

# Mercedes-Benz Cars.

Das Jahr 2014 war für Mercedes-Benz Cars erneut ein Rekordjahr. Absatz und Umsatz haben wir erneut gesteigert, und auch das Ergebnis war deutlich höher als im Vorjahr. Darüber hinaus konnten wir unsere Marktposition in vielen Märkten verbessern. Mit Modellneuheiten wie der C-Klasse, dem kompakten Geländewagen GLA, dem S-Klasse Coupé und dem Mercedes-Maybach haben wir die Attraktivität der Marke Mercedes-Benz weiter erhöht. Außerdem ist die Marke smart mit den neuen Modellen fortwo und forfour erfolgreich in eine neue Ära gestartet. Unsere Produktionskapazitäten haben wir im Berichtsjahr weltweit ausgebaut und damit die Voraussetzungen für künftiges Wachstum geschaffen.

## C.01

### Mercedes-Benz Cars

	2014	2013	14/13
€-Werte in Millionen			Veränd. in %
EBIT	5.853	4.006	+46
Umsatz	73.584	64.307	+14
Umsatzrendite (in %)	8,0	6,2	-
Sachinvestitionen	3.621	3.710	-2
Forschungs- und Entwicklungsleistungen davon aktiviert	4.025 1.035	3.808 1.063	+6 -3
Produktion	1.754.115	1.588.658	+10
Absatz	1.722.561	1.565.563	+10
Beschäftigte (31.12.)	129.106	96.895	+33

## C.02

### Absatz Mercedes-Benz Cars

	2014	2013	14/13
in 1.000 Einheiten			Veränd. in %
Mercedes-Benz	1.630	1.467	+11
davon: A-/B-/CLA-/GLA-Klasse	472	384	+23
C-/SLK-Klasse	363	357	+2
E-/CLS-Klasse	329	332	-1
S-/CL-/SL-Klasse/ SLS/Maybach	125	71	+75
M-/R-/GLK-/GL-/ G-Klasse	342	323	+6
smart	92	98	-6
Mercedes-Benz Cars	1.723	1.566	+10
davon: Westeuropa	669	640	+4
davon: Deutschland	272	280	-3
NAFTA	391	363	+8
davon: USA	344	319	+8
China	293	239	+23
Japan	61	54	+14

**Absatz und Umsatz auf Rekordniveau.** Das Geschäftsfeld Mercedes-Benz Cars, das die Marken Mercedes-Benz mit den Sub-Marken Mercedes-AMG und Mercedes-Maybach sowie die Marke smart umfasst, hat im Berichtsjahr seinen Wachstumskurs nochmals beschleunigt. Der Absatz stieg um 10% auf den neuen Höchststand von 1.722.600 Fahrzeuge und der Umsatz sogar noch deutlicher um 14% auf 73,6 Mrd. €. **C.01** Die Profitabilität konnte im Jahresverlauf kontinuierlich verbessert werden: Insgesamt haben wir das EBIT um 46% auf 5,9 Mrd. € gesteigert. Zu der insgesamt sehr positiven Geschäftsentwicklung haben vor allem unsere neuen und attraktiven Produkte beigetragen. Zudem wirkten sich die Effizienzmaßnahmen aus unserem Programm »Fit for Leadership« positiv auf das Ergebnis aus.

**Fit for Leadership.** »Fit for Leadership« ist ein zentraler Baustein unserer Wachstumsstrategie »Mercedes-Benz 2020«. Kurzfristig bündelt das Programm bestehende und identifiziert zusätzliche Effizienzmaßnahmen, langfristig optimiert es das Geschäftssystem von Mercedes-Benz und schafft die Strukturen für das im Rahmen von Mercedes-Benz 2020 angestrebte Wachstum. Bis zum Jahresende 2014 wurden mit Fit for Leadership Maßnahmen für eine nachhaltige Verbesserung der Kostenstrukturen von rund 2 Mrd. € umgesetzt, die sich ab dem Jahr 2015 in vollem Umfang im Ergebnis auswirken werden. Die erste Phase des Programms haben wir damit wie geplant erfolgreich abgeschlossen. Erhebliche Fortschritte wurden beispielsweise bei der Optimierung der Produktion sowie bei der Reduzierung von Material- und Fixkosten erzielt. Technische und konstruktive Optimierungspotenziale haben wir systematisch ermittelt. Darüber hinaus konnten wir durch neue Prozesse bei der Auftragsvergabe beachtliche Effekte bei den Materialkosten realisieren. In der zweiten Phase des Programms stehen nun verstärkt langfristig orientierte, strukturelle Veränderungen im Fokus. Ziel dabei ist es, die Wettbewerbsfähigkeit von Mercedes-Benz Cars langfristig weiter zu steigern. Hierzu ist es erforderlich, das Geschäftssystem von Mercedes-Benz Cars ganzheitlich auf sich verändernde Umfeldbedingungen, wie zum Beispiel die Globalisierung von Absatz- und Produktionsstrukturen oder die Veränderungen im Produkt-Mix, anzupassen.



Das neue Mercedes-Benz S-Klasse Coupé: atemberaubendes Design und kultivierte Sportlichkeit.

**Mercedes-Benz mit Rekordabsatz.** Im Jahr 2014 haben wir den Absatz der Marke Mercedes-Benz um 11% auf 1.630.100 Pkw gesteigert und damit im vierten Jahr in Folge ein Rekordniveau erzielt. ➔ **C.02** Aufgrund unserer attraktiven neuen Modelle hat sich das Wachstumstempo im Vergleich zum Vorjahr trotz schwieriger Bedingungen in einigen Märkten nochmals leicht erhöht. Insbesondere in China konnten wir unsere Marktposition deutlich verbessern.

In einem volatilen europäischen Marktumfeld behauptete sich Mercedes-Benz insgesamt sehr gut. Besonders deutlich waren die Zuwächse in Spanien (+35%), Großbritannien (+13%) und Frankreich (+9%). In Westeuropa haben wir das Vorjahresniveau um insgesamt 6% übertroffen, obwohl im deutschen Markt ein leichter Rückgang zu verzeichnen war. In den USA haben wir mit 334.000 Fahrzeugen (+8%) mehr verkauft als jemals zuvor. In China hat sich unser Wachstumskurs verstärkt fortgesetzt: Dort stieg der Absatz um 25% auf 275.000 Fahrzeuge. Deutliche Zuwächse konnten wir auch in Japan (+15%), Indien (+14%) und Brasilien (+6%) erzielen.

Zum Absatzwachstum haben vor allem die S-Klasse, unsere Kompaktfahrzeuge und die neuen C-Klasse Modelle beigetragen. 471.700 Kunden wählten im Berichtsjahr ein Modell der A-, B-, CLA- oder der neuen GLA-Klasse: Das war ein Absatzplus von 23%. Weiterhin sehr begehrt waren auch die Limousine und das T-Modell der E-Klasse, sodass der Absatz um 2% auf 252.300 Fahrzeuge zulegte. Insgesamt erreichte der Absatz im E-Klasse Segment mit 329.000 Fahrzeugen nahezu das hohe Vorjahresniveau. Im weltweiten Markt für Luxusfahrzeuge hat Mercedes-Benz seine Position weiter ausgebaut; insgesamt wurden im S-Klasse Segment 125.100 Fahrzeuge (+75%) abgesetzt – mehr als je zuvor in der langjährigen Erfolgsgeschichte dieser Baureihe. Nach wie vor sehr positiv war auch der Geschäftsverlauf bei den Geländewagen: Der Absatz stieg auf das neue Rekordniveau von 341.500 Fahrzeugen (+6%). Mit 362.700 Fahrzeugen (+2%) hat sich die C-Klasse im Jahr des Modellwechsels hervorragend behauptet, obwohl die neuen Modelle erst seit Oktober 2014 in allen Kernmärkten verfügbar sind.

**Die neue C-Klasse – dynamisch und hochwertig.** Mit der neu entwickelten C-Klasse setzt Mercedes-Benz Maßstäbe in der Premium-Mittelklasse. Dank intelligentem Leichtbaukonzept, exzellenter Aerodynamik und neuen, sparsamen Motoren markiert die C-Klasse Effizienz-Bestwerte in ihrer Klasse. Viele neue Assistenzsysteme bieten Sicherheit auf höchstem Niveau, und ein neues Fahrwerk sorgt für beispielhaften Federungs- und Abrollkomfort sowie agile Fahreigenschaften. Optisch setzt die neue C-Klasse mit ihrem klaren und gleichzeitig emotionalen Design sowie ihrem hochklassigen Interieur progressive gestalterische Akzente. Viele weitere Innovationen und Ausstattungsdetails unterstreichen den Komfort und die kultivierte Sportlichkeit der Limousine. In der Summe fühlt sich die Wertanmutung der neuen C-Klasse an wie ein »Upgrade auf eine höhere Klasse«.

Im März feierte die neue C-Klasse Limousine erfolgreich ihre Markteinführung in Europa. Seit September 2014 ist die neue C-Klasse auch als T-Modell verfügbar. Der Kombi glänzt durch klares und gleichzeitig emotional-sportliches Design, innovative Technik, Variabilität sowie ein zum Vorgängermodell nochmals vergrößertes Ladevolumen.

Insgesamt haben unsere Kunden und die Fachpresse die neuen Modelle hervorragend aufgenommen, sodass im Jahr 2014 bereits 219.400 neue C-Klassen ausgeliefert wurden.

**Der neue Mercedes-Benz GLA – das Multitalent.** Der Geländewagen unter unseren neuen Kompaktmodellen ist souverän im Alltag und mobil auch abseits befestigter Straßen. Die hochwertige und mit viel Liebe zum Detail entwickelte Ausstattung sowie der flexible Innenraum positionieren den GLA klar als kompakten Premium-Geländewagen. Der neue GLA komplettiert das umfangreiche SUV-Angebot von Mercedes-Benz. Zugleich ist der GLA das vierte der insgesamt fünf neuen Kompaktmodelle von Mercedes-Benz. Seit März 2014 wird das neue Modell an Kunden ausgeliefert. Als Nummer fünf folgt der CLA Shooting Brake, der ab März 2015 verfügbar sein wird.

**Das neue S-Klasse Coupé – stilsicherer Auftritt und kultivierte Sportlichkeit.** Das neue S-Klasse Coupé, das seit September 2014 verfügbar ist, verbindet die klassischen Proportionen eines sportlichen großen Coupés mit modernem Luxus und zukunftsweisender Technologie. Als Weltpremiere verfügt das S-Klasse Coupé auf Wunsch über das Fahrwerkssystem MAGIC BODY CONTROL mit Kurvenneigefunktion.

**B-Klasse in neuer Bestform.** Nach mehr als 350.000 verkauften Fahrzeugen seit der Markteinführung im Jahr 2011 haben wir die B-Klasse im Berichtsjahr einer umfassenden Modellpflege unterzogen. Sowohl im Inneren als auch außen wurde der kompakte Sportstourer deutlich aufgewertet. Fünf sparsame Dieselmotoren mit einer Verbrauchsspanne von 3,6 bis 5,0 l/100 km, vier effiziente Benziner mit einem Verbrauch von 5,4 bis 6,6 l/100 km, alternative Antriebe (Strom und Gas) sowie auf Wunsch Allradantrieb 4MATIC sorgen für eine einzigartige Auswahl im Segment. Darüber hinaus bleibt der Sportstourer mit einem cw-Wert unter 0,25 Vorbild seiner Klasse. Die ersten Fahrzeuge der neuen B-Klasse wurden im Dezember 2014 ausgeliefert.

**Premiere für Mercedes-Maybach.** Zeitgleich in China und den USA feierten im November 2014 unsere neue Sub-Marke Mercedes-Maybach und das erste Fahrzeug dieser neuen und besonders exklusiven Marke, der Mercedes-Maybach S 600<sup>1</sup>, Premiere. Mercedes-Maybach steht für repräsentative Exklusivität und richtet sich an besonders anspruchsvolle Kunden. Mit der Kombination von höchster Exklusivität, einzigartigem Komfort und modernsten Technologien repräsentiert der neue Mercedes-Maybach S 600<sup>1</sup> die absolute Spitze im automobilen Top-Segment. Darüber hinaus bietet der Mercedes-Maybach S 600<sup>1</sup> eine neue Dimension an Sitz- und Ruhekomfort: Dank aufwendiger Dämmungsmaßnahmen ist das Fahrzeug im Fond die leiseste Serienlimousine der Welt.

**Mercedes-AMG: Driving Performance für Sportwagen-Enthusiasten.** Im September feierte der neue Mercedes-AMG GT seine Weltpremiere – mit diesem Fahrzeug startete die Sportwagen- und Performance-Marke von Mercedes-Benz Cars in einem für das Unternehmen neuen, hochkarätig besetzten Sportwagensegment. Der zweite von Mercedes-AMG komplett in Eigenregie entwickelte Sportwagen untermauert die Erfolgsgeschichte der Marke. Mit dem Einstieg in die Kompaktklasse und der Ausweitung des Modellangebots durch zusätzliche 4MATIC- und S-Modelle hatte Mercedes-AMG bereits zusätzliche Kundengruppen in neuen und etablierten Märkten erreicht. Darüber hinaus wurde im Rahmen der »AMG Green Performance Strategy« der Flottenverbrauch in den vergangenen fünf Jahren mit umfangreichen technischen Maßnahmen um 35% reduziert. Durch neue Motorentechnologien sowie umfassenden Leichtbau werden die AMG Modelle noch effizienter und gehören heute schon zu den emissionsärmsten Fahrzeugen in ihren jeweiligen Segmenten.

**Neue smart Modelle – der Beginn einer neuen Ära.** Im Juli 2014 hat die Marke smart der Presse und der Weltöffentlichkeit zwei komplett neu entwickelte Fahrzeuge präsentiert. Der smart fortwo behält seine kompromisslose »Kürze« von 2,69 m bei, der 3,49 m kurze forfour verbindet smart-typische Eigenschaften mit einem großzügigen Raumgefühl sowie cleveren Beladungsmöglichkeiten. Das Fahrwerk nimmt Anleihen an der Technik größerer Mercedes-Baureihen, und durch die rund 10 cm breitere Spur wurden die Fahreigenschaften gegenüber dem Vorgänger deutlich verbessert. Der smart fortwo ist mit einem Wendekreis von 6,95 m Weltmeister dieser Disziplin, und der smart forfour erreicht mit 8,65 m ebenfalls eine herausragende Agilität. Damit sind beide für die Anforderungen im urbanen Raum bestens gerüstet. Maßgeschneiderte Infotainmentangebote und clevere Connectivity-Lösungen lassen keine Wünsche offen.



Der smart fortwo wurde in nahezu allen Bereichen verbessert und verspricht mit vielen innovativen Details noch mehr Spaß in der Stadt.



Als Lifestyle-Kombi verbindet das neue C-Klasse T-Modell dynamisches Design, hochklassiges Interieur und innovative Technik.

Darüber hinaus überzeugen die neuen smart Modelle mit einer in ihrem Marktsegment wegweisenden Sicherheitsausstattung, wie zum Beispiel der verstärkten Tridion-Zelle, umfassenden Airbag-Lösungen sowie Assistenzsystemen, die sonst dem Premiumbereich vorbehalten sind. Seit November 2014 werden die neuen fortwo und forfour Modelle in den europäischen Märkten ausgeliefert, weitere Märkte folgen im Jahr 2015.

Auch im Jahr des Modellwechsels konnte smart den Absatz mit insgesamt 92.500 (i. V. 98.200) Fahrzeugen vergleichsweise stabil halten. Im Markt für Elektrofahrzeuge war der smart fortwo electric drive<sup>2</sup> weiterhin sehr erfolgreich.

**Weichen für weiteres Wachstum in China gestellt.** Mit insgesamt neun Modellneuheiten, die wir im Jahr 2014 in China eingeführt haben, sowie durch die Stärkung des Vertriebsnetzes und umfangreiche Investitionen in unsere lokalen Produktions- und Forschungsstandorte haben wir im Jahr 2014 in China die Voraussetzungen für weiteres Wachstum geschaffen. Die bereits im Jahr 2013 eingeleitete Zusammenführung unserer Marketing- und Vertriebsaktivitäten zu einer schlagkräftigen Organisationseinheit wurde im Berichtsjahr erfolgreich abgeschlossen. Darüber hinaus haben wir unser Vertriebsnetz um über 100 zusätzliche Betriebe in mehr als 50 Städten auf nahezu 450 Händler im ganzen Land erweitert. Um unsere

wachsende Vertriebsorganisation mit hoch qualifizierten Arbeitskräften versorgen zu können, eröffnete im Juli 2014 in Shanghai das weltweit größte Trainingscenter von Mercedes-Benz für Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter von Pkw-Händlerbetrieben. Damit wir den Erwartungen unserer chinesischen Kunden künftig noch besser gerecht werden können, hat im November 2014 das neue Mercedes-Benz Research & Development Center in Peking seine Arbeit aufgenommen. Die Zusammenarbeit mit unserem chinesischen Partner BAIC Motor Corporation haben wir im Berichtsjahr vertieft: Bei Beijing Benz Automotive Co., Ltd. (BBAC) werden die Fertigungskapazitäten bis zum Jahr 2015 auf über 200.000 Einheiten erweitert und somit mehr als verdoppelt.

Für zusätzliche Absatzimpulse sorgt seit September 2014 die Langversion der neuen C-Klasse, die in und für China produziert wird. Sie wurde speziell für den chinesischen Markt entwickelt und bietet den Mitfahrern im Fond rund 80 mm mehr Beinfreiheit. Mit hochwertigen Werkstoffen und präzise ausgeführten Details vermittelt das Interieur modernen Luxus.

1 Mercedes-Maybach S 600: Kraftstoffverbrauch in l/100 km innerorts 16,9/ außerorts 8,7/kombiniert 11,7; CO<sub>2</sub>-Emissionen in g/km kombiniert 274.

2 smart fortwo electric drive: Stromverbrauch in kWh/100 km 15,1; CO<sub>2</sub>-Emissionen in g/km 0,0.



**Mercedes-Benz mit zahlreichen Preisen prämiert.** Im Jahr 2014 wurde die Marke Mercedes-Benz erneut mehrfach ausgezeichnet. Nicht nur die klassischen Kriterien Sicherheit, Komfort, Wertbeständigkeit und Umweltverträglichkeit standen dabei im Vordergrund, sondern vor allem auch das faszinierende Design unserer Fahrzeuge und die Innovationskraft der Marke. So haben die Leser des Fachmagazins »Auto Zeitung« bei der Wahl der Autos mit dem besten Design die Marke Mercedes-Benz gleich drei Mal auf den Spitzenplatz gesetzt: Der GLA gewann in der Klasse der Geländewagen; die neue C-Klasse siegte bei den Limousinen und wurde darüber hinaus zum Champion aller Klassen gekürt. In fünf von sechs Kategorien wählten die Leser beim AUTO BILD Design Award ein Modell von Mercedes-Benz zum schönsten Auto Deutschlands. Zu den Siegern zählten das neue S-Klasse Coupé, und die C-Klasse war auch hier Design-Champion aller Klassen. Bei der Wahl zum World Luxury Car überzeugte die S-Klasse 69 Top-Journalisten aus 22 Ländern und wurde zum besten Luxusauto weltweit gekürt. Die Marke Mercedes-Benz war in der Studie »Best Global Brands 2014« von Interbrand erneut nicht nur die wertvollste europäische Marke, sondern auch die wertvollste Premium-Automobilmarke der

Welt. Mercedes-Benz ist außerdem die innovationsstärkste Automobilmarke – dies belegt eine Studie des Center of Automotive Management (CAM) und der Unternehmensberatung Pricewaterhouse Coopers (PwC).

**Best Customer Experience.** Dem Kunden ganz individuell zu begegnen, vom ersten Kontakt über die Beratung und die Probefahrt bis hin zum Kauf und After-Sales-Service – das ist der Anspruch von »Best Customer Experience«. Ziel ist es, für neue, moderne Zielgruppen noch attraktiver zu werden und gleichzeitig loyale Kunden weiterhin an die Marke zu binden. Dazu arbeitet Mercedes-Benz mit einem sogenannten Multi-kanalansatz, der eine Vielzahl von unterschiedlichen Vertriebsformaten flexibel miteinander verknüpft und damit das Angebot der klassischen Mercedes-Benz Showrooms ergänzt. Bereits Ende 2013 startete das Unternehmen als erster Premiumhersteller den Online-Vertrieb von Neufahrzeugen in Zusammenarbeit mit der Niederlassung Hamburg. Das Pilotprojekt wurde Anfang 2014 auf Warschau ausgedehnt. Die Auswertung der vereinbarten Probefahrten zeigt, dass über diesen Vertriebskanal vor allem junge Leute erreicht werden.



Progressiv und unverwechselbar: Der neue CLA Shooting Brake verbindet perfekt die Emotion eines Coupés mit der Intelligenz eines Shooting Brake.



**Sportwagen in reinster Form: Der neue Mercedes-AMG GT bietet Rennstrecken-Performance mit hoher Alltagstauglichkeit für Enthusiasten.**

Ein wichtiger Bestandteil von »Best Customer Experience« ist die im März 2014 vorgestellte Dienstleistungsmarke »Mercedes me«. Mercedes me ist der bequeme Zugang zu bestehenden, aber auch künftigen Dienstleistungsangeboten des Unternehmens – jederzeit verfügbar auf der digitalen Plattform [www.mercedes.me](http://www.mercedes.me). Mercedes me ist heute bereits in 15 Ländern verfügbar und an das vor Ort verfügbare Dienstleistungsangebot angepasst. [vgl. S. 30f.](#)

**Ausbau des globalen Produktionsnetzwerks.** Um die Ziele unserer Wachstumsstrategie 2020 zu erreichen, schaffen wir weltweit zusätzliche Kapazitäten und entwickeln unser flexibles und hocheffizientes Produktionsnetzwerk kontinuierlich weiter. Zahlreiche Investitionsentscheidungen unterstreichen die Bedeutung der deutschen Werke in ihrer Rolle als Kompetenzzentren. So haben wir in die Modernisierung und Neuausrichtung unserer deutschen Pkw- und Motorenwerke im Jahr 2014 mehr als 3 Mrd. € investiert. Darüber hinaus erweitern wir die Produktionskapazitäten für unsere Fahrzeuge vor allem in den USA und in China. Um die wachsenden Materialströme im weltweiten Produktionsverbund effizient und flexibel zu organisieren, wird ein neues Logistikzentrum am Standort Speyer errichtet. Hier entsteht die Drehscheibe für die Versorgung unserer Pkw-Werke in China, Südafrika und den USA. Die neue C-Klasse ist unser erstes Fahrzeug, das gleichzeitig auf vier Kontinenten gefertigt wird. Innerhalb von nur sechs Monaten ist die Produktion zunächst im Werk Bremen und danach in East London (Südafrika), Tuscaloosa (USA) und schließlich auch in Peking angelaufen. Dort wird die Langversion der C-Klasse produziert. Als sogenanntes Lead-Werk steuert das Werk Bremen die globale Fertigung der C-Klasse, von der Werkzeugstrategie über die Schulung der Kollegen aus den internationalen Standorten bis hin zur Produktqualität. So stellen wir sicher, dass von Anfang an Top-Qualität an allen Produktionsstandorten gewährleistet ist.

**Weltmeistertitel in der Formel 1.** Dank innovativer Hybridtechnologie und einer hervorragenden Teamleistung hat MERCEDES AMG PETRONAS im Jahr 2014 mit großem Vorsprung die Konstrukteurs-Weltmeisterschaft in der Formel 1 gewonnen. Dabei haben unsere beiden Fahrer nahezu alle Rennen dominiert. Weltmeister wurde Lewis Hamilton, und Platz zwei ging an Nico Rosberg. Der Hybridantrieb des Weltmeisterfahrzeugs F1 W05 Hybrid war das effizienteste und erfolgreichste Antriebsaggregat im Wettbewerb. Nicht zuletzt auch deshalb war die Bilanz der Rennsaison herausragend: Bei insgesamt 19 Rennen gab es 16 Siege (davon elf Doppelsiege), 31 Podiumsplätze und 18 Pole-Positions. Da die neuen Formel-1-Regularien die Verbrauchseffizienz der Fahrzeuge in den Vordergrund rücken, können wir die Erfahrungen aus dem Rennsport, zum Beispiel in der Hybridtechnologie und im Leichtbau, nun verstärkt auch in der Serie nutzen.

**CO<sub>2</sub>-Ausstoß weiter gesenkt.** Mit unseren neuen Motoren und besonders sparsamen Modellvarianten konnten wir den durchschnittlichen CO<sub>2</sub>-Ausstoß der von uns in der Europäischen Union verkauften Pkw im Berichtsjahr nochmals deutlich von 134 auf 129 g/km verringern. Nicht zuletzt auch die neuen Modelle der Kompaktklasse sowie unsere effizienten Hybridantriebe haben hierzu beigetragen. Bis zum Jahr 2016 wollen wir die durchschnittlichen CO<sub>2</sub>-Emissionen unserer Neuwagenflotte in der Europäischen Union auf 125 g/km senken. [vgl. S. 109f.](#)