

Ziele und Strategie.

Als Erfinder des Automobils sehen wir es als unsere Motivation und Verpflichtung, die Mobilität der Zukunft mit herausragenden Produkten und Dienstleistungen sowie richtungweisenden Technologien sicher und nachhaltig zu gestalten. In all unseren Geschäften streben wir die Spitzenposition an. Wir haben uns zum Ziel gesetzt, im Bereich Technologie und Innovationen führend zu sein, unsere Kunden zu begeistern und durch erstklassige Teams weiter profitabel zu wachsen. Damit wollen wir den Wert des Unternehmens kontinuierlich steigern. Für den Konzern haben wir vier strategische Wachstumsfelder definiert, auf die wir uns in den kommenden Jahren konzentrieren werden.

Vier Ziele

Führend in Technologie und Innovation. Im Bereich Technologie und Innovation setzen wir Maßstäbe. Mit unseren Produkten wollen wir in allen Geschäftsfeldern im Bereich der Sicherheit, beim autonomen Fahren von Pkw und Nutzfahrzeugen sowie bei »grünen« Technologien führend sein. Dabei nutzen wir die Potenziale einer gemeinsamen Forschung und setzen – wenn möglich – gleiche Systeme und Lösungen ein. Im Hinblick auf den Einsatz digitaler Technologien wollen wir sowohl mit unseren Produkten als auch im Kontakt zum Kunden führend sein.

Begeisterte Kunden. Mit führenden Marken in allen Geschäftsfeldern schaffen wir Werte für unsere Kunden. Bei der Kundenzufriedenheit wollen wir in allen relevanten Bewertungen an der Spitze stehen und mit unserer exzellenten Qualität die Kunden überzeugen. Hierzu schaffen wir Schnittstellen im Kauf- und Nutzungsprozess, die uns jederzeit den Kontakt mit dem Kunden ermöglichen. Darüber hinaus bieten wir unseren Kunden maßgeschneiderte Transport- und Mobilitätsdienstleistungen an.

Erstklassige Teams. Wir arbeiten in Teams, in denen Diversität beim Geschlecht, bei der Nationalität und im Generationenmix groß geschrieben wird. Unsere Mitarbeiter sind stolz darauf, bei Daimler zu arbeiten, und wir sind für Bewerber ein Arbeitgeber erster Wahl. Die vier Unternehmenswerte Begeisterung, Wertschätzung, Integrität und Disziplin bilden das Fundament unseres Handelns. Integrität hat eine besondere Bedeutung für unser Unternehmen. Sie ist Bestandteil unserer Haltung und leitet unser Handeln in Bezug auf die Mitarbeiter, das Unternehmen, Geschäftspartner und Kunden. Wir sind überzeugt, dass integriertes Wirtschaften uns dauerhaft erfolgreicher macht und auch der Gesellschaft zugutekommt.

Profitables Wachstum. Bei der Umsatzrendite (EBIT gemessen am Umsatz) haben wir uns durchschnittlich 9 % für das Automobilgeschäft als Ziel gesetzt. Basis hierfür sind die Zielrenditen der einzelnen Geschäftsfelder, die wir nachhaltig erreichen wollen: 10% für Mercedes-Benz Cars, 8% für Daimler Trucks, 9% für Mercedes-Benz Vans und 6% für Daimler Buses. Für das Geschäftsfeld Daimler Financial Services haben wir uns eine Eigenkapitalrendite von 17% vorgenommen.

Mit unserer Wachstumsstrategie »Mercedes-Benz 2020« streben wir im Geschäftsfeld Mercedes-Benz Cars bis zum Ende der Dekade die Führungsrolle bei Premiumfahrzeugen an. Mit der Marke smart werden wir unsere Vorreiterrolle bei urbaner Mobilität weiter ausbauen. Bei Daimler Trucks wollen wir unsere Führungsposition im globalen Lkw-Geschäft weiter festigen. Mercedes-Benz Vans strebt mit der Geschäftsfeldstrategie »Mercedes-Benz Vans goes global« weiteres profitables Wachstum auch außerhalb der bisherigen Märkte und Marktsegmente an. Daimler Buses wird seine Spitzenposition bei Bussen über 8 t zulässigem Gesamtgewicht weiter stärken. Daimler Financial Services will sich als bester herstelleregebundener Finanzdienstleister positionieren und wird gemeinsam mit unserem Automobilgeschäft sowie zusätzlich im Bereich Mobilitätsdienstleistungen weiter wachsen.

Um unsere Rentabilität auch unter schwierigen Marktbedingungen abzusichern, passen wir unser Geschäftssystem so an, dass wir schnell und flexibel auf Marktschwankungen reagieren können und möglichst marktnah Wertschöpfung schaffen.

Nachhaltigkeit ist ein fester Bestandteil unseres Handelns. Nachhaltigkeit bedeutet für uns verantwortungsvolles unternehmerisches Tun für den langfristigen ökonomischen Erfolg im Einklang mit Umwelt und Gesellschaft.

A.09

Strategische Wachstumsfelder



Vier strategische Wachstumsfelder

Über vier strategische Wachstumsfelder wollen wir unsere Ziele erreichen. ➔ A.09

Wir werden

- das Kerngeschäft weiter stärken,
- in neuen Märkten weiter wachsen,
- in »grünen« Technologien und bei Sicherheit führend sein und
- die Vernetzung und neue Mobilitätskonzepte maßgeblich vorantreiben.

Das Kerngeschäft stärken. Im Zentrum eines starken Kerngeschäfts stehen erstklassige Produkte, wettbewerbsfähige Kostenstrukturen und eine am Kunden orientierte Organisation. Um uns strukturell auf Wachstum und mehr Kundenorientierung auszurichten, stellen wir unsere Organisation noch stärker nach Geschäftsfeldern auf und bündeln unsere Aktivitäten im Verkauf und Service, um eine durchgehende Kundenbetreuung über den gesamten Lebenszyklus unserer Produkte sicherzustellen.

Mit einer umfassenden Modelloffensive wird das Produktprogramm von **Mercedes-Benz Cars** in allen Segmenten erneuert und erweitert. Im Rahmen der Wachstumsstrategie, die wir im Jahr 2012 verabschiedet haben, bringen wir im Zeitraum 2012 bis 2020 insgesamt mehr als 30 neue Pkw-Modelle auf den Markt. Fast die Hälfte davon wird ohne Vorgänger im aktuellen Produktportfolio sein. Im Jahr 2014 haben wir mit dem GLA Coupé und der C-Klasse Langversion für den chinesischen Markt bereits zwei dieser neuen Modelle auf den Markt gebracht. Im Jahr 2015 werden wir unser Modellangebot unter anderem mit dem Mercedes-Maybach, dem CLA Shooting Brake, dem Mercedes-AMG GT und dem GLE Coupé erweitern und zwei weitere S-Klasse Modelle vorstellen. Zudem wird fast unser komplettes SUV-Angebot erneuert.

Unsere Modulstrategie werden wir erfolgreich umsetzen. Dadurch können wir die steigende Komplexität durch zusätzliche Modellvarianten, die immer kürzer werdenden Innovationszyklen sowie den Ausbau des internationalen Produktionsnetzwerks erfolgreich bewältigen. Mit der höheren Standardisierung und Modularisierung der Produktionswerke begrenzen wir den Investitionsbedarf und senken die Fixkosten. Durch die Klassifikation von Lead- und Partnerwerken sichern wir den Know-how-Transfer und den hohen Qualitätsstandard von »Made by Mercedes« weltweit. In weniger als sechs Monaten haben wir zum Beispiel die Produktion der neuen C-Klasse in vier Werken auf vier Kontinenten gestartet und damit einen Meilenstein im globalen Produktionsmanagement erreicht. Im Zuge der Produkterneuerung und -erweiterung entwickeln wir unsere Marken konsequent weiter. »Das Beste« dient dabei als Anspruch für die Marke Mercedes-Benz. In der Beziehung zum Kunden setzen wir verstärkt digitale Medien ein. Mit neuen Verkaufsformaten, wie zum Beispiel mobilen Verkaufspavillons, schaffen wir Begegnungspunkte, um auch mit neuen Kunden Kontakt aufzunehmen.

Mit dem Ziel, nachhaltig profitabel zu wachsen, haben wir unsere Wachstumsstrategie »Mercedes-Benz 2020« um das Programm »Fit for Leadership« ergänzt. Durch Fit for Leadership konnten wir unsere Kostenstrukturen in den vergangenen beiden Jahren um insgesamt 2 Mrd. € verbessern. Darüber hinaus geht es bei Fit for Leadership auch darum, unser Geschäftssystem strukturell auf Wachstum auszurichten und flexibler und wettbewerbsfähiger zu machen. Neben der Modulstrategie und der Neuausrichtung des internationalen Produktionsnetzwerks trägt dazu auch die Restrukturierung des Vertriebs in Deutschland bei.

Mit der Marke smart und den neuen Modellen smart fortwo und forfour werden wir unseren Anspruch »Beste Marke urbaner Mobilität« weiter realisieren und unsere Position im Bereich Elektromobilität ausbauen.

Daimler Trucks setzt auf Technologieführerschaft und globale Präsenz. Die intelligente Nutzung von Plattformen ermöglicht es uns, maßgeschneiderte Technologie für unsere Kunden weltweit zu liefern und gleichzeitig unsere Größenvorteile bestmöglich auszuschöpfen. Wir erreichen dies zum einen, indem wir innovative Spitzentechnologie in die Kernmärkte der Triade (Westeuropa, Nordamerika, Japan) bringen, zum anderen, indem wir unsere klassische und bewährte Technologie in Märkten wie Brasilien, China und Russland einsetzen, und schließlich, indem wir Märkte wie Indien, Afrika und teilweise Asien mit einfacher und lokal produzierter Technologie bedienen. Mit unserem aktuellen Produktprogramm bei Daimler Trucks sind wir so breit und stark aufgestellt wie nie zuvor. In Europa wurde mit dem SLT ein echtes Schwergewicht mit einem Gesamtzuggewicht von 250 t für den europäischen Markt geschaffen. Mit dem neuen Western Star 5700XE in Nordamerika und mit dem FUSO Super Great V in Japan haben wir im Jahr 2014 zwei weitere Modelle vorgestellt, die in puncto Verbrauch im Wettbewerb überzeugen. Unsere globale Aufstellung wollen wir durch lokale Wertschöpfung in den wichtigen Absatzmärkten weiter ausbauen.

Mit unserem Programm »Daimler Trucks #1« sichern wir unsere Profitabilitätsziele nachhaltig ab. Das Effizienzziel von 1,6 Mrd. € wird ab 2015 voll wirksam. In diesem Rahmen verfolgen wir aber auch das Ziel, auf der Absatz- und Erlösseite weiter zu wachsen. Wir haben eine Vielzahl von Initiativen gestartet. Das umfasst den Verkauf von Neufahrzeugen genauso wie After-sales. Auch im Bereich der Dienstleistungen rund um den Lkw sehen wir große Chancen. Außerdem verbessern wir durch bereichsübergreifende Initiativen das Zusammenspiel der einzelnen Geschäftseinheiten und Funktionen und können so das Potenzial unserer globalen Aufstellung noch besser ausschöpfen. Ein wichtiger Schritt in diesem Zusammenhang war die Bündelung von Teilen des Asien-Geschäfts in einem integrierten Ansatz, dem »Asia Business Model«. Durch die Kooperation der Mitsubishi Fuso Truck and Bus Corporation und der Daimler India Commercial Vehicles in den Bereichen Produktentwicklung, Produktion und Vertrieb können Synergien realisiert und zusätzliches Wachstum in den Regionen Asien und Afrika generiert werden.

Mercedes-Benz Vans wird mit neuen Produkten und Technologien das geplante weltweite Wachstum unterstützen. Mit der Erneuerung des Flaggschiffs bei den großen Transportern, des Mercedes-Benz Sprinter, im Jahr 2013 und mit dem neuen Vito, den wir im Jahr 2014 für die gewerblichen Kunden eingeführt haben, sind wir für die Zukunft produktseitig sehr gut aufgestellt. Darüber hinaus wollen wir durch die Einführung des Vito und den Aufbau einer lokalen Fertigung für den Sprinter an der steigenden Nachfrage im NAFTA-Raum noch stärker partizipieren. Außerdem haben wir im Jahr 2014 die V-Klasse eingeführt. Sie rückt nicht nur in der Namensgebung, sondern auch im Produktkonzept noch näher in Richtung Pkw und kreiert damit das neue Segment der Premium-Großraumlimousine.

Daimler Buses legt den Fokus der nächsten Jahre auf weiteres Wachstum und Effizienzsteigerung. Dabei wollen wir mit den Marken Mercedes-Benz und Setra nicht nur im Absatz, sondern auch mit Serviceinnovationen weltweit wachsen. Das Produktangebot von Daimler Buses zeichnet sich durch eine hohe Kraftstoffeffizienz, Wirtschaftlichkeit, Umweltverträglichkeit und Sicherheit aus. Mit der Umstellung des Modellprogramms auf Euro VI sind wir heute Vorreiter im Verbrauch. Bei der Sicherheit setzen wir ab 2015 erneut Standards mit dem Einsatz des neuen Notbremssystems Active Brake Assist (ABA 3) im Mercedes-Benz Reisebus Travego und in den Setra Reisebussen der neuen Baureihe 500. Die Setra MultiClass Produktreihe haben wir durch Low-Entry-Überland-Linienfahrzeuge ergänzt, die Wirtschaftlichkeit und Funktionalität vereinen. Mit dem neuen Gelenkbus Mercedes-Benz Citaro G und dem Mercedes-Benz CapaCity L bieten wir Busvarianten an, mit denen eine größere Anzahl von Personen befördert werden kann. Damit stellen wir Fahrzeuge mit einer idealen Beförderungskapazität für weltweite Bus Rapid Transit (BRT)-Systeme zur Verfügung.

Daimler Financial Services setzt ebenfalls auf profitables Wachstum. Das Geschäftsfeld wird mit den Modell- und Markt-offensiven bei Pkw und Nutzfahrzeugen weiter wachsen und gleichzeitig das Angebot in den Bereichen Finanzierung, Leasing und Versicherungen sowie bei den Mobilitätsdienstleistungen weiter ausbauen. Bereits heute werden über vier von zehn Fahrzeugen aus dem Daimler-Konzern von Daimler Financial Services finanziert oder verleast. Der Ausbau digitaler Vertriebskanäle und die noch stärkere Vernetzung mit den Geschäftsfeldern stehen ebenfalls im Vordergrund. Im Bereich Mobilität für Individualkunden hat Daimler Financial Services seine Dienstleistungen in einer eigenen Gesellschaft, der »moovel GmbH«, gebündelt.

Das exzellente Ranking von Daimler Financial Services in der Arbeitgeberattraktivität im Jahr 2014 ist auch weiterhin Ansporn, das hohe Zufriedenheitsniveau der Mitarbeiter zu halten und für externe Bewerber weiterhin sehr attraktiv zu sein.

In neuen Märkten wachsen. Das Wachstum der weltweiten Automobilnachfrage wird in den kommenden Jahren zum größten Teil in den Märkten außerhalb Europas, Nordamerikas und Japans stattfinden. Zwar stärken wir auch weiterhin unsere Position in den traditionellen Märkten, darüber hinaus wollen wir jedoch vor allem in Brasilien, Russland, Indien, China und auch in weiteren Schwellenländern wachsen.

Um die Absatzziele von Mercedes-Benz Cars zu erreichen, verstärken wir unsere lokalen Aktivitäten insbesondere in China, Brasilien und Indien. In **China** erhöhen wir die Kapazitäten für die bereits vor Ort gefertigten Baureihen. Dort produzieren wir den Geländewagen GLK sowie die Langversion der E-Klasse und seit dem Jahr 2014 auch die Langversion der neuen C-Klasse. Mit der lokalen Produktion des neuen kompakten Geländewagens GLA starten wir im Frühjahr 2015. Ein neues Motorenwerk für Vierzylinder-Motoren wurde im November 2013 eröffnet. Im aussichtsreichen Segment der Elektrofahrzeuge haben wir gemeinsam mit dem chinesischen Batterie- und Fahrzeughersteller BYD ein batterieelektrisches Fahrzeug entwickelt. Das Elektrofahrzeug unter dem Markennamen DENZA wurde im Jahr 2014 in China eingeführt. Bei den mittelschweren und schweren Lkw bauen wir in China auf die Zusammenarbeit mit unserem Partner Foton. Mercedes-Benz Vans produziert in Kooperation mit Fujian Benz Automotive Corporation die Modelle Vito, Viano und Sprinter für den chinesischen Markt. Mit einem neuen eigenen Forschungs- und Entwicklungszentrum in Peking setzen wir die Internationalisierungsstrategie des Forschungs- und Entwicklungsbereichs fort. In Zukunft werden dort insgesamt rund 500 Mitarbeiter tätig sein. Außerdem haben wir im Jahr 2014 unser Händlernetz in China weiter ausgebaut und unser weltweit größtes Schulungszentrum für Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter von Pkw-Händlerbetrieben eröffnet.

In **Brasilien** werden wir ab dem Jahr 2016 die C-Klasse und den GLA für den lokalen Markt fertigen. Daimler Trucks investiert in die Erneuerung des Produktprogramms und will damit mittelfristig seine starke Marktposition weiter ausbauen. Gleichzeitig werden die beiden Produktionswerke São Bernardo do Campo und Juiz de Fora modernisiert.

In **Russland**, dem größten europäischen Lkw-Markt, führen wir unsere Kooperation mit unserem Partner Kamaz fort. Die bislang getrennt operierenden Joint Ventures »Mercedes-Benz Trucks Vostok« und »Fuso Kamaz Trucks Rus« werden künftig in einer neuen Gesellschaft zusammengeführt. Mercedes-Benz Vans fertigt gemeinsam mit dem Nutzfahrzeughersteller GAZ seit dem zweiten Halbjahr 2013 den Sprinter Classic in Russland.

In **Indien** produziert Daimler Trucks seit Juni 2012 erfolgreich Lkw der neuen Marke BharatBenz. Im Jahr 2013 haben wir am Standort Chennai auch die Fertigung von Lkw der Marke FUSO für den Export aufgenommen. Mit FUSO Lkw aus der indischen Produktion sollen insbesondere weitere preisensensible Märkte in Asien und Afrika beliefert werden. Daimler Buses hat die lokalen Geschäftsaktivitäten in die Daimler India Commercial Vehicles integriert und baut bis 2015 eine lokale Busproduktion vor Ort auf. Parallel zur Erweiterung des internationalen Produktionsnetzwerks verstärken wir unser internationales Forschungs- und Entwicklungsnetzwerk auch in Indien.

Das Geschäftsfeld Daimler Financial Services baut in Verbindung mit den Wachstumsstrategien der Geschäftsfelder sukzessive seine Geschäftsaktivitäten weiter aus und bietet regional zugeschnittene Leasing- und Finanzierungsmodelle an. In China zum Beispiel wird das Fahrzeuggeschäft durch neue und flexible Finanzierungsmodelle unterstützt, die speziell auf die Wünsche jüngerer und trendbewusster chinesischer Kunden zugeschnitten sind.

Über die BRIC-Staaten hinaus expandieren wir in weiteren Wachstumsmärkten außerhalb der Triade.

Führend bei »grünen« Technologien und bei der Sicherheit sein. Als Pioniere des Automobilbaus haben wir den Anspruch, die Zukunft der Mobilität sicher und nachhaltig zu gestalten. Unterschiedliche Mobilitätsanforderungen erfordern auch differenzierte Antriebslösungen. Unser Portfolio reicht von optimierten Verbrennungsmotoren über die Hybridisierung bis hin zum lokal emissionsfreien Fahren. Im Jahr 2014 konnten wir den CO₂-Ausstoß der in der Europäischen Union neu zugelassenen Fahrzeuge von Mercedes-Benz Cars im Durchschnitt auf 129 g/km verringern. Bis zum Jahr 2016 verfolgen wir das Ziel, die CO₂-Emissionen unserer Neuwagenflotte in der Europäischen Union auf durchschnittlich 125 g/km zu senken.

Bei der neuen C-Klasse verbrauchen einzelne Modelle rund 30% weniger als der Vorgänger. Der S 500 PLUG-IN HYBRID¹ verbindet die Fahrleistungen eines Achtzylinder-Motors mit dem Verbrauch eines Kleinwagens und ermöglicht bis zu 33 km völlig emissionsfreies Fahren. Die konsequente Hybridisierung ist ein wichtiger Bestandteil der Antriebsstrategie von Mercedes-Benz Cars. Im Zeitraum 2014 bis 2017 wollen wir insgesamt zehn Plug-in-Hybrid-Modelle auf den Markt bringen. Im Jahr 2014 haben wir das Angebot serienmäßig hergestellter Elektrofahrzeuge um die neue B-Klasse mit elektrischem Antrieb für die USA und Europa ergänzt. Unter der Marke DENZA bieten wir ein Elektrofahrzeug ausschließlich für den chinesischen Markt an. Gemeinsam mit Ford und unserem strategischen Kooperationspartner Nissan treiben wir die Kommerzialisierung von Brennstoffzellenfahrzeugen weiter voran. Dass Brennstoffzellenfahrzeuge serientauglich sind, bewies im Herbst 2014 eine B-Klasse F-CELL² aus der aktuellen Brennstoffzellenflotte von Mercedes-Benz. Das Fahrzeug stellte mit 300.000 unter normalen Alltagsbedingungen gefahrenen Kilometern einen Dauerlaufrekord auf. Um die notwendige Infrastruktur bereitzustellen, kooperieren wir beim Ausbau des Wasserstoff-Tankstellennetzes in Deutschland mit führenden Industrieunternehmen.

¹ S 500 PLUG-IN HYBRID: Kraftstoffverbrauch in l/100 km kombiniert 2,8; CO₂-Emissionen in g/km kombiniert 65; Stromverbrauch in kWh/100 km 13,5;
² B-Klasse F-CELL: H₂-Verbrauch in kg/100 km 0,97; CO₂-Emissionen in g/km 0,0.

Auch bei unseren Lkw und Bussen senken wir den Verbrauch kontinuierlich. Zur Erfüllung der Euro-VI-Abgasnorm, die im Jahr 2014 bei Lkw und Bussen in Kraft getreten ist, waren aufwendige Technologien zur Abgasnachbehandlung erforderlich, die den Verbrauch zunächst einmal erhöhen. Durch verschiedene Maßnahmen, zum Beispiel effizientere Motoren oder eine verbesserte Aerodynamik, konnten wir diesen Effekt jedoch kompensieren, sodass im Jahr 2014 in Summe weitere Einsparungen möglich waren. So hat der Actros in vielen Verbrauchstests seine Vorreiterrolle in Bezug auf Wirtschaftlichkeit unter Beweis gestellt. Mit neuen kraftstoffsparenden Technologien, wie dem innovativen Assistenzsystem Predictive Powertrain Control (PPC), arbeiten wir kontinuierlich daran, den Kraftstoffverbrauch weiter zu reduzieren. Auf dem nordamerikanischen Markt ist der Freightliner Cascadia Evolution derzeit der Schwer-Lkw mit dem geringsten Kraftstoffverbrauch. Auch bei den Bussen haben wir mit den neuen Euro-VI-Modellen eine Reduzierung des Verbrauchs von bis zu 8% erreicht. In der Hybridtechnologie sind wir bei Nutzfahrzeugen weltweit führend. Der Canter Eco Hybrid spart bis zu 23% Kraftstoff und amortisiert seinen Mehrpreis in nur wenigen Jahren. Mit dem emissionsfreien FUSO Canter E-CELL, der im Kundenversuch getestet wird, haben wir heute schon eine Antwort auf die künftig zunehmenden Emissionsbeschränkungen in Ballungsgebieten.

In Europa wollen wir den Verbrauch unserer Lkw-Flotte im Zeitraum von 2005 bis 2020 um 20% reduzieren. Wir haben gegenüber dem Jahr 2005 mit Einführung der neuen Actros-Baureihe im Jahr 2011 bereits 10% Reduktion beim Verbrauch und bei den CO₂-Emissionen erreicht und arbeiten konsequent an der Realisierung der nächsten 10%.

Auch was die aktive und passive Sicherheit betrifft, werden wir bei Pkw und Nutzfahrzeugen unsere Vorreiterrolle weiter ausbauen. Unser Ziel ist es, Sicherheit auf höchstem Niveau für alle Baureihen verfügbar zu machen. Das im Jahr 2014 neu eingeführte C-Klasse T-Modell übernimmt dabei neue und um wesentliche Funktionen erweiterte Assistenzsysteme aus der S- und E-Klasse. Aber auch bei unseren kleineren Fahrzeugen sind wir, was die Sicherheit betrifft, vorne. Mit dem in der neuen Generation der B-Klasse serienmäßig enthaltenen COLLISION PREVENTION ASSIST PLUS kann die Zahl schwerer Auffahrunfälle im Vergleich zu Fahrzeugen ohne ein entsprechendes System um bis zu 30% gesenkt werden. Das Forschungsfahrzeug S 500 INTELLIGENT DRIVE ist ein Meilenstein auf dem Weg zum autonomen Fahren. Bereits Ende dieser Dekade wollen wir in einem Serienfahrzeug autonomes Fahren ermöglichen. Mit dem Mercedes-Benz Future Truck 2025 werden wir autonomes Fahren auch beim Lkw realisieren und damit für mehr Sicherheit auf den Autobahnen sorgen. Mithilfe des neuen Blind Spot Assist lassen sich Kollisionen beim Abbiegen verhindern. Und mit dem Active Brake Assist 3 wird das Fahrzeug schon heute vor stehenden Hindernissen durch Vollbremsung zum Stillstand gebracht.

Vernetzung und neue Mobilitätskonzepte maßgebend vorantreiben. In den nächsten zehn Jahren werden rund 60% der Weltbevölkerung in Städten leben. Und digitale Technologien verändern Produkte sowie Dienstleistungen und nehmen Einfluss auf die komplette Wertschöpfung unseres Unternehmens in einem bisher nicht gekannten Ausmaß. Für Daimler entstehen neue Geschäftspotenziale, die wir in zweifacher Hinsicht nutzen wollen: Zum einen bauen wir unser Angebot an Mobilitätsdienstleistungen weiter aus. Hierzu zählen unterschiedliche Mobilitätskonzepte für den privaten, geschäftlichen und öffentlichen Bereich, zum Beispiel car2go, CharterWay, Bus Rapid Transit (BRT) oder die Mobilitätsplattform »moovel«. Mit moovel bieten wir unseren Kunden die Möglichkeit, unterschiedliche individuelle und öffentliche Mobilitätsangebote optimal miteinander zu verbinden und über ein Bezahlssystem abzurechnen. car2go, unser erstes und erfolgreichstes Geschäft bei Mobilitätsdienstleistungen, bauen wir international weiter aus und nutzen es als integralen Bestandteil von moovel. Zum Jahresende 2014 war car2go mit 29 Standorten in Europa und Nordamerika vertreten, und die Mobilitätsangebote von moovel verzeichneten erstmals mehr als eine Million Kunden. Unser Geschäft mit innovativen Mobilitätsdienstleistungen haben wir für den Individualkunden in einer eigenen Gesellschaft, der moovel GmbH, innerhalb des Geschäftsfelds Daimler Financial Services gebündelt. Darüber hinaus sichern und erweitern wir unser Angebot zum Beispiel durch die Übernahme des mytaxi-Anbieters Intelligent Apps GmbH sowie des US-amerikanischen Mobilitätsanbieters RideScout LLC. Mit diesen Akquisitionen stärkt moovel die Präsenz im internationalen Mobilitätsmarkt und beschleunigt die globale Entwicklung dieser Wachstumsbranche.

Zum anderen erproben und erweitern wir unser Angebot im Bereich innovativer Dienstleistungen insbesondere auf der Grundlage zunehmender Digitalisierung und Vernetzung. Unter der Servicedachmarke »Mercedes me« bündeln wir alle bestehenden und künftigen Dienstleistungsangebote für unsere Kunden in einer digitalen Plattform im Internet. Zu »Mercedes me« gehört unter anderem der neue Service »Mercedes connect me«, der über ein integriertes Kom-Modul im Fahrzeug nutzbar ist. Zum verfügbaren Service zählen beispielsweise Unfall-, Wartungs- und Pannenmanagement sowie die Telediagnose. Der Roll-out wurde mit dem C-Klasse T-Modell und der neuen Generation der B-Klasse 2014 gestartet.

Auch im Lkw-Bereich erweitern wir unser Angebot mit digitalen Dienstleistungen. Mit dem in Nordamerika verfügbaren »Detroit Virtual Technician« kann das Kundenservicecenter unseres Motoren- und Aggregateherstellers Detroit die Motordaten analysieren, Probleme diagnostizieren und den notwendigen Service beauftragen.

Umfangreiche Investitionen in die Zukunft des Unternehmens

Um unsere Wachstumsstrategie mit neuen Produkten, innovativen Technologien und modernen Produktionskapazitäten umzusetzen, führen wir unsere Investitionsoffensive in den kommenden Jahren mit Nachdruck fort. Insgesamt werden wir deshalb in den Jahren 2015 und 2016 rund 11 Mrd. € in Sachanlagen sowie mehr als 13 Mrd. € in Forschungs- und Entwicklungsprojekte investieren. ➔ **A.10 bis A.13**

Die Sachinvestitionen gehen im Wesentlichen in die Produktionsvorbereitungen für unsere neuen Modelle, die Modernisierung und Neuausrichtung unserer Produktionsanlagen in Deutschland, die lokale Produktion in den Wachstumsmärkten sowie den Ausbau unserer Vertriebsorganisation.

👁️ vgl. S. 92

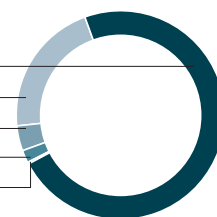
Unsere Aufwendungen für Forschung und Entwicklung fließen vor allem in neue Produkte sowie innovative Antriebs- und Sicherheitstechnologien. Im Zeitraum 2012 bis 2020 bringen wir insgesamt mehr als 30 neue Pkw-Modelle auf den Markt, und auch bei den Nutzfahrzeugen werden wir unser Modellangebot konsequent weiterentwickeln. Darüber hinaus wollen wir den Verbrauch unserer Fahrzeuge und damit auch die CO₂-Emissionen unter anderem auch durch innovative Hybridantriebe weiter deutlich reduzieren. In den Bereichen Sicherheit und autonomes Fahren werden wir bei Pkw und Nutzfahrzeugen auch künftig Maßstäbe setzen. 👁️ vgl. S. 104f.

A.10

Sachinvestitionen 2015 – 2016

in %

| | |
|----------------------------|-------|
| Mercedes-Benz Cars | 73 % |
| Daimler Trucks | 21 % |
| Mercedes-Benz Vans | 4 % |
| Daimler Buses | 2 % |
| Daimler Financial Services | 0,3 % |



A.11

Sachinvestitionen

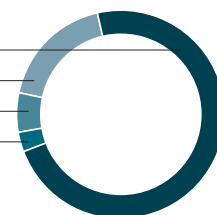
| | Ist 2013 | Ist 2014 | 2015 – 2016 |
|----------------------------|----------|----------|-------------|
| in Milliarden € | | | |
| Daimler-Konzern | 5,0 | 4,8 | 11,1 |
| Mercedes-Benz Cars | 3,7 | 3,6 | 8,1 |
| Daimler Trucks | 0,8 | 0,8 | 2,3 |
| Mercedes-Benz Vans | 0,3 | 0,3 | 0,5 |
| Daimler Buses | 0,1 | 0,1 | 0,2 |
| Daimler Financial Services | 0,02 | 0,02 | 0,03 |

A.12

Forschungs- und Entwicklungsleistungen 2015 – 2016

in %

| | |
|--------------------|------|
| Mercedes-Benz Cars | 73 % |
| Daimler Trucks | 18 % |
| Mercedes-Benz Vans | 6 % |
| Daimler Buses | 3 % |



A.13

Forschungs- und Entwicklungsleistungen

| | Ist 2013 | Ist 2014 | 2015 – 2016 |
|--------------------|----------|----------|-------------|
| in Milliarden € | | | |
| Daimler-Konzern | 5,5 | 5,7 | 13,3 |
| Mercedes-Benz Cars | 3,8 | 4,0 | 9,7 |
| Daimler Trucks | 1,2 | 1,2 | 2,4 |
| Mercedes-Benz Vans | 0,3 | 0,3 | 0,8 |
| Daimler Buses | 0,2 | 0,2 | 0,4 |