

Zetsche predigt seinen Aktionären den großen Wandel

Rund 6000 Aktionärinnen und Aktionäre der Daimler AG kamen heute zur Hauptversammlung der Daimler AG im „City Cube“ nach Berlin. Manfred Bischoff, Vorsitzender des Aufsichtsrats der Daimler AG, hatte für sie zur Begrüßung die erste gute Botschaft parat: „Daimler ist heute so erfolgreich wie nie zuvor.“ Gleichzeitig mahnte er, auch für Daimler seien grundlegende Veränderungen notwendig. Dazu gehören laut Bischoff sowohl die technischen und gesellschaftlichen Entwicklungen, die die Industrie wesentlich verändern, als auch die organisatorische Neuausrichtung des Konzerns.

Dieter Zetsche, Vorstandsvorsitzender der Daimler AG und Leiter Mercedes-Benz Cars, nahm die Vorlage an: „Bei Daimler nutzen wir Chancen, die sich aus Veränderungen ergeben. Darum stehen wir heute an der Spitze“, sagt er und verwies auf das profitable Wachstum des vergangenen Jahres und die neuerlichen Bestwerte bei Absatz, Umsatz, Konzern-EBIT und Konzernergebnis.

Der Konzern setzte mit insgesamt mehr als 289 300 Mitarbeitern rund 3,3 Mio. Fahrzeuge ab. Der Umsatz lag bei 164,3 Mrd. Euro, das EBIT betrug 14,7 Mrd. Euro und lag damit deutlich über dem Niveau des Vorjahres. Das Konzernergebnis stieg auf einen Höchstwert von 10,9 (i. V. 8,8) Mrd. Euro. Das Ergebnis je Aktie erhöhte sich entsprechend auf 9,84 (i. V. 7,97) Euro.

Vorstand und Aufsichtsrat schlagen der Hauptversammlung vor, die Dividende auf 3,65 (i. V. 3,25) Euro pro Aktie zu erhöhen und damit die höchste Dividende in der Geschichte des Unternehmens auszuschütten. Die Ausschüttungssumme steigt auf den Rekordwert von 3,9 (i. V. 3,5) Mrd. Euro.

Zetsche sieht Daimler an der Spitze der Automobilindustrie. „Wir haben uns auch für die Zukunft viel vorgenommen. Daimler durchläuft die größte Transformation seiner Geschichte“, sagt Zetsche vor den Aktionären. „Wir werden auch diesmal zeigen: Daimler kann mehr.“

Das Unternehmen konzentriert sich dabei auf fünf Felder: Ausbau des Kerngeschäfts, Vorantreiben der „CASE“-Themen (Connectivity, Autonomes Fahren, Shared & Services und Elektroautos), die Weiterentwicklung der Kultur, die Optimierung der Konzernstruktur und über allem die Fokussierung auf den Kunden. Die Strategie zum Ausbau des Kerngeschäfts fasst Daimler unter der Abkürzung „CORE“ zusammen. Dafür werde – so Zetsche – vor allem in neue Produkte investiert, so dass 2018 mehr als ein Dutzend neue Pkw-Modelle eingeführt werden sollen. In den ersten drei Monaten des Jahres wurden unter anderem bereits die neue Mercedes-Benz G-Klasse sowie die neue A-Klasse und der Mercedes-AMG GT 4-Türer vorgestellt.

Zetsche verspricht: „Das Tempo unserer Produktoffensive bleibt hoch.“ Das Highlight 2018 von Mercedes-Benz Vans ist der neue Sprinter.

Zetsche betonte im Zusammenhang mit CO₂ und NO_x die Rolle der Autoindustrie: „Wir Automobilhersteller stehen in der Verantwortung, wenn es darum geht, individuelle Mobilität, Klimaschutz und Luftreinhaltung in Einklang zu bringen.“ Dazu werde bei Daimler auch die Produktion auf einen Antriebs-Mix eingestellt, so dass im nächsten Jahrzehnt jedes Modell auf jeder Linie produziert werden könne. Bis Ende dieser Dekade sollen vier neue Werke in Polen, Ungarn, Russland und China zum globalen Produktionsnetzwerk hinzukommen.

Entscheidend für den künftigen Erfolg ist laut Zetsche das zweite strategische Feld: „CASE“: „Lange Zeit war unser Geschäftsmodell klar definiert: Wir entwickeln, bauen und verkaufen erstklassige Autos. Das bleibt auch so. Aber das ist nicht mehr alles.“ Mit der

Vernetzung, dem autonomen Fahren, der geteilten Mobilität und der Elektromobilität eröffneten sich zusätzliche Chancen.

„Bei Daimler haben wir vor rund zehn Jahren den Wandel vom Autohersteller zum Mobilitätsdienstleister eingeleitet“, blickte Zetsche zurück. Um diese Entwicklung voranzutreiben, wollen Daimler und BMW künftig die Kräfte bei Mobilitätsdienstleistungen bündeln. Dazu haben beide Unternehmen Ende März eine Vereinbarung unterzeichnet, um den Kunden ein ganzheitliches Angebot vom Carsharing über Mitfahrdienste bis zum Parken und Laden unterbreiten zu können.

Bis 2022 wird bei Mercedes-Benz in jedem Segment mindestens eine elektrifizierte Variante anbieten. In Nordamerika ist Smart bereits komplett elektrisch, in Europa folgt die Umstellung bis 2020. „Gleichzeitig elektrifizieren wir unsere Vans, Trucks und Busse. Und wir haben noch viel mehr vor – auch über unsere Produkte hinaus“, führt Zetsche aus.

Zur Weiterentwicklung der Unternehmenskultur gehört nach den Worten Zetsches „neben einer dauerhaften Effizienzkultur auch die Lust auf Veränderung im gesamten Unternehmen“. Dazu wurde Anfang 2016 die Initiative Leadership 2020 ins Leben gerufen. „Den Unternehmergeist, den wir mit Leadership 2020 fördern, wollen wir auch mit der Struktur unseres Konzerns unterstützen“, führte Zetsche aus. Es ist geplant, die Geschäftsfelder zu rechtlich selbstständigen Einheiten mit eigener unternehmerischer Verantwortung weiterzuentwickeln.

„Daimler wandelt sich also in fast allen Bereichen: technologisch, wirtschaftlich, kulturell und strukturell“, sagt Zetsche. „Eines war, ist und bleibt aber gleich: Dreh- und Angelpunkt unserer strategischen Überlegungen ist der Kunde.“ Die Veränderungen bei Daimler dienten deshalb vor allem dem Zweck, die Wünsche und Anforderungen der Kunden „auch morgen bestmöglich zu erfüllen“.

Daimler will im Automobilgeschäft über die Markt- und Produktzyklen hinweg nachhaltig eine Umsatzrendite von 9 Prozent erzielen. Basis dafür sind die Zielrenditen der Geschäftsfelder: 8 Prozent bis 10 Prozent für Mercedes-Benz Cars, 8 Prozent für Daimler Trucks, 9 Prozent für Mercedes-Benz Vans und 6 Prozent für Daimler Buses. (ampnet/Sm)

Bilder zum Artikel



Daimler-Hauptversammlung 2018 in Berlin.

Foto: Auto-Medienportal.Net/Daimler



Daimler-Hauptversammlung 2018 in Berlin:
Vorstandsvorsitzender Dr. Dieter Zetsche.

Foto: Auto-Medienportal.Net/Daimler



Hauptversammlung der Daimler AG 2018.

Foto: Auto-Medienportal.Net/Daimler



Daimler-Hauptversammlung 2018 in Berlin.

Foto: Auto-Medienportal.Net/Daimler