

Daimler-Hauptversammlung: Wichtige strategische Weichen für eine erfolgreiche Zukunft sind gestellt

**Investor Relations
Release**

Datum:

14. April 2010

- **Vorstandsvorsitzender Dr. Dieter Zetsche bekräftigt Ergebnisprognose für 2010**
- **Konzernabsatz der Marke Mercedes-Benz im ersten Quartal um 27 Prozent gestiegen**
- **Zusätzliches Wachstum und mehr Effizienz durch Kooperationen mit starken Partnern**
- **Aktive Rolle im technologischen Wandel der Automobilindustrie**
- **CO2-Ausstoß im Jahr 2009 weiter gesenkt**

Berlin – Die Daimler AG (Börsenkürzel DAI) hat in den vergangenen zwölf Monaten in einem äußerst schwierigen Umfeld wichtige strategische Weichen gestellt und die Voraussetzungen für eine erfolgreiche Zukunft geschaffen. „Wir haben uns nicht darauf beschränkt, in der Krise irgendwie den Kopf über Wasser zu halten“, sagt Dr. Dieter Zetsche, Vorstandsvorsitzender der Daimler AG und Leiter Mercedes-Benz Cars, laut vorab veröffentlichtem Redetext zu den etwa 5.000 Aktionären an diesem Mittwoch im Berliner ICC. „Wir haben strategisch weiter unsere Hausaufgaben gemacht. Wir sind für das Rennen um die Zukunft des Automobils hervorragend aufgestellt“, so Zetsche.

Die Entscheidungen, die seit der letzten Hauptversammlung getroffen wurden, ergeben zusammengefasst ein schlüssiges Bild für Daimlers Strategie: „Wir schärfen unsere Marken, treiben den technologischen Wandel voran, wachsen in den wichtigen Märkten, erfüllen veränderte Kundenbedürfnisse und steigern unsere Effizienz“, so Zetsche.

Dass Daimler zuversichtlich nach vorne blicken kann, zeigen die Absatzzahlen von Mercedes-Benz Cars für das erste Quartal 2010. Weltweit ist der Konzernabsatz der Marke Mercedes-Benz um fast 27 Prozent gestiegen. Dank des zunehmenden Erfolges der neuen E-Klasse und S-Klasse hat sich der Absatzmix hin zu größeren Fahrzeugmodellen zugleich verbessert. Im größten Auslandsmarkt USA ist Mercedes-Benz die absatzstärkste deutsche Premium-Marke. Im derzeit wichtigsten Zukunftsmarkt China konnte der Absatz sogar um 136 Prozent gesteigert werden. Zetsche: „Vor diesem Hintergrund ist unser weltweites Absatzziel zwar ehrgeizig, aber realistisch: Wir wollen 2010 etwa doppelt so schnell wachsen wie der globale Pkw-Markt.“

Der Vorstandsvorsitzende bekräftigt erneut den auf der Jahrespressekonferenz im Februar gegebenen Ausblick zur Geschäftsentwicklung 2010. Der Daimler-Konzern geht davon aus, dass der Absatz und der Umsatz in diesem Jahr steigen, aber noch immer deutlich unter dem Niveau des guten Jahres 2008 liegen werden. Insgesamt rechnet Daimler mit einem Konzern-EBIT aus dem laufenden Geschäft von mehr als 2,3 Mrd. €, wozu alle Geschäftsfelder einen positiven EBIT-Beitrag leisten werden.

Ein wichtiger Schritt für den Konzern auf dem Weg zu einem „hochgradig effizienten Geschäftssystem“ ist für Zetsche die jüngste Kooperation, die vor einer Woche mit Renault-Nissan geschlossen wurde. Sie sieht eine Zusammenarbeit auf vier Feldern vor: Smart wird durch eine mit dem Partner gemeinsam entwickelte

Fahrzeugarchitektur für Twingo und smart einen Viersitzer anbieten und damit die Position von smart als junge Marke für praktische und attraktive Stadtautos ausbauen können. Außerdem werden gemeinsam neue Drei- und Vier-Zylinder-Motoren mit kleinerem Hubraum entwickelt. Auch bei leichten Nutzfahrzeugen kommt es zur Zusammenarbeit. Mercedes-Benz Vans wird sein Portfolio um ein komplett neues Einstiegsmodell erweitern. Nissan wiederum wird für seine Luxusmarke Infiniti Benzin- und Dieselmotoren von Mercedes-Benz beziehen.

Bei der Umweltverträglichkeit der Produkte peilt Daimler die Technologieführerschaft an, eine Position, die sie bei der Sicherheit schon lange inne hat. Dazu werden die Verbrennungsmotoren weiter optimiert, mit Hybridmodulen ergänzt und vollelektronische Fahrzeuge mit batterie-elektrischem Antrieb oder mit Brennstoffzelle für das emissionsfreie Fahren entwickelt und produziert. Im Berichtsjahr ging der CO₂-Ausstoß der von Daimler in der Europäischen Union verkauften Pkw um 13g auf 160 g/km zurück. Das Ziel ist, die CO₂-Emissionen der Neuwagenflotte in der Europäischen Union bis zum Jahr 2012 auf unter 140 g/km zu senken.

Auch bei der nachhaltigen Mobilität setzt Daimler auf starke Partnerschaften. Dazu zählen die Beteiligung an Tesla, die Kooperation mit Evonik für die Lithium-Ionen-Technologie und die Zusammenarbeit mit RWE, Enel und Linde zum Aufbau der nötigen Infrastruktur für emissionsfreies Fahren.

Die Welt ist auf dem Weg zum „Auto 2.0“. „Vieles, was nahezu 100 Jahre gesetzt schien, dürfte sich in den kommenden 10 bis 20 Jahren ändern“, betont der Vorstandsvorsitzende. Das gelte vor allem für die Antriebstechnologien. „Das Erdöl wird knapper und teurer und seine Verbrennung trägt zur globalen Erwärmung bei. Die Folgen sind: Die

staatlichen Emissionsvorgaben werden strenger, die Kunden umweltbewusster und die Autos elektrischer“, so Zetsche.

Der Vorstandsvorsitzende begrüßt, dass die Bundesregierung Deutschland zum Leitmarkt für Elektromobilität machen will: „Das ist gut und richtig.“ Der „Elektroauto-Gipfel“ Anfang Mai könnte dafür ein erster Schritt sein. Genauso klar sei aber, dass weitere Schritte folgen müssen. Der politische Handlungsbedarf reiche von der Forschungsförderung und dem Aufbau der Infrastruktur über die Einführung internationaler Standards bis hin zu den richtigen Impulsen bei der Markteinführung. Zetsche: „Generell brauchen wir für den Wandel hin zum elektrischen Fahren die Rückendeckung der Politik. Gemeinsam sind wir stark!“

Daimler hatte für das Jahr 2009 im Februar seine Zahlen vorgelegt. Die Fahrzeugabsätze waren aufgrund der globalen Wirtschaftskrise in allen Fahrzeugsegmenten rückläufig gewesen, was zu einem Umsatzrückgang von 20 Prozent auf 78,9 Mrd. € führte. Durch die vom Konzern frühzeitig ergriffenen Maßnahmen zur Kostenanpassung in Höhe von 5,3 Mrd. € sowie durch weitere Effizienzsteigerungen im Rahmen der laufenden Optimierungsprogramme konnte dem Ergebniseinbruch deutlich entgegengewirkt werden. Das operative Ergebnis lag bei minus 1,5 Mrd. €. Das Konzernergebnis war ebenfalls mit minus 2,6 Mrd. € deutlich negativ.

In Anbetracht dieser außergewöhnlichen Ergebnissituation haben Vorstand und Aufsichtsrat beschlossen, dass Daimler für das abgelaufene Geschäftsjahr ausnahmsweise keine Dividende zahlt. Dieser Beschluss spiegelt ausdrücklich nur die geschäftliche Situation des Jahres 2009 wider. Zetsche: „Wir hätten eine andere Entscheidung getroffen, wenn wir nicht fest davon überzeugt wären: Dieser Schritt ist notwendig und langfristig gerade im Aktionärsinteresse, weil er das

Ausschüttungspotenzial unserer Gewinnrücklagen für die kommenden Jahre erhöht.“ Für das Jahr 2010 will Daimler wieder eine Dividende zahlen. Das Ziel bleibt eine Ausschüttungsquote in der Größenordnung von 40 Prozent des Konzernergebnisses. Seite 5

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 +49/711-17-94075
Michael.Muehlbayer@daimler.com

Bjoern Scheib
Tel. +49/711-17-95256
Fax +49/711-17-94075
Bjoern.Scheib@daimler.com

Lutz Deus
Tel. +49/711-17-92261
Fax +49/711-17-94075
Lutz.Deus@daimler.com

Alexander Vollmer
Tel. +49/711-17-97778
Fax +49/711-17-94075
Alexander.Vollmer@daimler.com