

Mercedes-Benz Cars



Mercedes-Benz Cars hat seinen profitablen Wachstumskurs im Jahr 2017 fortgesetzt. Absatz und Umsatz haben wir erneut deutlich gesteigert, und auch beim EBIT haben wir trotz hoher Vorleistungen für unsere Produktoffensive und neue Technologien ein Rekordniveau erreicht. Die wichtigste Modellneuheit war im Berichtsjahr die modellgepflegte S-Klasse. Außerdem haben wir mit weiteren attraktiven Coupés und Cabriolets unsere Traumwagenoffensive fortgesetzt. Einen Ausblick auf die anstehende Elektrooffensive und die Mobilität der Zukunft haben wir auf der IAA in Frankfurt mit den Konzeptfahrzeugen EQA und dem smart vision EQ fortwo gegeben. Nach der Markteinführung der dritten Generation des CLS ist das erste Halbjahr 2018 durch die Premiere der neuen G-Klasse und den Start der neuen A-Klasse geprägt.

Weiter auf Wachstumskurs

Das Geschäftsfeld Mercedes-Benz Cars umfasst die Marken Mercedes-Benz mit den Submarken Mercedes-AMG, Mercedes-Maybach und Mercedes me sowie die Marke smart und die neue Marke EQ für Elektromobilität. Im Berichtsjahr hat das Geschäftsfeld seinen profitablen Wachstumskurs fortgesetzt: Der Absatz stieg um 8 % auf den neuen Höchststand von 2.373.500 Fahrzeugen und der Umsatz um 6 % auf 94,7 Mrd. €. In nahezu allen Regionen konnte Mercedes-Benz Cars die Marktposition verbessern. Auch das EBIT konnte trotz hoher Vorleistungen für unsere Produktoffensive und neue Technologien um 13 % auf 9,2 Mrd. € gesteigert werden.

Mercedes-Benz erneut mit Rekordabsatz

Den Absatz der Marke Mercedes-Benz haben wir im Jahr 2017 um 9 % auf 2.238.000 Pkw gesteigert und erneut ein Rekordniveau erzielt. Damit ist die Marke Mercedes-Benz nicht nur deutlich stärker gewachsen als der weltweite Pkw-Markt, sondern war auch erneut die absatzstärkste Premiummarke in der Automobilbranche. Sowohl in Deutschland und zahlreichen weiteren europäischen Kernmärkten als auch in den USA, Kanada, Südkorea und Japan ist die Marke Mercedes-Benz die Nummer eins im Premiumsegment. Darüber hinaus haben wir unsere Position in China nochmals signifikant verbessert.

In Europa hat Mercedes-Benz den Absatz insgesamt um 5 % auf 911.700 Fahrzeuge gesteigert. In den Volumenmärkten Frankreich (+9 %), Italien (+9 %), Spanien (+8 %) und Großbritannien (+4 %) haben wir jeweils deutliche Zuwächse erzielt, und auch in Deutschland wurde das Vorjahresniveau mit 282.600 Fahrzeugen um 2 %

übertroffen. In China war Mercedes-Benz im Berichtsjahr weiterhin sehr erfolgreich: Dort ist der Absatz um 28 % auf 595.200 Fahrzeuge gewachsen – wesentlich stärker als der Gesamtmarkt und unsere wichtigsten Wettbewerber. Auch in anderen asiatischen Märkten haben wir neue Absatzrekorde erzielt – beispielsweise in Thailand (+31 %), Indien (+14 %), Südkorea (+9 %) und Taiwan (+7 %). In der NAFTA-Region erreichte der Absatz insgesamt das Vorjahresniveau: Deutliche Zuwächse waren in Kanada und Mexiko zu verzeichnen, während unser Absatz in den USA ebenso wie der Gesamtmarkt leicht zurückging.

Den größten Beitrag zum Wachstum leistete die neue E-Klasse. Nachdem nun alle Modellvarianten verfügbar sind, erreichte der Absatz mit 398.200 (+31 %) Fahrzeugen ein neues Rekordniveau. Auch unsere Geländewagen waren erneut sehr erfolgreich: Insgesamt stieg der Absatz im SUV-Segment um 16 % auf 823.000 Fahrzeuge. Weiterhin sehr gefragt waren auch unsere C-Klasse Modelle, deren Absatz auf 492.700 Limousinen, T-Modelle, Coupés und Cabriolets leicht zulegen. Nicht ganz das hohe Vorjahresniveau erreichte der Absatz der A-/B-Klasse. Einschließlich CLA und CLA Shooting Brake wurden insgesamt 420.200 Fahrzeuge ausgeliefert. Der Absatz der S-Klasse erreichte insgesamt 79.400 Limousinen, Coupés und Cabriolets. In der zweiten Jahreshälfte sorgte die modellgepflegte S-Klasse für neue Absatzimpulse.

Weltpremiere der modellgepflegten S-Klasse

Mit umfassenden Neuerungen feierte die modellgepflegte S-Klasse im April 2017 ihre Weltpremiere auf der Auto Shanghai. Zu den Highlights zählt eine von Grund auf neue, hoch effiziente Motorenpalette mit einer Reihe neuer Technologien zur Elektrifizierung des Antriebsstrangs. Intelligent Drive macht einen weiteren Schritt in Richtung autonomes Fahren: So wurden unter anderem der Aktive Abstands-Assistent DISTRONIC und der Aktive Lenk-Assistent durch neue und modifizierte Funktionen erweitert. Richtungsweisende Technologien wie der Integrierte Starter-Generator EQ Boost auf 48-Volt-Basis und der elektrische Zusatzverdichter (eZV) hatten ihre Weltpremiere in der neuen S-Klasse. Der Starter-Generator übernimmt Hybridfunktionen wie Boost oder Rekuperieren und ermöglicht so Verbrauchseinsparungen, die bisher der Hochvolt-Hybridtechnologie vorbehalten waren. Auch der weiterentwickelte Plug-in-Hybrid der dritten Generation wird als S 560 e (Kraftstoffverbrauch kombiniert: 2,1 l/100 km, elektrischer Energieverbrauch: 15,5 kWh, CO₂-Emissionen kombiniert: 49 g/km) erstmalig in der S-Klasse verfügbar sein. Durch die auf 13,3 kWh deutlich vergrößerte Batterie, neueste Lithium-Ionen-Technologie und eine optimierte Betriebsstrategie können elektrische Reichweiten von über 50 km (NEFZ) erreicht werden.

Traumwagenoffensive wird fortgesetzt

Mit dem Coupé und dem Cabriolet haben wir im Berichtsjahr die neue E-Klasse Familie komplettiert, die damit innerhalb eines Jahres vollständig erneuert wurde. Das neue E-Klasse Coupé verbindet ausdrucksstarke Coupé-Proportionen, ein klares sowie sinnliches Design und Langstreckenkomfort für vier Personen mit der Schönheit und den klassischen Tugenden eines Gran Turismo. Das neue E-Klasse Cabriolet begeistert seit September 2017 die Kunden in Europa und den USA. Hot und cool zugleich, repräsentiert seine Formensprache

Schönheit und Intelligenz. Auf der Internationalen Automobil-Ausstellung in Frankfurt haben wir im September 2017 auch erstmals das Coupé und das Cabriolet der modellgepflegten S-Klasse in der Serien- und AMG-Version vorgestellt. Sie profitieren von den umfassenden Neuerungen, die bei der Limousine eingeführt wurden – zum Beispiel den erheblich erweiterten Fahrassistenzsystemen, dem modernen Widescreen-Cockpit, einer neuen Lenkradgeneration sowie der ganzheitlichen ENERGIZING Komfortsteuerung.



EQ – die Marke für Elektromobilität

Bereits im Jahr 2016 hat Mercedes-Benz seine Aktivitäten rund um die Elektromobilität in der neuen Produkt- und Technologiemarkte EQ gebündelt. Vorboten der neuen Marke sind die seriennahe Studie Concept EQ aus dem Jahr 2016 sowie das kompakte Concept EQA, das bei der Internationalen Automobil-Ausstellung (IAA) im September 2017 vorgestellt wurde.

Bis zum Jahr 2022 beabsichtigt Daimler alleine im Pkw-Segment mehr als zehn reine Elektrofahrzeuge im Angebot zu haben – vom smart bis zum großen SUV. Das erste Mercedes-Benz Serienmodell der Marke EQ, der EQC, wird 2018 erstmals der Öffentlichkeit präsentiert und ab 2019 im Mercedes-Benz Werk Bremen produziert. Es folgt eine Modelloffensive, die sukzessive das Portfolio von Mercedes-Benz Cars mit rein elektrischen Modellen ergänzen soll. Die neue Generation von Elektrofahrzeugen wird auf einer eigens für batterieelektrische Modelle entwickelten Architektur basieren, die in jeder Hinsicht skalierbar und modellübergreifend einsetzbar sein soll.



Mercedes-Maybach: Perfektion verschmilzt mit Exklusivität

Mercedes-Maybach steht für höchste Exklusivität und Individualität. Die im November 2014 eingeführte Luxusmarke verbindet die Perfektion der Mercedes-Benz S-Klasse mit der Exklusivität von Maybach. Zum Genfer Automobilsalon im März debütieren zusätzliche exklusive Sonderausstattungen wie eine Zweifarb-Lackierung. Der seit Anfang 2016 verfügbare Mercedes-Maybach S 600 Pullman (Kraftstoffverbrauch in l/100 km innerorts 19,6/außerorts 10,3/kombiniert 13,6;

CO₂-Emissionen in g/km kombiniert 314) mit Vis-à-vis-Sitzanordnung hat die Rolle des absoluten Spitzenmodells übernommen. Das erste Cabriolet der Marke kam, auf 300 Exemplare limitiert, im Frühjahr 2017 auf den Markt.

Mercedes-AMG: die Performance- und Sportwagen-Marke

Das Markenversprechen »Driving Performance« vereint die beiden Kernkompetenzen von Mercedes-AMG: ein unvergleichliches Fahrerlebnis sowie die Rolle der Marke als treibende Kraft bei der Gestaltung des Performance-Segments. Die Sportwagenmarke Mercedes-AMG steigert mit nunmehr nahezu 60 Modellen die Faszination von Mercedes-Benz. Ihre dynamischen Fahrzeuge begeistern vor allem auch jüngere und sportlich orientierte Kunden für die Marke mit dem Stern. Mercedes-AMG Modelle sind sowohl technisch als auch optisch deutlich von den Serienfahrzeugen differenziert und verstärken damit die eigene, authentische Identität der Marke. Mercedes-AMG schreibt seine Erfolgsgeschichte fort und erweitert die GT-Familie um ein weiteres wichtiges Mitglied. Der 4-Türer AMG GT ist der dritte in Eigenregie entwickelte Sportwagen nach dem SLS und dem GT. Auch das Konzeptfahrzeug Mercedes-AMG Project ONE ist ein Meilenstein der strategischen Weiterentwicklung von Mercedes-AMG zur Performance- und Sportwagen-Marke. AMG unterstreicht damit erneut seine Entwicklungskompetenz.

Das Jubiläumsjahr 2017 schloss Mercedes-AMG mit einem Rekord ab: Im Jahr des 50-jährigen Bestehens des Unternehmens lag das Absatzvolumen erstmalig deutlich im sechsstelligen Bereich.

smart setzt auf Elektromobilität

smart ist aktuell der weltweit einzige Autohersteller, der seine Modellpalette sowohl mit Verbrennermotoren als auch voll batterieelektrisch anbietet. Und als erste Automobilmarke strebt smart den consequenten Umstieg vom Verbrenner auf den Elektroantrieb an: Seit 2017 ist smart in den USA, Kanada und Norwegen ausschließlich elektrisch unterwegs, ab 2020 wird es auch in Deutschland und Westeuropa ausschließlich smart mit batterieelektrischem Antrieb geben. Der Rest der Welt folgt kurz darauf.

Auf dem Genfer Autosalon 2018 gab Daimler bekannt, dass die batterieelektrischen Versionen von smart die ersten Serienmodelle der Produkt- und Technologiemarkte EQ werden. Die electric drive Modelle, smart EQ fortwo, smart EQ fortwo cabrio, smart EQ forfour (Stromverbrauch kombiniert: 13,2 – 12,9 kWh/ 100 km; CO₂-Emissionen kombiniert: 0 g/km) verbinden die Agilität eines smart mit lokal emissionsfreiem Fahren und einem erschwinglichen Preis – die ideale Kombination für urbane Mobilität.

Mit dem Konzeptfahrzeug »smart vision EQ fortwo« hat smart auf der IAA 2017 seine Vision der urbanen Mobilität der Zukunft präsentiert. Das selbstverständlich elektrisch und zusätzlich autonom fahrende Carsharing-Konzeptfahrzeug zeigt, wie individualisierter, hochflexibler und maximal effizienter öffentlicher Nahverkehr aussehen kann.

Das Angebot an Dienstleistungen rund um die Marke smart wird kontinuierlich erweitert. Beispiel hierfür ist »smart ready to drop«: Im Rahmen dieser Dienstleistung werden über verschiedene Logistik-

Kooperationspartner Pakete in den Kofferraum zugestellt und Retouren abgeholt. »smart ready to share« ermöglicht Carsharing in geschlossenen Gruppen, beispielsweise innerhalb der Familie, unter Freunden oder in kleinen Unternehmen – äußerst benutzerfreundlich und bequem per App und ohne physische Schlüsselübergabe. Seit März ist in Deutschland, Italien und Frankreich das als Hardware dazu nötige »ready-to«-Paket als Sonderausstattung für smart fortwo und smart forfour bestellbar.

Im Jahr 2017 haben wir in 46 Märkten weltweit insgesamt 135.500 Fahrzeuge der Marke smart abgesetzt. Besonders beliebt war der smart in China: Nach Deutschland und Italien ist China damit der drittgrößte Absatzmarkt für smart.



Partnerschaft in China vertieft

Um die Erfolgsgeschichte in China fortführen zu können, ist eine nachhaltige Entwicklung mit unseren Partnern vor Ort entscheidend. Mit der Unterzeichnung von zwei Rahmenvereinbarungen wurde die Partnerschaft mit BAIC Motor im Rahmen des deutsch-chinesischen Produktions-Joint-Ventures Beijing Benz Automotive Co., Ltd. (BBAC) nochmals gestärkt. Daimler und BAIC Motor investieren gemeinsam in die Produktion von batterieelektrischen Fahrzeugen in Peking und den Bau einer Batteriefabrik, um den Weg für die Einführung von Fahrzeugen mit alternativen Antrieben weiter zu ebnen. Damit schaffen wir die Basis für ein weiterhin nachhaltiges Wachstum und den künftigen Erfolg von Daimler in China, dem bei Weitem größten Automobilmarkt der Welt.

Insgesamt konnten wir den Absatz der Marke Mercedes-Benz in China im Jahr 2017 auf einen neuen Rekordwert anheben. Mit 595.200 Fahrzeugen wurden 28 % mehr als im Vorjahr ausgeliefert. Mehr als zwei Drittel der in China verkauften Fahrzeuge stammen aus der lokalen Produktion bei unserer Beteiligungsgesellschaft BBAC.

Globales Produktionsnetzwerk mit größtmöglicher Flexibilität

Mercedes-Benz Cars verfügt über ein flexibles und effizientes Produktionsnetzwerk mit über 30 Standorten auf vier Kontinenten. Da die Werke weltweit hoch ausgelastet sind, kommen neue Werke und Standorte dazu. Im Mercedes-Benz Werk Sindelfingen entsteht mit der so genannten »Factory 56« eine der modernsten Automobilproduktionen der Welt. Anfang der nächsten Dekade werden dort Pkw und Elektrofahrzeuge der Ober- und Luxusklasse sowie Robo-Taxis produziert. Die »Factory 56« kombiniert drei richtungsweisende Eigenschaften: Sie ist durchgängig digital und flexibel – und sie füllt den Begriff »grüne Produktion« mit Leben. In Peking übernimmt das Joint Venture BBAC von BAIC-Motor ein bestehendes Werk im Groß-

raum Peking. Nach einer umfassenden Modernisierung werden dort Fahrzeuge der Marke Mercedes-Benz sowie reine Elektrofahrzeuge produziert werden. Am bestehenden Standort in Kecskemét wird ein zweites Werk errichtet, in dem flexibel Fahrzeuge mit Front- und Heckantrieb vom Band laufen können. Bereits weit fortgeschritten ist der Bau eines neuen Werks in Russland. Am Standort Esipovo, nordwestlich von Moskau, sollen zukünftig SUVs sowie die E-Klasse Limousine gefertigt werden. Im polnischen Jawor wird derzeit ein neues Motorenwerk für hocheffiziente und moderne Vierzylindermotoren errichtet. Gleichzeitig hat Mercedes-Benz Cars die strategischen Weichen für die Elektro-Offensive in der Produktion gestellt und ist mit der Umsetzung bereits weit fortgeschritten. Die EQ-Modelle werden in die Serienproduktion der bestehenden Mercedes-Benz und smart Werke integriert. Das bedeutet, dass alle Antriebsvarianten vom gleichen Band laufen. Um die Chancen der Elektromobilität optimal zu nutzen, wird die Flexibilität weiter erhöht und der Investitionsbedarf deutlich begrenzt. Das Mercedes-Benz Werk Bremen wird mit dem EQC das erste Mercedes-Benz Serienfahrzeug der Produkt- und Technologiemarke EQ produzieren. Weitere Standorte für EQ-Fahrzeuge sind Sindelfingen, Rastatt, Peking und Tuscaloosa. Bereits heute laufen im smart Werk Hambach vollelektrische Zweisitzer unter der Produkt- und Technologiemarke EQ vom Band.

Gleichzeitig baut Mercedes-Benz Cars den globalen Batterie-Produktionsverbund innerhalb des weltweiten Produktionsnetzwerks von Mercedes-Benz Cars weiter aus. Am Standort Kamenz entsteht bereits die zweite Batteriefabrik für Plug-in-Hybrid Batterien und Akkus für reine Elektrofahrzeuge. Weitere Batteriestandorte sind Untertürkheim, Peking, Tuscaloosa und Thailand. Damit verfügt Mercedes-Benz Cars künftig im globalen Batterieproduktionsverbund über sechs Batteriefabriken auf drei Kontinenten.



Umfassender Zukunftsplan für Dieselantriebe

Wir sind überzeugt, dass der Diesel nicht zuletzt wegen seiner niedrigen CO₂-Emissionen auch künftig ein fester Bestandteil im Antriebs-Mix sein wird. Die öffentliche Debatte um den Dieselmotor sorgt aber zunehmend für Verunsicherung bei den Kunden. Deshalb hat der Vorstand der Daimler AG im Juli 2017 einen Zukunftsplan für Dieselantriebe verabschiedet. Dieser Plan umfasst eine massive Ausweitung der bereits laufenden freiwilligen Servicemaßnahmen bei Fahrzeugen in Kundenhand sowie eine schnelle Markteinführung der komplett neu entwickelten Dieselmotorenfamilie. Bereits seit dem Jahr 2016 bietet Mercedes-Benz Dieselfahrzeuge an, die die ab 2017 in der EU geltenden Emissionsgrenzwerte für den realen Fahrbetrieb einhalten können. Ermöglicht hat dies eine völlig neu entwickelte, modular aufgebaute Familie effizienter und sauberer Dieselmotoren. Sie sollen künftig im gesamten Portfolio von Mercedes-Benz und auch bei den

Vans eingesetzt werden. Die vorbildlichen Emissionswerte der neuen Motoren werden auch durch die Messungen unabhängiger Institute bestätigt.

Best Customer Experience

»Best Customer Experience« (BCE) ist ein global angelegtes Marketing- und Vertriebsprogramm im Geschäftsfeld Mercedes-Benz Cars. Die wesentliche Triebfeder für unsere Wachstumsstrategie sind innovative Produkte sowie die Erschließung neuer Märkte und Marktsegmente. Mit diesem Programm wollen wir die Vertriebsorganisation und das Marketing noch stärker auf die sich ändernden Kundenwünsche und -bedürfnisse ausrichten und dadurch zusätzliches Wachstum generieren. Ziel ist es, die Marke Mercedes-Benz für neue und auch jüngere Zielgruppen noch attraktiver zu gestalten und gleichzeitig loyale Kunden stärker an die Marke zu binden. Dabei fokussieren wir uns mit unserem BCE-Programm systematisch auf den Kunden und sein Bedürfnis nach individueller Kundenbetreuung an jedem Kontaktpunkt mit der Marke, ihren Produkten und ihren Services. Hierfür werden neue Vertriebswege und digitale Portale als innovative Zugänge zur Marke erschlossen. Verschiedene Vertriebsformate wie neue digitale Kanäle ergänzen das Angebot der klassischen Mercedes-Benz Autohäuser und Showrooms. Unser digitales Ökosystem »Mercedes me« ist ein wichtiger Bestandteil von Best Customer Experience. Es ermöglicht den personalisierten Zugang zur Marke Mercedes-Benz. Für den Kunden wird der Kontakt zu Mercedes-Benz dadurch noch individueller, komfortabler und transparenter. Über Mercedes me können sich Kunden beispielsweise direkt über Dienstleistungen in den Bereichen Mobilität, Konnektivität, Service, Finanzierung und Lifestyle informieren und diese auch nutzen. Mercedes me wird mittlerweile in 36 Märkten von über einer Million Kunden aktiv verwendet und geschätzt.

Die Initiative »She's Mercedes« der Marke Mercedes-Benz richtet sich gezielt an Frauen. Ziel ist es, die Marke mit dem Stern besonders für Frauen noch attraktiver zu machen und den Anteil weiblicher Kunden zu erhöhen. Neben Community- und Inspirationsplattformen umfasst die Initiative unter anderem Schulungen für Vertriebsmitarbeiter sowie mehr weibliches Verkaufspersonal.

#4TheTeam: Erfolge im Motorsport

Zum vierten Mal in Folge hat Mercedes-AMG Petronas Motorsport im Jahr 2017 sowohl die Fahrer- als auch die Konstrukteurs-Weltmeisterschaft in der Formel 1 gewonnen. Das Besondere: Das Team konnte den Titel trotz einer umfassenden Änderung des Reglements verteidigen. Für Lewis Hamilton war es der vierte Titel in seiner Formel-1-Karriere. Mit dem Showcar Mercedes-AMG Project ONE haben wir auf der IAA zudem erstmals ein Fahrzeug vorgestellt, das die Hybridtechnologie aus der Formel 1 von der Rennstrecke auf die Straße bringen könnte. In der Tourenwagenserie DTM konnte Mercedes-AMG Motorsport in 18 Rennen sechs Siege und 14 Podiumserfolge einfahren. Im Zuge einer strategischen Neuausrichtung unseres Motorsport-Engagements haben wir entschieden, zum Ende der Saison 2018 aus der DTM auszusteigen und künftig an der Formel E teilzunehmen. Damit können wir die Leistungsfähigkeit unserer intelligenten batterieelektrischen Antriebe künftig auch im Motorsport demonstrieren und die Marke EQ emotional positiv belegen. Nicht nur aufgrund des signifikanten Imagegewinns und hoher Werbegegenwerte, sondern auch durch wertvolle Erfahrungen aus dem Einsatz von Hybridtechnologie und Leichtbau im Rennsport ist der Motorsport für Daimler ein wichtiger Erfolgsfaktor.