen Produkten durch Wettbewerber und ein möglicher Akzeptanzverlust unserer Produkte oder Dienstleistungen, wodurch unsere Möglichkeit der hinreichenden Auslastung unserer Produktionskapazitäten sowie unsere Möglichkeit von Preissteigerungen beschränkt sein könnte, Preiserhöhungen bei Kraftstoff, Rohstoffen und Edelmetallen, Unterbrechungen der Produktion, die auf Materialengpässen, Belegschaftsstreiks oder Lieferanteninsolvenzen beruhen, ein weiterer Rückgang der Wiederverkaufspreise von Gebrauchtfahrzeugen, die erfolgreiche Umsetzung von Kostenreduzierungs- und Effizienzsteigerungsprogrammen in allen unseren Geschäftsfeldern, einschließlich der erfolgreichen Repositionierung unseres Nutzfahrzeuggeschäfts im NAFTA Raum, die Geschäftsaussichten der Gesellschaften an denen wir eine Beteiligung halten, insbesondere EADS, die Änderungen von Gesetzen, Bestimmungen und behördlichen Richtlinien, insbesondere soweit sie Fahrzeugemission, Kraftstoffverbrauch und Sicherheit betreffen, sowie die Beendigung laufender behördlicher Untersuchungen und der Ausgang anhängiger oder drohender künftiger rechtlicher Verfahren und weitere Risiken und Unwägbarkeiten von denen einige im aktuellen Geschäftsbericht von Daimler unter der Überschrift »Risikobericht« sowie unter den Überschriften »Risk Factors« und »Legal Proceedings« im aktuellen Geschäftsbericht von Daimler nach »Form 20-F« beschrieben sind, der bei der US-Wertpapier-Börsenaufsichtsbehörde eingereicht wurde. Sollte einer dieser Unsicherheitsfaktoren oder 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 von den Umständen am Tag ihrer Veröffentlichung ausgehen.

Weitere Investor Relations Informationen von Daimler im Internet unter <http://www.daimler.com/investor> und auf mobilen Endgeräten unter <http://mobil.daimler.com>.

Für Fragen steht Ihnen gerne unser Investor Relations Team zur Verfügung:

Dr. Michael Mühlbayer

Tel. +49/711-17-93139

Fax +49/711-17-95235

Michael.Muehlbayer@daimler.com

Lutz Deus

Tel. +49/711-17-92261

Fax +49/711-17-94075

Lutz.Deus@daimler.com

Bjoern Scheib

Tel. +49/711-17-95256

Fax +49/711-17-94075

Bjoern.Scheib@daimler.com