

## Presse-Information

08. Januar 2018

## Mercedes-Benz: 2017 die Nummer 1 im Premiumsegment

- Im vergangenen Jahr hat Mercedes-Benz rund 2,3 Mio. Pkw weltweit verkauft und damit den Absatz um 9,9% gesteigert.
- Die Pkw-Sparte kommt insgesamt auf über 2,4 Mio. verkaufte Mercedes-Benz und smart in 2017.
- 2017 war das siebte Rekordjahr in Folge für Mercedes-Benz und Mercedes-Benz Cars.
- Der beste Jahresabsatz aller Zeiten wurde in den drei Kernregionen Europa, Asien-Pazifik und NAFTA erreicht.
- Die Marktführerschaft konnte in den großen Märkten Deutschland und USA verteidigt werden.
- Mit einer Steigerung von über 25% war China der am absolut stärksten wachsende und der größte Einzelmarkt von Mercedes-Benz.
- AMG war im Jubiläumsjahr mit über 130.000 verkauften Fahrzeugen erstmals sechsstellig beim Absatz (+33,0%).
- Das starke Kerngeschäft heute ist das Fundament für die Mobilität der Zukunft.

Stuttgart – Mercedes-Benz hat 2017 als erfolgreichstes Jahr aller Zeiten abgeschlossen und den Absatz um 9,9% auf 2.289.344 Fahrzeuge gesteigert. Das Wachstum in der Pkw-Sparte wurde im vergangenen Jahr besonders durch die neue E-Klasse Limousine und das T-Modell sowie die SUVs getrieben. Dank des Erfolgs in allen drei Kernregionen Europa, Asien-Pazifik und NAFTA ist Mercedes-Benz das zweite Jahr in Folge die absatzstärkste Premiummarke in der Automobilbranche. Keine andere deutsche Automobilmarke im Premiumsegment konnte 2017 zudem ein so hohes Wachstum aufweisen wie das Stuttgarter Unternehmen mit dem Stern.

Dr. Dieter Zetsche, Vorstandsvorsitzender der Daimler AG und Leiter Mercedes-Benz Cars: „Mercedes-Benz Cars hat im vergangenen Jahr mehr als 2,4 Millionen Mercedes-Benz und smart an Kunden weltweit ausgeliefert. Wir haben uns damit das siebte Jahr in Folge selbst übertroffen. Mit unserer Kernmarke Mercedes-Benz waren wir 2017 erneut die absatzstärkste Premiummarke. Darauf können wir stolz sein – und darauf bauen wir auf. Der Erfolg in unserem Kerngeschäft ist die Basis, die Mobilität der Zukunft aktiv zu gestalten. In 2018 gehen wir diesen Weg mit CASE konsequent weiter.“

Mercedes-Benz definiert mit der Unternehmensstrategie CASE die vier Zukunftsthemen der Automobilbranche: Connected, Autonomous, Shared & Services und Electric. Dabei wird die perfekte Vernetzung dieser vier Felder zu einem entscheidenden Erfolgsfaktor, um den Kunden das überzeugendste Gesamtpaket zu bieten. Das Showcar smart vision EQ fortwo demonstriert als erstes Fahrzeug die Verknüpfung aller Säulen der CASE-Strategie und verkörpert eine intelligente Lösung für urbane Mobilität und das Carsharing der Zukunft: Es ist elektrisch, voll vernetzt, autonom, ohne Lenkrad und Pedale. Die Investitionen in die vier Zukunftsfelder werden durch den Erfolg im starken Kerngeschäft ermöglicht. Sicherheit, Qualität, modernes Design und zukunftsweisende Innovationen sind die Faktoren, die Mercedes-Benz heute so erfolgreich wie nie machen.

Mercedes-Benz hat sein absatzstärkstes Jahr mit dem besten vierten Quartal in der Unternehmensgeschichte abgeschlossen (572.044 Einheiten, +4,8%). Auch im Dezember wurde ein neuer Bestwert erreicht (193.534 Einheiten, +1,7%). Im Jahr 2017 konnte sich Mercedes-Benz in vielen Märkten als zulassungsstärkste Premiummarke behaupten und sicherte sich unter anderem in Deutschland, Großbritannien, Frankreich, Türkei, der Schweiz, Polen, Portugal, Dänemark, Tschechische Republik, Finnland, Griechenland, Südkorea, Japan, Australien, Taiwan, Indien, USA, Kanada, Mexiko und Brasilien die Marktführerschaft.

„Der 58. Rekordmonat in Folge unterstreicht zum Jahresabschluss das Vertrauen unserer Kunden in die erstklassigen Produkte von Mercedes-Benz. In 2017 konnten wir rund 2,3 Millionen Neufahrzeuge mit Stern ausliefern. Damit haben wir unseren Vorsprung an der Spitze im Premiumsegment nochmal deutlich ausgebaut“, so Britta Seeger, Mitglied des Vorstands der Daimler AG, verantwortlich für Mercedes-Benz Cars Vertrieb. „Auch im neuen Jahr werden wir für jeden Kunden den passenden Pkw im Angebot haben. Insgesamt bringen wir 2018 über ein Dutzend neue Fahrzeuge auf den Markt.“

### **Europa: Neuer Bestwert in der größten Absatzregion von Mercedes-Benz**

Die Nachfrage nach Mercedes-Benz Fahrzeugen in der Region Europa stieg im vergangenen Jahr auf einen neuen Höchstwert: 955.301 Pkw wurden an Kunden ausgeliefert (+6,4%). Den größten Zuwachs konnten hier die E-Klasse Limousine und das T-Modell sowie die SUVs verbuchen. Im Heimatmarkt Deutschland wurden in den vergangenen zwölf Monaten über 300.000 Pkw mit dem Stern verkauft (+3,5%). Mercedes-Benz hat in vielen Märkten neue Absatzrekorde aufgestellt, unter anderem in Großbritannien (+6,4%), Frankreich (+9,7%), Spanien (+11,9%), Belgien (+15,1%), der Schweiz (+7,7%), Schweden (+15,4%), Polen (+42,4%), Österreich (+15,2%) und Portugal (+6,2%).

### **Asien-Pazifik auch 2017 wachstumsstärkste Region**

In der Absatzregion Asien-Pazifik wurden 2017 mit 875.250 verkauften Mercedes-Benz mehr Fahrzeuge als je zuvor in einem Jahr an Kunden ausgeliefert (+19,2%). China war erneut größter Absatzmarkt des Unternehmens - nicht nur in der Region Asien-Pazifik, sondern auch weltweit. Im Reich der Mitte wurden im vergangenen Jahr 587.868 Fahrzeuge mit dem Stern

an Kunden übergeben. Die Steigerung von 25,9% hat Mercedes-Benz in China zu einem neuen Verkaufsbestwert verholfen. In den Märkten Südkorea (+20,0%), Japan (+0,4%), Australien (+2,8%), Taiwan (+8,1%), Indien (+15,9%), Thailand (+22,7%) und Malaysia (+2,3%) hat Mercedes-Benz mehr Fahrzeuge ausgeliefert als jemals zuvor in einem Jahr.

### **NAFTA-Region erzielt mit über 400.000 verkauften Pkw höchsten Jahresabsatz aller Zeiten**

In der NAFTA-Region wurden von Januar bis Dezember 400.320 Fahrzeuge von Mercedes-Benz an Kunden übergeben. Das bisher absatzstärkste Vorjahr wurde nochmals um 1,3% übertroffen, was zu einem neuen Bestwert für die Region geführt hat. Damit war Mercedes-Benz 2017 in der NAFTA-Region die meistverkaufte Premiummarke. In Kanada (+12,2%) und Mexiko (+21,9%) war das Wachstum besonders stark und in beiden Märkten konnten mehr Fahrzeuge denn je ausgeliefert werden. 2017 war auch in den USA ein absatzstarkes Jahr. Dort wurden knapp 340.000 Fahrzeuge verkauft und damit das Absatzniveau aus dem Vorjahr gehalten (-0,9%). Der leichte Rückgang ist vor allem auf die geringere Nachfrage nach Limousinen im US-Markt zurückzuführen. Im wichtigen SUV-Segment hat Mercedes-Benz vergangenes Jahr den Absatz auf einen neuen Bestwert gesteigert.

### **Erneut über 620.000 verkaufte Kompakte in einem Jahr**

2017 war mehr als jedes vierte verkaufte Fahrzeug bei Mercedes-Benz ein Kompaktwagen. Im Jahr vor dem großen Modellwechsel der A-Klasse konnten über 620.000 Kunden weltweit ihre neue A- oder B-Klasse, ihren CLA, CLA Shooting Brake oder GLA in Empfang nehmen. Die beiden größten Märkte für die Kompakten waren im vergangenen Jahr China und Deutschland. Die Beliebtheit zeigt sich auch in bereits 5.555.555 verkauften Kompaktwagen, seit die A-Klasse 1997 das Segment für Mercedes-Benz begründet hat. An diesen Erfolg wird Mercedes-Benz mit der neuen Generation der Kompakten anknüpfen; die Produktion der neuen Generation läuft im Jahr 2018 in fünf Werken auf drei Kontinenten an.

### **C-Klasse weiterhin der Bestseller von Mercedes-Benz**

Die C-Klasse Limousine und das T-Modell waren auch im vierten Verkaufsjahr der aktuellen Generation das Volumenmodell von Mercedes-Benz. Über 415.000 Einheiten dieser beiden Modelle wurden im vergangenen Jahr verkauft. Rund ein Viertel davon waren Langversionen der C-Klasse Limousine, die ausschließlich in China gebaut und verkauft werden. Ein Fahrzeug in China für China zu entwickeln, zahlt sich aus und zeigt, wie wichtig es ist, auf die Kundenwünsche einzugehen: China war 2017 sowohl der größte als auch wachstumsstärkste Markt für die C-Klasse.

### **E-Klasse bricht im ersten vollen Verkaufsjahr alle Rekorde**

Von der E-Klasse Limousine und dem T-Modell wurden von Januar bis Dezember über 350.000 Fahrzeuge an Kunden ausgeliefert. Im ersten vollen Verkaufsjahr der neuen

Generation ist somit eine Steigerung von 40,0% erzielt worden. Obwohl Mercedes-Benz sein Portfolio ständig erweitert, wurden in keinem Jahr zuvor mehr E-Klassen verkauft als in den vergangenen zwölf Monaten. In China hat sich der Absatz der E-Klasse Limousine im letzten Jahr sogar mehr als verdoppelt, wo größtenteils die Langversion verkauft wird. Mit diesem Fahrzeug hat Mercedes-Benz die Wünsche der chinesischen Kunden umgesetzt und der Bedeutung einer großzügigen hinteren Sitzreihe Rechnung getragen. Die Langversion wird seit 2017 auch erstmals außerhalb von China, nämlich in Indien, zum Verkauf angeboten.

### **Verkauf der neuen S-Klasse Limousine erfolgreich angelaufen**

Die neue S-Klasse Limousine ist Mitte 2017 eingeführt worden und erfreut sich seitdem großer Beliebtheit. Im vierten Quartal konnte der Absatz zweistellig gesteigert werden. Im Jahr des Modellwechsels lagen die Verkäufe der S-Klasse Limousine 2017 bei rund 70.000 Einheiten. Sehr erfolgreich ist die Mercedes-Maybach S-Klasse Limousine, die für höchste Exklusivität und Qualität steht: Seit ihrer Markteinführung Anfang 2015 wurden über 25.000 Einheiten ausgeliefert. Mehr als zwei Drittel dieser Fahrzeuge gingen dabei an Kunden in China.

### **14% Wachstum im stärksten Segment: SUVs begeistern Kunden rund um den Globus**

Mit über 805.000 verkauften Einheiten und einem Wachstum von 14,0% haben die SUVs von Mercedes-Benz maßgeblich zum Absatzerfolg im vergangenen Jahr beigetragen. Inzwischen entfällt mehr als ein Drittel der Verkäufe von Mercedes-Benz auf dieses Segment. Dieser neue Absatzrekord ist vor allem auf den starken Zuwachs in den Märkten China, Deutschland, Frankreich, USA und Großbritannien zurückzuführen. Die absatzstärksten SUVs waren von Januar bis Dezember der GLC sowie der GLA. Auch das GLC Coupé hat im ersten vollen Verkaufsjahr einen deutlichen Beitrag zum Erfolg der SUVs geleistet.

### **Nachfrage nach den Dream Cars im Vergleich zum Vorjahr deutlich angestiegen**

Mercedes-Benz hat zwölf Dream Cars im Angebot, die bei den Kunden so beliebt sind, dass 2017 der Vorjahresabsatz um 22,4% übertroffen werden konnte. Fast 170.000 neue Coupés, Roadster und Cabriolets von Mercedes-Benz sind seit verganginem Jahr zusätzlich auf den Straßen unterwegs. Besonders viele Kunden wählten das C-Klasse Cabriolet sowie das C-Klasse Coupé. Auch das neue Cabriolet und Coupé der E-Klasse sind bereits bei den Händlern, 2018 folgt die Markteinführung dieser Derivate der S-Klasse. Das neue CLS Coupé hatte vor kurzem seine Weltpremiere auf der Messe in Los Angeles. Es ist der Vorreiter der neuen Designsprache und wird ab 2018 weiter zum Erfolg der Traumwagenfamilie von Mercedes-Benz beitragen.

### **V-Klasse und X-Klasse erobern Kundenherzen**

Die V-Klasse hat 2017 mit mehr als 58.000 Einheiten einen neuen Verkaufsbestwert innerhalb eines Jahres aufgestellt. Von Januar bis Dezember konnte der Absatz um 25,7%

gesteigert werden. Der Achtsitzer war besonders bei Kunden in Deutschland gefragt, während in China der größte Zuwachs verbucht werden konnte.

Die X-Klasse ist im vergangenen November erfolgreich in den ersten Märkten angelaufen. Sie ist das neueste Modell im Angebot von Mercedes-Benz. Vom ersten Pickup der Marke wurden bereits mehr als 1.900 Fahrzeuge ausgeliefert, bisher ausschließlich an Kunden in Europa. Weitere Märkte folgen und tragen weiter zum Wachstum von Mercedes-Benz bei: Anfang 2018 wird Mercedes-Benz mit dem Pickup in Südafrika und Australien und im Jahr 2019 in Argentinien und Brasilien in den Markt eintreten.

### **AMG verkauft mehr als 130.000 Fahrzeuge in nur einem Jahr**

Zum 50-jährigen Jubiläum von AMG hat die Performance- und Sportwagen-Marke von Mercedes-Benz erstmals in ihrer Unternehmensgeschichte einen sechsstelligen Absatz erzielt. Insgesamt gingen im letzten Jahr 131.970 Fahrzeuge in Kundenhand über, ein Plus von 33,0%. Vor allem für die Entry Performance Modelle begeistern sich viele Kunden weltweit. Ein besonderes Highlight in 2017 war die Markteinführung des Mercedes-AMG GT R, mit dem AMG das Produktportfolio am oberen Ende des Angebots nochmals erweitert hat. In den drei Kernregionen Europa, Asien-Pazifik und der NAFTA-Region erzielte das Unternehmen aus Affalterbach den höchsten Jahresabsatz aller Zeiten. In den Hauptabsatzmärkten USA, Deutschland und Kanada verbuchte AMG ein besonders starkes zweistelliges Wachstum von jeweils über 40%.

### **smart erzielt 2017 erneut ein starkes Verkaufsjahr**

Nach dem Rekordjahr 2016 war auch 2017 eines der absatzstärksten Jahre in der Geschichte von smart. 2017 war das zweitbeste Jahr für den Stadtfliitzer in der letzten Dekade: Weltweit konnten über 135.000 Kunden ihren neuen smart fortwo oder smart forfour in Empfang nehmen (-6,5%). Ein neuer Absatzrekord konnte in China erreicht werden, wo von Januar bis Dezember 23.097 Einheiten und damit mehr Stadtfliitzer als je zuvor ausgeliefert wurden (+9,8%). Allein am chinesischen Singles' Day gingen dort innerhalb von 48 Stunden über den Internetversandhandel mehr als 1.400 Bestellungen ein.

smart ist Pionier bei der Elektromobilität. Im vergangenen Jahr hat smart die gesamte Produktpalette elektrifiziert und hat damit drei vollelektrische Fahrzeuge im Angebot, darunter auch das einzige vollelektrische Cabrio der Welt. Die Modelle kommen hervorragend bei den Kunden an und die Bestellungen sind außerordentlich vielversprechend. Dies gibt der Entscheidung, die Marke smart bis 2020 in Europa und Nordamerika komplett auf elektrische Antriebe umzustellen, zusätzlichen Rückenwind. Der Rest der Welt folgt kurz darauf. Einen Ausblick, wie smart die urbane Mobilität auch künftig auf vielen Feldern mitgestalten will, unterstreicht das auf der IAA vorgestellte, vollautonome und elektrische Showcar smart vision EQ fortwo.

## **Das starke Kerngeschäft als Fundament für die Mobilität der Zukunft**

Dank des starken Kerngeschäfts kann Mercedes-Benz gezielt in die Mobilität der Zukunft investieren. Das mittelfristige Ziel ist dabei, nachhaltige und umweltfreundliche Mobilität zu ermöglichen. Um die Emissionen stetig zu verringern, bietet Mercedes-Benz seinen Kunden schon heute ein attraktives Angebot an zukunftsweisenden Verbrennungsmotoren an. 2018 werden neue Generationen von Diesel- und Benzin-Motoren konsequent in das bestehende Portfolio ausgerollt. Parallel treibt die Pkw-Sparte die Elektrifizierung des Antriebsstrangs weiter voran. Vor allem das 48-Volt-Bordnetz und die nächste Generation Plug-in-Hybride spielen hierbei eine zentrale Rolle, um den Kunden schon jetzt lokal emissionsfreies Fahren zu ermöglichen. In diesem Jahr wird das Serienmodell des EQC der Öffentlichkeit präsentiert. Der erste reine Elektro-SUV der Produkt- und Technologiemarken EQ kommt 2019 auf den Markt. Im vergangenen Jahr wurden bereits entscheidende Weichen für die Produktion von Elektro-Pkw gestellt. Künftig laufen die EQ-Fahrzeuge in den bestehenden Werken auf einer Linie mit konventionellen Modellen vom Band. Darüber hinaus baut die Daimler AG ein Netzwerk für die Batterieproduktion mit fünf Fabriken auf drei Kontinenten auf.

Ein weiterer Schwerpunkt liegt auf dem Ausbau des elektromobilen Ökosystems, das neben dem reinen Fahrzeug ein umfassendes Angebot rund um die Elektromobilität enthält. Dieses reicht von intelligenten Services über Energiespeicher für private und gewerbliche Kunden bis hin zum nachhaltigen Recycling. Auch das Angebotsportfolio im Bereich intelligenter Ladelösungen wird deutlich erweitert, um dem Kunden ein ganzheitliches Premiererlebnis im Bereich der Elektromobilität anzubieten. Ein wichtiger Schritt ist hierbei die Gründung des Joint Ventures „IONITY“ zum Aufbau einer öffentlichen Schnellladeinfrastruktur an den Hauptverkehrsachsen in Europa.

## **Premium-Markenerlebnis im Vertrieb und Service: Online und Offline**

„Im Jahr 2018 steht ‚Best Customer Experience‘ für Mercedes-Benz Cars weiterhin an erster Stelle. Mit einer innovativen Kundenansprache wollen wir unsere Kunden begeistern. Konkret bedeutet das die konsequente Digitalisierung und Personalisierung aller Kontaktpunkte im Vertrieb und After-Sales“, so Britta Seeger, Mitglied des Vorstands der Daimler AG, verantwortlich für Mercedes-Benz Cars Vertrieb.

Mercedes-Benz bietet online wie offline ein faszinierendes Kundenerlebnis. Hierzu nutzt die Marke unterschiedliche Formate, um die Kunden in ihren jeweiligen Lebenswelten anzusprechen. Die digitale Marke Mercedes me ermöglicht den Kunden jederzeit und überall mit Mercedes-Benz in Kontakt zu treten – per App, Website oder direkt im Auto. Auf dieser Online-Plattform werden alle bestehenden und künftigen Dienstleistungs- und Mobilitätsangebote rund um das Fahrzeug und darüber hinaus mit car2go und mytaxi gebündelt. Diesen personalisierten Zugang nutzen bereits weit über eine Million Kunden in 36 Märkten. Weitere folgen 2018. Eine der neuen Funktionen in Mercedes me ist die „Digitale Vorfreude“. Hier können Käufer bestimmter Neuwagen seit 2017 den Produktionsstatus in Echtzeit verfolgen. Die Kunden erhalten zwischen der Bestellung und Auslieferung exklusive Einblicke in die Produktion ihres Fahrzeugs. Damit steigert Mercedes-Benz Tag für Tag bis zur

Auslieferung die Vorfreude auf das neue Auto. Auch beim Verkauf der Fahrzeuge nutzt Mercedes-Benz vermehrt digitale Formate: Bereits seit 2016 haben Kunden in Deutschland die Möglichkeit, ihren Neuwagen im Mercedes-Benz Online-Store zu kaufen. Seit Juli 2017 bietet das Unternehmen auch Gebrauchtwagen mit Stern per Mausklick an. Ziel ist es, bis 2025 den weltweiten Absatz über den Online-Vertrieb auf bis zu 25% zu erhöhen. Weitere mehrwertbringende, digitale Dienste rund um die Premiumprodukte von Mercedes-Benz werden folgen.

Zusätzlich zu allen digitalen Aktivitäten bleiben die Händlerbetriebe auch in Zukunft als persönlicher Kundenkontaktpunkt unersetzlich. Die Mercedes-Benz Partner sind nach wie vor das Rückgrat des Vertriebs und kompetenter Ansprechpartner für die Kunden. Deshalb hat das Unternehmen 2017 verstärkt begonnen, den Markenauftritt seiner Retailbetriebe im Innen- und Außenbereich zu modernisieren. Im Autohaus der Zukunft werden die Vorteile der digitalen und der analogen Welt konsequent zusammengeführt. Zum Beispiel werden dialogunterstützende Medien gestalterisch eingesetzt und machen das Wunschfahrzeug virtuell erlebbar. Der Beratungs- und Kaufprozess wird so zu einem bislang nicht gekannten Marken- und Produkterlebnis. Auch im After-Sales Bereich werden neue Wege in der Kundenansprache umgesetzt. Konkret bedeutet dies unter anderem, dass Termine online gebucht werden können und die Serviceannahme digital abläuft. Dem Kunden wird damit ein zeitgemäßes Serviceerlebnis geboten.

Für Mercedes-Benz steht fest: Der Kunde und seine individuellen Bedürfnisse stehen während der gesamten Customer Journey immer im Mittelpunkt. In welcher Form auch immer, jede Begegnung mit Mercedes-Benz soll für ihn ein besonderes Erlebnis sein – ein Mercedes Moment – egal ob in der physischen oder in der digitalen Welt.

### **Absatz Mercedes-Benz Cars im Überblick**

	Dezember 2017	Veränd. in %	Per Dezember 2017	Veränd. in %
<b>Mercedes-Benz</b>	<b>193.534</b>	<b>+1,7</b>	<b>2.289.344</b>	<b>+9,9</b>
<b>smart</b>	<b>11.895</b>	<b>-19,1</b>	<b>135.025</b>	<b>-6,5</b>
<b>Mercedes-Benz Cars</b>	<b>205.429</b>	<b>+0,2</b>	<b>2.424.369</b>	<b>+8,8</b>
<b>Absatz Mercedes-Benz in den Regionen/Märkten</b>				
Europa	75.423	-4,0	955.301	+6,4
- davon Deutschland	21.582	-14,3	303.528	+3,5
Asien/Pazifik	72.685	+5,7	875.250	+19,2
- davon China	48.140	+12,2	587.868	+25,9
NAFTA	40.367	+9,1	400.320	+1,3
- davon USA	35.203	+10,0	337.246	-0,9

**Ansprechpartner:**

Jörg Howe, +49 711 17-41341, joerg.howe@daimler.com

Sofia Stauber, +49 711 17-40598, sofia.stauber@daimler.com

Katja Liesenfeld, +49 711 17-32972, katja.liesenfeld@daimler.com

Weitere Informationen von Daimler sind im Internet verfügbar:

**www.media.daimler.com** und **www.daimler.com**

**Hinweis:**

Der Absatz von Mercedes-Benz nach Regionen und Märkten sowie nach Modellen stellt lediglich einen Ausschnitt vom Gesamtabsatz von Mercedes-Benz dar. Dabei kann ein Modell in unterschiedlichen Segmenten aufgeführt werden. Eine Doppelzählung von Modellen im Hinblick auf den Gesamtabsatz von Mercedes-Benz ist ausgeschlossen.

**Vorausschauende Aussagen:**

Dieses Dokument enthält vorausschauende Aussagen zu unserer aktuellen Einschätzung künftiger Vorgänge. Wörter wie »antizipieren«, »annehmen«, »glauben«, »einschätzen«, »erwarten«, »beabsichtigen«, »können/könnten«, »planen«, »projizieren«, »sollten« und ähnliche Begriffe kennzeichnen solche vorausschauenden Aussagen. Diese Aussagen sind einer Reihe von Risiken und Unsicherheiten unterworfen. Einige Beispiele hierfür sind eine ungünstige Entwicklung der weltwirtschaftlichen Situation, insbesondere ein Rückgang der Nachfrage in unseren wichtigsten Absatzmärkten, eine Verschlechterung unserer Refinanzierungsmöglichkeiten an den Kredit- und Finanzmärkten, unabwendbare Ereignisse höherer Gewalt wie beispielsweise Naturkatastrophen, Terrorakte, politische Unruhen, kriegerische Auseinandersetzungen, Industrieunfälle und deren Folgewirkungen auf unsere Verkaufs-, Einkaufs-, Produktions- oder Finanzierungsaktivitäten, Veränderungen der Wechselkurse, eine Veränderung des Konsumverhaltens in Richtung kleinerer und weniger gewinnbringender Fahrzeuge oder ein möglicher Akzeptanzverlust unserer Produkte und Dienstleistungen mit der Folge einer Beeinträchtigung bei der Durchsetzung von Preisen und bei der Auslastung von Produktionskapazitäten, Preiserhöhungen bei Kraftstoffen und Rohstoffen, Unterbrechungen der Produktion aufgrund von Materialengpässen, Belegschaftsstreiks oder Lieferanteninsolvenzen, ein Rückgang der Wiederverkaufspreise von Gebrauchtfahrzeugen, die erfolgreiche Umsetzung von Kostenreduzierungs- und Effizienzsteigerungsmaßnahmen, die Geschäftsaussichten der Gesellschaften, an denen wir bedeutende Beteiligungen halten, die erfolgreiche Umsetzung strategischer Kooperationen und Joint Ventures, die Änderungen von Gesetzen, Bestimmungen und behördlichen Richtlinien, insbesondere soweit sie Fahrzeugemissionen, Kraftstoffverbrauch und Sicherheit betreffen, sowie der Abschluss laufender behördlicher oder von Behörden veranlasster Untersuchungen und der Ausgang anhängiger oder drohender künftiger rechtlicher Verfahren und weitere Risiken und Unwägbarkeiten, von denen einige im aktuellen Geschäftsbericht unter der Überschrift »Risiko- und Chancenbericht« beschrieben sind. Sollte einer dieser Unsicherheitsfaktoren oder eine dieser Unwägbarkeiten eintreten oder sollten sich die den vorausschauenden Aussagen zugrunde liegenden Annahmen als unrichtig erweisen, könnten die tatsächlichen Ergebnisse wesentlich von den in diesen Aussagen genannten oder implizit zum Ausdruck gebrachten Ergebnissen abweichen. Wir haben weder die Absicht noch übernehmen wir eine Verpflichtung, vorausschauende Aussagen laufend zu aktualisieren, da diese ausschließlich auf den Umständen am Tag der Veröffentlichung basieren.

**Daimler im Überblick**

Die Daimler AG ist eines der erfolgreichsten Automobilunternehmen der Welt. Mit den Geschäftsfeldern Mercedes-Benz Cars, Daimler Trucks, Mercedes-Benz Vans, Daimler Buses und Daimler Financial Services gehört der Fahrzeughersteller zu den größten Anbietern von Premium-Pkw und ist der größte weltweit aufgestellte Nutzfahrzeug-Hersteller. Daimler Financial Services bietet Finanzierung, Leasing, Flottenmanagement, Versicherungen, Geldanlagen und Kreditkarten sowie innovative Mobilitätsdienstleistungen an.

Die Firmengründer Gottlieb Daimler und Carl Benz haben mit der Erfindung des Automobils im Jahr 1886 Geschichte geschrieben.

Als Pionier des Automobilbaus ist es für Daimler Motivation und Verpflichtung, die Zukunft der Mobilität sicher und nachhaltig zu gestalten. Das Unternehmen setzt dabei auf innovative und grüne Technologien sowie auf sichere und hochwertige Fahrzeuge, die faszinieren und begeistern. Daimler investiert konsequent in die Entwicklung effizienter Antriebe – von Hightech-Verbrennungsmotoren über Hybridfahrzeuge bis zu reinen Elektroantrieben mit Batterie oder Brennstoffzelle – um langfristig das lokal emissionsfreie Fahren zu ermöglichen. Darüber hinaus treibt das Unternehmen die intelligente Vernetzung seiner Fahrzeuge, das autonome Fahren und neue Mobilitätskonzepte mit Nachdruck voran. Denn Daimler betrachtet es als Anspruch und Verpflichtung, seiner Verantwortung für Gesellschaft und Umwelt gerecht zu werden.

Daimler vertreibt seine Fahrzeuge und Dienstleistungen in nahezu allen Ländern der Welt und hat Produktionsstätten in Europa, Nord- und Südamerika, Asien und Afrika. Zum Markenportfolio zählen neben Mercedes-Benz, der wertvollsten Premium-Automobilmarke der Welt (Quelle: Interbrand-Studie „The Anatomy of Growth“, 5.10.2016), sowie Mercedes-AMG, Mercedes-Maybach und Mercedes me, die Marken smart, EQ, Freightliner, Western Star, BharatBenz, FUSO, Setra und Thomas Built Buses und die Marken von Daimler Financial Services: Mercedes-Benz Bank, Mercedes-Benz Financial Services, Daimler Truck Financial, moovel, car2go und mytaxi. Das Unternehmen ist an den Börsen Frankfurt und Stuttgart notiert (Börsenkürzel DAI). Im Jahr 2016 setzte der Konzern mit insgesamt mehr als 282.000 Mitarbeitern rund 3 Mio. Fahrzeuge ab. Der Umsatz lag bei 153,3 Mrd. € das EBIT betrug 12,9 Mrd. €