

DaimlerChrysler AG: Neues Geschäftsmodell für smart  
01.04.2005, 08:29

Ad-hoc-Meldung nach §15 WpHG

Strategische Unternehmensentscheidung

DaimlerChrysler AG: Neues Geschäftsmodell für smart

Ad-hoc-Mitteilung übermittelt durch die DGAP.  
Für den Inhalt der Mitteilung ist der Emittent verantwortlich.

- 
- Ziel für smart: Break Even im Jahr 2007
  - Restrukturierungsaufwendungen von bis zu EUR 1,2 Mrd.
  - DaimlerChrysler: Operating Profit 2005 ohne Sonderbelastung durch smart weiterhin leicht über dem Vorjahresergebnis von EUR 5,8 Mrd. erwartet

Stuttgart - Der Vorstand der DaimlerChrysler AG hat am 31. März 2005 ein neues Geschäftsmodell für den Geschäftsbereich smart der Mercedes Car Group beraten. Das Konzept wird in den nächsten Wochen in den Details weiterentwickelt und soll - wie bereits bei der Jahres-Pressekonferenz am 10. Februar angekündigt - Ende April dem Aufsichtsrat der DaimlerChrysler AG zur Entscheidung vorgelegt werden.

Mit dem neuen Geschäftsmodell wird die Kleinwagenmarke auf eine betriebswirtschaftlich solide Basis gestellt werden. Ziel ist, im Jahr 2007 den Break Even zu erreichen.

Das neue Produktkonzept sieht vor, die Entwicklung des Nachfolgers für den smart fortwo intensiv voran zu treiben und auch nach den Spezifikationen des US-Markts zu realisieren. Die nächste Generation des 3-Zylinder-Benzinmotors wird auch von anderen Herstellern verwendet werden. Aufgrund dieser Skaleneffekte wird sich die Kostenposition bei diesem Motorenprojekt erheblich verbessern.

Die Kooperation mit Mitsubishi Motors beim smart forfour wird fortgesetzt. Durch ergebnisverbessernde Maßnahmen ergibt sich bei diesem Produkt zukünftig ein ausgeglichenes Ergebnis.

Die Produktion des smart roadster wird zum Jahresende 2005 eingestellt.

Das Projekt des smart SUV wird nicht weiter verfolgt.

Kern des neuen Geschäftsmodells ist ein Restrukturierungsprogramm, durch welches das Ergebnis im Jahr 2007 um rund EUR 600 Mio. gesteigert werden soll. Dabei werden die Fixkosten innerhalb der nächsten zwei Jahre um rund 30 % gesenkt und die Produktivität erheblich erhöht.

Weiterhin sieht das neue Geschäftsmodell eine grundlegende Veränderung der Organisation vor. Wesentliche Aufgaben in Entwicklung, Vertrieb, Einkauf und Aftersales/Service werden in die jeweiligen Bereiche von Mercedes-Benz Pkw integriert. Dadurch werden erhebliche Synergien erzielt.

Gleichzeitig werden zusätzliche Umsatz- und Marktpotenziale erschlossen. So wird zur Steigerung des Umsatzes die Zahl der smart Vertriebsstützpunkte in der Mercedes-Benz Vertriebsorganisation durch das Shop-in-Shop-Konzept um rund 25 % erhöht werden.

Insgesamt geht DaimlerChrysler davon aus, dass sich die im Jahr 2005 anfallenden Restrukturierungsaufwendungen auf voraussichtlich bis zu EUR 1,2 Mrd. belaufen werden. Diese enthalten Sonderabschreibungen auf Anlagen und Werkzeuge, die Abgeltung von Verpflichtungen gegenüber Dritten und weitere Wertkorrekturen. Weiterhin umfasst das Programm einen deutlichen

Personalabbau. Dazu strebt die Geschäftsführung der smart GmbH sozialverträgliche Lösungen an. Darüber sind in den nächsten Wochen Gespräche mit dem Betriebsrat geplant.

Die erheblichen Restrukturierungsaufwendungen im Zusammenhang mit dem neuen smart-Geschäftsmodell beeinflussen die Ergebnis-Prognose des DaimlerChrysler-Konzerns für 2005. Ohne die Sonderbelastung durch smart erwartet DaimlerChrysler nach einem schwächeren ersten und zweiten Quartal für das Gesamtjahr 2005 weiterhin einen leichten Anstieg des Operating Profit gegenüber 2004.

DaimlerChrysler AG  
Epplestr. 225  
70546 Stuttgart  
Deutschland