

Im Dezember 2000

Sehr geehrte Aktionärin, sehr geehrter Aktionär,

in den letzten Wochen stand DaimlerChrysler sehr stark im Blickpunkt der Öffentlichkeit; dabei galt das Interesse insbesondere der Geschäftsentwicklung der Chrysler Group in den USA. Vor diesem Hintergrund möchten wir Ihnen die Lage Ihres Unternehmens schildern, wie sie sich aus unserer Sicht darstellt.

In den letzten fünf Jahren haben wir Ihr Unternehmen von einem breit diversifizierten Konzern zu einem der weltweit führenden Automobilunternehmen entwickelt. Im Verlauf dieses Prozesses haben wir uns nicht nur von zahlreichen Geschäften getrennt, die entweder nicht profitabel arbeiteten oder nicht zu unserem Kerngeschäft gehörten, wir haben darüber hinaus die Kostenstrukturen unseres Fahrzeuggeschäfts in Deutschland deutlich verbessert. Möglich war dies nicht zuletzt durch die außergewöhnliche Einsatzbereitschaft und Flexibilität unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Unser Ziel ist und bleibt es, der führende und profitabelste Automobilhersteller der Welt zu sein.

Dass die Entwicklung in der internationalen Automobilindustrie durch eine weitere Konsolidierung sowie durch Allianzen und Partnerschaften der einzelnen Hersteller geprägt sein wird, haben wir bereits vor fünf Jahren vorhergesehen. Durch die Zusammenführung von Daimler-Benz und Chrysler zu DaimlerChrysler haben wir diesen Prozess maßgeblich gestaltet. Durch unsere Allianz mit der Mitsubishi Motors Corporation und unsere Beteiligung an der Hyundai Motor Company haben wir diesen Prozess konsequent fortgesetzt und uns dadurch gleichzeitig eine gute Ausgangsposition in den schnell wachsenden asiatischen Märkten gesichert.

Obwohl die Chrysler Group zur Zeit vor großen Herausforderungen steht, sind wir zuversichtlich, dass der Unternehmenszusammenschluss zwischen Daimler-Benz und Chrysler, die Allianz mit Mitsubishi Motors und die Beteiligung an Hyundai Motor uns weltweit die Wachstumsperspektiven und Skaleneffekte ermöglichen, auf deren Basis wir auch für Sie, unsere Aktionärinnen und Aktionäre, langfristig zusätzlichen Wert schaffen können.

Wir sind jetzt in allen wichtigen Märkten der Welt vertreten. Wir haben die Marken und die Produkte, mit denen wir die Wünsche unserer Kunden weltweit in nahezu allen Marktsegmenten abdecken können. Und unsere Produktoffensive geht weiter. In den nächsten fünf Jahren

werden wir über 80 % der heutigen Modelle erneuern. Wir werden insgesamt nahezu 60 neue Modelle in den Markt einführen. Auch unsere Partner in Asien werden ihre Produkte in enger Abstimmung mit uns modernisieren. Dabei werden die einzelnen Marken maßgeschneiderte Fahrzeuge für die jeweiligen Regionen entwickeln sowie, wo immer möglich, Komponenten und Systeme austauschen. Die sich daraus ergebenden Synergiepotenziale werden unsere Margen verbessern und unsere Innovationskraft weiter stärken. Mit neuen und attraktiven Modellen werden wir gleichzeitig die Bindung unserer Kunden an unsere Marken weiter festigen. Schon heute kaufen zum Beispiel in Deutschland 8 von 10 Mercedes-Benz-Kunden wieder ein Fahrzeug der Marke Mercedes-Benz.

Im Jahr 1999, dem Jahr nach dem Merger von Daimler-Benz und Chrysler, hat DaimlerChrysler einen um Einmaleffekte bereinigten Operating Profit von € 10,3 Mrd. erwirtschaftet. Die Chrysler Group erzielte 1999 einen Operating Profit von € 5,2 Mrd. Für den DaimlerChrysler-Konzern war das ein Rekordergebnis, und für die Chrysler Group das zweithöchste Ergebnis ihrer Geschichte.

Die Entwicklung bei Mercedes-Benz Personenwagen und smart sowie den Nutzfahrzeugen ist auch im laufenden Jahr sehr gut. Bei der Chrysler Group dagegen steht die Ergebnisentwicklung insbesondere seit dem Sommer zunehmend unter Druck. Trotz Verlusten im dritten und vierten Quartal wird die Chrysler Group jedoch nach vorläufigen Schätzungen für das Jahr 2000 insgesamt noch einen Operating Profit von etwa € 500 Mio. erreichen. Einschließlich aller Einmaleffekte, die voraussichtlich € 4,5 Mrd. betragen werden, wird der DaimlerChrysler-Konzern einen Operating Profit zwischen € 9,5 und € 10,0 Mrd. erzielen.

Die Mercedes-Benz Personenwagen werden voraussichtlich ein neues Rekordergebnis erwirtschaften, trotz außergewöhnlich hoher Forschungs- und Entwicklungskosten für die neuen Modelle, die in den nächsten Jahren in den Markt eingeführt werden. Der Produktionshochlauf der neuen C-Klasse verlief außergewöhnlich zügig. Dadurch war es möglich, 47.600 neue C-Klasse Fahrzeuge alleine im dritten Quartal dieses Jahres zu verkaufen. Im nächsten Jahr werden wir den neuen Mercedes-Benz SL einführen sowie zwei weitere Varianten der C-Klasse, das T-Modell und das Sport Coupé. Im Jahr 2002 werden die neue E-Klasse, der Nachfolger des CLK und der Maybach folgen, eine Luxus-Limousine, die höchsten Ansprüchen gerecht wird.

Der Erfolg des Geschäftsfelds Nutzfahrzeuge belegt nachdrücklich unsere Strategie, mit verschiedenen Marken weltweit in allen Marktsegmenten tätig zu sein. Dieses Jahr konnten wir den erheblichen Nachfragerückgang im US-Schwer-Lkw-Markt durch eine sehr erfolgreiche Entwicklung in Europa und Lateinamerika sowie durch das hervorragende Transportergeschäft ausgleichen. Obwohl der Absatz in diesem Jahr insgesamt knapp unter dem Vorjahresvolumen liegen wird, erwarten wir ein Ergebnis leicht über dem Niveau des Jahres 1999. Wir gehen davon aus, dass sich in der Zukunft für unser Nutzfahrzeuggeschäft aus den Beteiligungen in Asien zusätzliche Wachstumsimpulse ergeben werden.

Auch für das Dienstleistungsgeschäft brachte das Jahr 2000 zahlreiche Herausforderungen. Insbesondere der Druck auf die Restwerte bei Leasingfahrzeugen in den USA führte im dritten Quartal zu erheblichen Belastungen. In der Zwischenzeit haben wir unsere Instrumente zur Verfolgung der Restwerte sowie unsere Marketingmaßnahmen für gebrauchte Fahrzeuge verbessert. Wir sind fest davon überzeugt, dass dem Finanzdienstleistungsgeschäft auch zukünftig eine bedeutende Rolle bei der langfristigen Kundenbindung an unsere Fahrzeugmarken zukommt.

Weiterhin haben wir im laufenden Jahr beachtliche Fortschritte bei der Konzentration unserer Aktivitäten auf das Fahrzeuggeschäft gemacht. Wir haben unseren Anteil an der Dasa gegen einen Anteil von über 30 % an der EADS getauscht, deren Aktienkurs seit der Börseneinführung im Juli 2000 um mehr als 20 % gestiegen ist. Weiterhin hat sich die Deutsche Telekom mit 50,1 % am debis Systemhaus beteiligt. Mit Bombardier haben wir einen zukunftsfähigen Partner für Adtranz gefunden. Aus diesen Transaktionen entstehen erhebliche Veräußerungsgewinne, die wir als Einmalerträge ausweisen werden.

Unser Nutzfahrzeuggeschäft wurde durch die Akquisition des kanadischen Lkw-Herstellers Western Star und des US-amerikanischen Dieselmotorenherstellers Detroit Diesel deutlich gestärkt. Insgesamt konnten wir durch eine Reihe von strategischen Beteiligungen und Akquisitionen einerseits sowie Unternehmensverkäufen andererseits DaimlerChrysler als eines der weltweit führenden Automobilunternehmen positionieren.

Warum hat sich die Situation bei der Chrysler Group im Verlauf des Jahres 2000 so verschlechtert? Es gibt dafür im wesentlichen zwei Gründe:

Zum einen hat sich der Wettbewerbsdruck im US-Automobilmarkt erheblich verstärkt. Dies zeigen nicht zuletzt die erheblich höheren Rabatte, die um mehr als ein Drittel gegenüber dem Vorjahr gestiegen sind und sich im Vergleich zu 1997 nahezu verdreifacht haben.

Zum anderen hatte die Chrysler Group eine Reihe von Herausforderungen zu bewältigen. Wir haben mehrere neue Produkte eingeführt, wie den neuen Minivan, den PT Cruiser, den Dodge Stratus sowie den Chrysler Sebring und das Sebring Cabriolet. So wichtig neue Produkte für Wettbewerbsfähigkeit und Marktposition sind, so entstehen dadurch zunächst einmal hohe Kosten - durch die Anlaufbelastungen für die neuen Fahrzeuge sowie durch höhere Rabatte auf die alten Modelle. Diese sind in der Regel notwendig, um die Lagerbestände abzubauen.

Darüber hinaus wurde die Ergebnisentwicklung der Chrysler Group durch den extremen Wettbewerb in den Marktsegmenten belastet, in denen Chrysler traditionell sehr erfolgreich war: Bei den Minivans, den Sport Utility Vehicles (Geländewagen) und den leichten Nutzfahrzeugen, vor allem den Pick-ups. Auch unsere Wettbewerber haben die guten Gewinnmargen in diesen Marktsegmenten entdeckt, neue Produkte eingeführt sowie ihre Kapazitäten erhöht. Gleichzeitig konnte Chrysler die Kostenstrukturen nicht genügend schnell anpassen, um auf das veränderte Wettbewerbsumfeld zu reagieren.

Wir haben nun entscheidende Schritte zur Verbesserung der Profitabilität bei Chrysler eingeleitet. Mit Zustimmung des Aufsichtsrats haben wir am 17. November 2000 die Führung der Chrysler Group neu besetzt. Aufgrund ihrer bisherigen sehr erfolgreichen Tätigkeit für DaimlerChrysler haben wir Dieter Zetsche die Leitung der Chrysler Group übertragen und Wolfgang Bernhard zum neuen Chief Operating Officer ernannt. Dieter Zetsche, Wolfgang Bernhard, sowie alle Beschäftigten bei der Chrysler Group haben unsere volle Unterstützung.

Das Management Team hat den Auftrag, ein umfassendes Konzept für die Restrukturierung der Chrysler Group zu entwickeln, mit der wir nicht nur die Marktposition verbessern, sondern auch die hohe Ertragskraft wieder herstellen wollen. Hierzu haben wir bereits einschneidende Maßnahmen eingeleitet. Um die Fahrzeugbestände abzubauen, haben wir die Produktion deutlich zurückgefahren. Wir werden darüber hinaus jede Stufe der Wertschöpfung auf Maßnahmen zur Steigerung der Produktivität überprüfen. Das Restrukturierungsprogramm

soll bereits Ende Februar vorgelegt werden. Wir werden es Ihnen voraussichtlich im Zusammenhang mit der Bekanntgabe unserer Zahlen für das Geschäftsjahr 2000 am 26. Februar 2001 vorstellen.

Das Programm wird in jedem Fall zu Restrukturierungsaufwendungen führen. Diese Aufwendungen sind notwendig, um sicherzustellen, dass DaimlerChrysler seine Spitzenposition in der Automobilindustrie behaupten kann.

Darüber hinaus werden auch bei Mitsubishi Motors, wo wir 34% der Anteile halten und entsprechend „at equity“ in unseren Konzernabschluss einbeziehen, im nächsten Jahr Restrukturierungsmaßnahmen notwendig werden. Auch hier werden wir weitere Einzelheiten im Zusammenhang mit der Veröffentlichung unserer Zahlen für das Jahr 2000 bekannt geben.

Wir müssen davon ausgehen, dass sich 2001 der harte Wettbewerb in den USA weiter verschärfen und sich dies auch in unserer Ergebnisentwicklung niederschlagen wird. Sollte sich die Nachfrage an den Automobilmärkten abschwächen, wovon wir insbesondere in den USA ausgehen müssen, wird das Jahr 2001 insgesamt noch schwieriger als das laufende Jahr werden. Wir sind sicher, dass wir die gegenwärtige schwierige Übergangsphase aufgrund unserer starken finanziellen Position überwinden werden.

In den letzten Wochen wurden mehrere Klagen in den USA eingereicht. Wir sind davon überzeugt, dass die diesen Klagen zugrundeliegenden Behauptungen bezüglich des 1998 erfolgten Zusammenschlusses zwischen Daimler-Benz und Chrysler sachlich und rechtlich völlig unbegründet sind und werden dagegen entsprechend vorgehen.

Wir haben eine klare Strategie. Wir werden das fortsetzen, was wir am besten können - aber wir werden es noch besser machen. Die Erfahrung unserer hoch motivierten Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter und das Potenzial unserer erfolgreichen Automobilmarken stehen dafür. Gleichzeitig werden wir unsere globalen Möglichkeiten und Aktivitäten nutzen, um die weltbesten Personenwagen und Nutzfahrzeuge in allen Segmenten und allen Märkten anzubieten. Dies sind die einzelnen Bausteine, mit denen wir nachhaltiges, langfristiges Wachstum für den Wert Ihrer Anlage in DaimlerChrysler erreichen wollen.

Ihre weitere Unterstützung ist entscheidend dafür, dass wir unsere Vorhaben verwirklichen können.

Mit freundlichen Grüßen
DaimlerChrysler AG



Jürgen Schrempp



Manfred Gentz