

DAIMLER

Ansprechpartner:

Marc Binder

Verena Müller

Telefon:

0711-17-77544

0711-17-77543

Presse-Information

Datum:

08. Januar 2010

Mercedes-Benz im Dezember und vierten Quartal Premiummarke mit stärkstem Zuwachs

- **Mercedes-Benz setzt mit Plus von zwölf Prozent im Dezember positiven Trend fort - Absatz im vierten Quartal 2009 mit 13 Prozent deutlich über Vorjahr**
- **Mercedes-Benz entwickelt sich 2009 in vielen Märkten besser als Gesamtmarkt und kann Marktanteile ausbauen**
- **Neue E-Klasse und neue Generation S-Klasse sorgen für Absatzimpulse – Limousinen Marktführer weltweit**
- **Dr. Zetsche: „Erwarten für 2010 mit attraktiven neuen Produkten Absatz leicht über Vorjahresniveau.“**
- **Erneut Rekordabsatz in China – Mercedes-Benz Premiummarke mit höchstem Zuwachs**

Stuttgart – Mercedes-Benz hat sich im Jahr 2009 in einem äußerst schwierigen Marktumfeld erfolgreich behauptet. Im Dezember legte die Marke beim Absatz erneut deutlich zu und setzte mit einem Absatzplus von zwölf Prozent auf 97.700 (i.V. 87.100) Fahrzeuge den positiven Trend der letzten Monate fort. Mercedes-Benz war damit im Dezember ebenso wie im gesamten vierten Quartal die Premiummarke mit dem stärksten Zuwachs weltweit. Im Gesamtjahr lieferte Mercedes-Benz 1.012.300 (i.V. 1.121.700) Fahrzeuge an Kunden aus (minus 9,7 Prozent). In vielen Märkten wie beispielsweise den USA, China, Kanada, Russland, Großbritannien, Südkorea und Brasilien entwickelte sich Mercedes-Benz 2009 besser als der Gesamtmarkt und konnte Marktanteile hinzugewinnen.

Dr. Dieter Zetsche, Vorstandsvorsitzender der Daimler AG und Leiter Mercedes-Benz Cars: „Wir konnten uns beim Absatz in der zweiten Jahreshälfte sukzessive verbessern, nachdem das erste Halbjahr von starken Marktrückgängen geprägt war. Im vierten Quartal lag der Absatz mit einem Plus von 13 Prozent deutlich über dem Niveau des Vorjahres. Dazu haben insbesondere die neue E-Klasse und die neue Generation der S-Klasse beigetragen. Aber auch unser großer Erfolg in China wirkte sich positiv aus – 2009 waren wir dort erneut die Premiummarke mit dem größten Wachstum.“

Attraktive neue Produkte und richtungsweisende Innovationen für nachhaltige Mobilität im Jahr 2009

Neben der E-Klasse und der S-Klasse hat Mercedes-Benz in 2009 auch die modellgepflegte Generation des GL vorgestellt. Zudem hat das Unternehmen 2009 zahlreiche Innovationen auf dem Gebiet der nachhaltigen Mobilität vorangetrieben: mit dem S 400 HYBRID hat Mercedes-Benz den ersten Serienhybrid mit Lithium-Ionen Batterie eines europäischen Herstellers auf den Markt gebracht. Mit dem smart fortwo electric drive und der Mercedes-Benz B-Klasse F-CELL starteten zum Ende des Jahres zwei voll alltagstaugliche und lokal emissionsfreie Elektroautos. Zudem wurde die Flotte verbrauchsoptimierter BlueEFFICIENCY Fahrzeuge auf 58 Modelle erweitert.

Wettbewerbsfähige Produktpalette in 2010 – Absatz leicht über Niveau des Vorjahres erwartet

In 2010 bietet Mercedes-Benz seinen Kunden ebenfalls zahlreiche attraktive Produktneuheiten, beginnend mit dem neuen E-Klasse Cabrio, das die Modellfamilie der E-Klasse komplettiert und ab 11. Januar bestellbar ist. „Für das neue Jahr sind wir mit einer attraktiven und wettbewerbsfähigen Produktpalette hervorragend aufgestellt. Wir werden dabei gleich zu Anfang vor allem von der vollen Verfügbarkeit der E-Klasse Familie profitieren; aber auch Zuwächse in den

Wachstumsmärkten, insbesondere in China, werden sich positiv auf unsere Verkäufe auswirken. Für 2010 erwarten wir daher einen Absatz leicht über dem Niveau des Vorjahres und gehen davon aus, unsere Position im Wettbewerb erfolgreich zu behaupten“, so Zetsche weiter.

Für positive Impulse wird auch der neue Mercedes-Benz SLS AMG sorgen, der ab dem ersten Quartal 2010 ausgeliefert wird und dessen Kundenresonanz die Erwartungen bereits jetzt deutlich übertrifft. Neben der Einführung weiterer Produktneuheiten erweitert Mercedes-Benz in 2010 außerdem das BlueEFFICIENCY Portfolio auf 76 Modelle.

Rekordabsatz in China - Mercedes-Benz Premiummarke mit stärkstem Zuwachs

In China konnte Mercedes-Benz den Rekordabsatz von 2008 deutlich übertreffen und eine neue Bestmarke erzielen: 70.100 (i.V. 42.600) Pkw wurden an Kunden ausgeliefert, 65 Prozent mehr als im Vorjahr. Allein im Dezember konnte Mercedes-Benz den Absatz auf 9.500 Fahrzeuge mehr als verdoppeln. Mercedes-Benz wächst damit 2009 weiterhin deutlich schneller als der Gesamtmarkt und die Premiumwettbewerber. Großen Anteil daran hatten zweistellige Zuwachsraten bei der E-Klasse, der C-Klasse und den SUVs sowie der große Erfolg der S-Klasse. China ist inzwischen der größte Markt für die Luxuslimousine, die dort mit einem Marktanteil von rund 40 Prozent in ihrem Segment mit Abstand die Nummer eins ist. Auch im nächsten Jahr will Mercedes-Benz seinen Erfolgskurs in China fortsetzen und deutlich schneller als der Gesamtmarkt wachsen.

In der Region Asien/Pazifik insgesamt erzielte Mercedes-Benz ebenfalls einen Rekordabsatz und steigerte die Auslieferungen um 13 Prozent auf 165.300 (i.V. 145.800) Einheiten. Allein im Dezember lag der Zuwachs bei 77 Prozent. Im Dezember verzeichnete Mercedes-Benz erstmals in diesem Jahr auch in Japan ein kräftiges Absatzplus. Die Auslieferungen stiegen um 19 Prozent auf 3.400 (i.V. 2.800) Einheiten. In Südkorea verbuchte Mercedes-Benz im Gesamtjahr hohe

Zuwächse: 8.900 (i.V. 7.100) Fahrzeuge wurden an Kunden übergeben, 26 Prozent mehr als im Vorjahr. In Australien ist die Marke ebenfalls gewachsen, im Gesamtjahr lagen die Verkäufe mit 15.900 (i.V. 15.100) Pkw fünf Prozent über Vorjahr, im Dezember verbuchte Mercedes-Benz sogar ein Plus von 90 Prozent. Weiter sehr erfolgreich entwickelte sich Mercedes-Benz auch in Brasilien und steigerte 2009 den Absatz um 46 Prozent auf 5.200 (i.V. 3.600) Fahrzeuge.

Mercedes-Benz bleibt stärkste Premiummarke auf Heimatmarkt

In Deutschland behauptet Mercedes-Benz auch in 2009 die Position als absatzstärkste Premiummarke. Im Dezember lag der Absatz in etwa auf Vorjahresniveau mit 22.100 (i.V. 23.300) Einheiten. Seit Jahresbeginn wurden insgesamt 265.500 (i.V. 300.900) Fahrzeuge an Kunden ausgeliefert (minus 12 Prozent). In Westeuropa (ohne Deutschland) insgesamt lag der Absatz im Dezember mit 27.100 (i.V. 25.600) Pkw sechs Prozent über dem Vorjahr. Dabei gab es Zuwächse in nahezu allen großen Märkten wie Großbritannien (plus 43 Prozent), Frankreich (plus 6 Prozent), Italien (plus ein Prozent) und Belgien (plus 10 Prozent). Im letzten Jahr lieferte Mercedes-Benz in Westeuropa (ohne Deutschland) insgesamt 286.100 (i.V. 337.000) Pkw aus (minus 15 Prozent).

Zweistellige Wachstumsraten im vierten Quartal in USA – Rekord in Kanada

In den USA verzeichnete Mercedes-Benz ab September 2009 eine deutliche Erholung und war im vierten Quartal die absatzstärkste deutsche Premiummarke. Im Dezember verbuchte die Marke mit einem Absatz von 20.000 (i.V. 18.500) Einheiten den besten Monat des Jahres 2009, der Zuwachs lag bei acht Prozent. Im Gesamtjahr lieferte Mercedes-Benz 190.600 (i.V. 225.100) Pkw aus (minus 15 Prozent). Mercedes-Benz entwickelte sich damit jedoch deutlich besser als der Gesamtmarkt, der um 21 Prozent zurückging und gewann aufs Jahr gesehen Marktanteile hinzu. Die neuen Modelle der

E-Klasse und S-Klasse sorgten für positive Impulse und zweistellige Wachstumsraten im vierten Quartal. Auch der GLK bleibt erfolgreich: mit 21.900 verkauften Modellen ist er 2009 an der Spitze seines Segments vor den Kernwettbewerbern. In Kanada erreichte Mercedes-Benz im Gesamtjahr 2009 mit 24.300 (i.V. 20.400) Pkw wie schon in 2008 einen Verkaufsrekord und ein Plus von 19 Prozent.

Absatzimpulse durch neue E-Klasse und S-Klasse

Die neuen E-Klasse Modelle entwickelten sich 2009 sehr positiv und sorgten für wichtige Absatzimpulse. Die Limousine kam von Anfang an sehr gut bei den Kunden an und behauptete seit Mai durchgängig die Spitzenposition in ihrem Segment. Mit einem Marktanteil von rund 60 Prozent in Deutschland und rund 40 Prozent in Westeuropa liegt sie mit deutlichem Abstand vor ihren Wettbewerbern. Weltweit lag der Zuwachs der Limousine im Gesamtjahr bei 26 Prozent mit 158.000 Einheiten, im Dezember stiegen die Auslieferungen sogar um 77 Prozent auf 17.300 Fahrzeuge. Weltweit verkaufte Mercedes-Benz im Segment der E-Klasse vergangenes Jahr über 200.000 Fahrzeuge. Das neue E-Klasse T-Modell wird seit dem 11. November 2009 an Kunden ausgeliefert.

Die neue Generation der S-Klasse ist ebenfalls erfolgreich gestartet und trug insbesondere im vierten Quartal positiv zum Wachstum von Mercedes-Benz bei. Im Dezember verzeichnete die Limousine den stärksten Monat des Jahres: 6.400 Fahrzeuge wurden an Kunden weltweit übergeben, ein Plus von 31 Prozent. Mit 53.400 ausgelieferten Modellen war sie im Gesamtjahr trotz neuer Modelle der Wettbewerber die meistverkaufte Luxuslimousine in ihrem Segment. Dabei hat die Resonanz auf den S 400 HYBRID die Erwartungen übertroffen. Innerhalb des Luxussegments krönte Mercedes-Benz Cars in 2009 mit dem Maybach Zeppelin die Modellpalette der Luxuslimousinen. Insgesamt wurden im Jahr 2009 in einem äußerst schwierigen Marktumfeld 200 (i.V. 300) Maybach-

Fahrzeuge an Kunden in aller Welt übergeben. Die Marke konnte in vielen Märkten Marktanteile hinzugewinnen und sich besser entwickeln als das Segment.

Mercedes-Benz hält mit C-Klasse Limousine Spitzenposition in 2009

Innerhalb des C-Klasse Segments lag die C-Klasse Limousine auch 2009 mit 226.700 verkauften Modellen an der Spitze. Im Dezember erreichten die Verkäufe der Limousine mit 19.700 Modellen das Niveau des Vorjahres. Bei den SUVs konnte Mercedes-Benz im Gesamtjahr den Absatz weltweit um sieben Prozent steigern, 171.500 (i.V. 160.600) Geländewagen wurden an Kunden übergeben. Großen Anteil daran hatte der Markterfolg des GLK, der im Dezember erneut in vielen westeuropäischen Märkten zweistellige Steigerungen verzeichnete. Der Absatz im Segment der A- und B-Klasse lag im Dezember nahezu auf dem Niveau des Vorjahres mit 19.900 ausgelieferten Fahrzeugen. In 2009 insgesamt nahmen 219.300 Kunden ein Kompaktfahrzeug der A- und B-Klasse in Empfang.

smart fortwo startet 2009 erfolgreich in neuen Märkten

Der smart fortwo ist 2009 erfolgreich in neuen Märkten gestartet. In China entschieden sich seit April 2009 insgesamt 1.800 Kunden für den Zweisitzer, in Brasilien wurden 1.100 Modelle ausgeliefert. Die wichtigsten Märkte für den smart fortwo 2009 waren Deutschland, wo der Absatz mit 32.400 Einheiten zwei Prozent über Vorjahr lag, gefolgt von Italien (29.500 Einheiten) und den USA (14.600 Einheiten). Ein deutliches Plus erzielte der Zweisitzer 2009 in seinem viertgrößten Markt Großbritannien. Hier legte der Absatz im Gesamtjahr um 11 Prozent auf 8.400 Einheiten zu. In 2009 gingen die Auslieferungen nach einem Rekordjahr 2008 um 13 Prozent auf 116.900 (i.V. 134.700) Einheiten zurück. Für die Marke smart erwartet das Unternehmen insbesondere von der Markteinführung einer neuen

Generation des smart fortwo ab dem dritten Quartal 2010 zusätzliches Momentum für den Absatz. Seite 7

Absatz Mercedes-Benz Cars im Überblick

	Dezember 2009	Veränd. in %	Per Dezember 2009	Veränd. in %
Mercedes-Benz	97.700	+12,4	1.012.300	-9,7
smart*	9.900	-12,0	117.000	-13,2

Mercedes-Benz Cars	107.600	+9,6	1.129.300	-10,1
Westeuropa	57.400	+0,1	645.800	-12,8
- davon Deutschland	24.600	-5,1	298.000	-10,5
NAFTA	23.700	+2,1	237.400	-15,2
- davon USA	20.900	+0,2	205.200	-17,8
Asien/Pazifik	20.100	+78,7	168.300	+14,1
- davon Japan	3.400	+17,3	28.600	-22,8
- davon China (inkl. Hongkong)	9.800	+161,6	71.900	+68,7

*Absatz der Marke smart inklusive der Baureihen smart roadster und smart forfour

Weitere Informationen von Daimler sind im Internet verfügbar:

www.media.daimler.com

Über Daimler

Die Daimler AG, Stuttgart, mit ihren Geschäften Mercedes-Benz Cars, Daimler Trucks, Mercedes-Benz Vans, Daimler Buses und Daimler Financial Services ist ein weltweit führender Anbieter von Premium-Pkw und Weltmarktführer bei schweren und mittelschweren Lkw sowie bei Bussen. Daimler Financial Services bietet ein umfassendes Finanzdienstleistungsangebot mit Finanzierung, Leasing, Versicherungen und Flottenmanagement.

Daimler vertreibt seine Produkte in nahezu allen Ländern der Welt und hat Produktionsstätten auf fünf Kontinenten. Die Firmengründer Gottlieb Daimler und Carl Benz haben mit der Erfindung des Automobils seit 1886 Geschichte geschrieben. Als Pionier des Automobilbaus betrachtet es Daimler als Anspruch und Verpflichtung, seiner Verantwortung für Gesellschaft und Umwelt gerecht zu werden und die Mobilität der Zukunft sicher und nachhaltig zu gestalten – mit bahnbrechenden Technologien und hochwertigen Produkten. Zum heutigen Markenportfolio zählen neben Mercedes-Benz, der wertvollsten Automobilmarke der Welt, die Marken smart, Maybach, Freightliner, Western Star, Mitsubishi Fuso, Setra, Orion und Thomas Built Buses. Das Unternehmen ist an den Börsen Frankfurt, New York und Stuttgart notiert (Börsenkürzel DAL). Im Jahr 2008 setzte der

Konzern mit mehr als 270.000 Mitarbeitern 2,1 Mio. Fahrzeuge ab. Der Umsatz lag bei 95,9 Mrd. €, das EBIT erreichte 2,7 Mrd. €. Als Unternehmen mit Anspruch auf Spitzenleistung strebt Daimler nachhaltiges Wachstum und Profitabilität auf dem Niveau der Branchenbesten an.

Seite 8