

Daimler – Nachhaltigkeit mit angezogener Handbremse



**Eine Konzernstudie des Dachverbands
der Kritischen Aktionärinnen und Aktionäre**

April 2010

„Unsere Gesellschaft ist im Übergang zu einem Zeitalter postfossiler Mobilität.“

Dr. Dieter Zetsche, Vorstandsvorsitzender der Daimler AG

In der vorliegenden Konzernstudie wird untersucht, wie die Daimler AG ihre Aktivitäten bezüglich Nachhaltigkeit darstellt und inwieweit Anspruch und Wirklichkeit sich dabei decken.

Eine Ära geht zu Ende: die Industriegesellschaft, die sich hauptsächlich auf die Gewinnung von Energie aus fossilen Rohstoffen stützt. Gleichzeitig verliert der Kapitalismus in seiner neoliberalen Ausprägung immer mehr an Glaubwürdigkeit. Diverse Skandale, Betrügereien, die Krise des globalen Finanzsystems und die Überbeanspruchung der Ökosysteme lassen erkennen, dass die Wirtschaft nicht mit der ausschließlichen Priorität von Profiten gesteuert werden kann. Wertschöpfung muss ab jetzt mit Wertorientierung einhergehen. Inwieweit stimmt Daimler dem zu?

Im Nachhaltigkeitsbericht 2009 sagt Dr. Dieter Zetsche, der Vorstandssprecher von Daimler: „Unsere Gesellschaft ist im Übergang zu einem Zeitalter postfossiler Mobilität [...]. Ökologische und ökonomische Ziele gehen damit eine Symbiose ein: Nur was umweltschonend ist, wird langfristig auch profitabel sein.“¹

Ein Konzern in Veränderung – zaghafte Vorwärtsbewegungen

Allerdings ist Daimler noch nicht vollständig in einer nachhaltig wirtschaftenden Fahrspur. Die neoliberalen Grundorientierungen sind noch längst nicht überwunden. Zum Beispiel ist die Vorstandsentschlohnung immer noch vorwiegend am Profit ausgerichtet: „Der Jahresbonus ist eine variable Barvergütung, deren Höhe sich primär am EBIT, dem operativen Ergebnis des Daimler-Konzerns sowie zusätzlich an der Aktienrendite und der individuellen Leistung der Vorstandsmitglieder im abgelaufenen Geschäftsjahr orientiert.“²

Eine weitere Aussage macht deutlich, dass im Vorstand Illusionen existieren, wie der Übergang zu nachhaltiger Wirtschaft gestaltet werden kann. Entwicklungsvorstand Thomas Weber: „Als Erfinder des Automobils wollen wir auch seine Zukunft gestalten. Wir sind uns hierbei sicher, dass der Weg zur ‚Nachhaltigen Mobilität‘ nicht über Verzicht führt, sondern über Innovationen.“³ Es gibt Hinweise, dass die Innovationsgeschwindigkeit eben nicht ausreicht, um die ökologischen Anforderungen an die Produkte zu stemmen.

Beispielsweise kann Daimler die gesetzlichen Öko-Anforderungen an Pkw in USA und Japan nicht erfüllen und zahlt Strafsteuern: „Anhand der verkauften Fahrzeuge und der jeweiligen Fuel-Economy-Werte wird die mittlere Fuel Economy pro Modelljahr berechnet. Bei einer Grenzwertunterschreitung muss der Hersteller 5,50 US-Dollar pro 0,1 Meile/Gallone bezahlen – eine mögliche Erhöhung der Strafsätze steht derzeit zur Diskussion. Für das Modelljahr 2008 musste das Unternehmen für die in die USA importierten Fahrzeuge ein Bußgeld von knapp 29 Millionen US-Dollar entrichten. In Japan legt das ‚Top Runner‘-Konzept ab dem Jahr 2010 verbindliche Verbrauchsobergrenzen für Pkw in 9, ab 2015 in 16 nach Fahrzeuggewicht eingeteilten Klassen fest. Diese Zielwerte für 2010 haben wir bislang in 2 Klassen erreicht“.⁴ Da bleibt noch einiges an Innovationen umzusetzen.

¹ Daimler 360 Grad – Fakten zur Nachhaltigkeit, 2009 (im Folgenden: Fakten 2009): S. 4.

² <http://gb2008.daimler.com/reports/daimler/annual/2008/gb/German/603010/grundsaeetze-der-verguetung-des-vorstands.html>

³ Fakten 2009: S. 29.

⁴ Fakten 2009: S. 44.



„Zukunft, Klima, dicke Autos“: Protest vor der Daimler-Hauptversammlung 2009

In der Gesamtbetrachtung erwecken die Aktivitäten von Daimler den Eindruck, als sei der Konzern mit voller Kraft dabei, die ökologischen und gesellschaftlichen Anforderungen an das Unternehmen ernst zu nehmen und zu bedienen. Viele der Aktivitäten sind gut, manche sind vorbildlich. Die Vielzahl der Aktivitäten sollte allerdings nicht darüber hinweg täuschen, dass die Nachhaltigkeitsleistung entscheidende Schwachpunkte hat. Man hat den Eindruck, dass besonders im Pkw-Segment, das ca. 50 % des Umsatzes beisteuert, das Geschäftsmodell mit dem Fokus auf Premium-Pkw verteidigt werden soll: „Wir wollen unsere Kunden begeistern mit faszinierenden Premium-Pkw, die bei Design, Sicherheit und Komfort, Wertanmutung, Zuverlässigkeit und Umweltfreundlichkeit Maßstäbe setzen.“⁵ **Nirgendwo lässt Daimler ein Problembewusstsein erkennen, dass die großen und schweren Fahrzeuge einschließlich der Kundengruppen, die diese Fahrzeuge kaufen, für die nachhaltige Entwicklung eine Herausforderung darstellen.** Es wird die Zuversicht verbreitet, mit technischen Innovationen die ökologischen Anforderungen erfüllen zu können. Verzicht auf Gewicht, Größe, Leistung wird nicht im Entferntesten diskutiert, das sind Tabus in der Welt von Vorstand und Aufsichtsrat und auch bei einigen Aktionären.

Im Nachhaltigkeitsbericht wird im ‚Externen Statement‘ des Öko-Instituts Freiburg immerhin angesprochen, dass eine **Neudefinition des Premium-Segments überfällig** ist. „Mehr Effizienz trotz steigender Leistung und Dynamik kann da nur ein erster Schritt sein. Fahrspaß und Komfort trotz weniger Leistung? Dieser Widerspruch weist den weiteren Weg.“⁶

⁵ Fakten 2009: S. 8.

⁶ Fakten 2009: S. 49.

Unentschiedenheit im Kerngeschäft

Dem Thema CO₂ schenkt Daimler viel Aufmerksamkeit und sagt: „Im Jahr 2008 wurde der Flottenverbrauch im Vergleich zum Vorjahr um 0,3 Prozent auf 6,98 Liter pro 100 Kilometer gesenkt. Die CO₂-Emissionen gingen im Flottendurchschnitt auf 173 Gramm pro Kilometer zurück.“⁷ Das klingt zunächst ganz gut. Eine selbstkritische Anmerkung findet man im Kleingedruckten: „Die verglichen zum Vorjahr geringe Reduktion des Flottenverbrauchs in Deutschland ist durch verschiedene Sondereffekte beeinflusst. Wesentliche Faktoren waren der im Vergleich zum Gesamtabsatz überdurchschnittliche Absatzrückgang bei der A- und B-Klasse, rückläufige Verkaufszahlen beim Smart sowie der Rückgang des Dieselteils in der Flotte.“⁸

Und das ist immer noch nicht die ganze Wahrheit. Man kann den Nachhaltigkeits-Fortschritt nur realistisch würdigen, wenn man ihn mit den Wettbewerbern vergleicht. Und da zeigt sich, dass Daimler im letzten Jahr weniger als andere Autobauer getan hat, um den Flottenverbrauch zu reduzieren. Während Daimler den Flottenverbrauch bei den in Deutschland verkauften Fahrzeugen lediglich von 185 g/km CO₂ in 2007 auf 181 g/km in 2008 verringern konnte, hat der direkte Mitbewerber Audi von 185 g auf 174 g reduziert. Noch besser stehen die Münchner Autobauer da. BMW konnte den ohnehin schon niedrigen Wert von 174 g in 2007 auf 158 g in 2008 verringern und das bei einem ähnlichen Portfolio.⁹ Die Halbherzigkeit von Daimler bei der Öko-Transformation zeigt sich auch darin, dass die BlueEfficiency Technologie, die Emissionen deutlich verringert, in jeder Klasse nur in ein oder zwei Modellen angeboten wird. Die Daimler-Pkw sind nicht serienmäßig auf Öko getrimmt. Daimler betrachtet die Öko-Ausstattung noch immer bloß als eine Option. Auch hier fordert das Öko-Institut Freiburg in seinem ‚Externen Statement‘: Das Klimapaket muss in die Grundausstattung.

Es entsteht der Eindruck, die Konzernlenker seien emsig dabei, der Firma ein grünes Image zu geben. Sie entfachen ein Potpourri von Aktivitäten, tatsächlich bleiben sie aber in der alten Welt der Premium-Fahrzeuge und gehen noch nicht entschieden mit den neuen Paradigmen von Nachhaltigkeit und Corporate Responsibility an die Neugestaltung der Wertschöpfungsketten und der Geschäftsmodelle von Daimler heran.

Im Nachhaltigkeitsbericht werden Teilergebnisse berichtet, die aber nicht ins Gesamtbild eingeordnet werden. So kann der Eindruck entstehen, dass in Sachen Nachhaltigkeit alles im grünen Bereich ist, während tatsächlich lediglich punktuelle, wenn auch richtungweisende Anstrengungen gemacht werden. Aufklärung sieht anders aus.

Beispiel Eins, Recycling: Im Nachhaltigkeitsbericht 2009 heißt es: „Für die aktuelle A-Klasse kann eine stoffliche Recyclingfähigkeit von 85 Prozent und eine Verwertbarkeit von 95 Prozent gemäß dem Berechnungsmodell nach ISO 22628 nachgewiesen werden.“¹⁰ Hier fehlt als entscheidende Angabe, wie viel tatsächlich recycelt wird und wie sich das bei den anderen, schwereren Modellen verhält.

An anderer Stelle findet sich dazu eine Angabe, die eventuell einen Hinweis gibt: „Im Jahr 2008 hat MeRSy insgesamt 17.855 Tonnen Altteile und Materialien gesammelt und einer Verwertung zugeführt.“¹¹ MeRSy ist das Recycling-Management-System, das 1993 eingeführt wurde und in Deutschland, Österreich und der Schweiz flächendeckend ist. Die Frage, ob das eine homöopathische oder substanzielle Größe ist, kann mit Blick auf die Gesamtabfallmenge von rund einer Mio. Tonnen beantwortet werden: 17 %, also nicht substanziell.

Des Weiteren findet man die Information, dass in der A-Klasse 31 kg Kunststoffrecyclat verarbeitet werden. Die Nachforschung, wie hoch der Anteil an Polymeren in der A-Klasse ist,

⁷ Fakten 2009: S. 43.

⁸ Fakten 2009: S. 43.

⁹ http://www.bund.net/fileadmin/bundnet/pdfs/verkehr/autoverkehr/20090407_verkehr_autoverkehr_grafik_emissionen_co2_01.pdf

¹⁰ Fakten 2009: S. 43.

¹¹ Fakten 2009: S. 46.

bringt folgendes Resultat: das Gesamtgewicht wird mit 1.300 kg angegeben, der Kunststoffanteil mit 195 kg. Also sind 15 % der Kunststoffe aus Recyclat. Die analoge Berechnung für Naturmaterialien ergibt in der A-Klasse einen Anteil von 15 kg oder 8 %. **Der Unterschied zwischen 85 % Recycling-FÄHIGKEIT und dem geringen tatsächlichen Einsatz von Recyclaten ist eklatant.** Wie verhält sich das in den anderen Modell-Klassen? Dazu finden sich keine Angaben im Nachhaltigkeitsbericht. Diese Informationspolitik ist unredlich.

Zweites Beispiel Wasser: Beim Wasserverbrauch findet man gar eine falsche Interpretation der gezeigten Zahlenreihen. Die gewünschte Tendenz der Senkung wird formuliert, obwohl die Zahlen eine Zunahme bzw. eine Auf-und-Ab-Bewegung zeigen. Es heißt:

„Das Ziel von Daimler ist es, den Verbrauch der natürlichen Ressource Wasser so gering wie möglich zu halten und Verunreinigungen von Gewässern zu vermeiden. Um Wasser zu sparen, nutzt das Unternehmen ressourceneffiziente Techniken, wie zum Beispiel Kreislaufsysteme. Dadurch haben wir den spezifischen Wasserverbrauch pro hergestelltem Fahrzeug in den vergangenen Jahren bereits drastisch verringert.“¹² Die Verringerung ist nur von 2007 auf 2008 durchgängig festzustellen und als Trend nur bei Cars. Ansonsten zeigen die Zahlen eine z.T. erhebliche Steigerung (Buses) bzw. ein Auf-und-Ab (Vans, Trucks).

Ein Blick in den interaktiven Nachhaltigkeitsbericht¹³ zeigt es:

Kennzahlen je Geschäftsfeld bezogen auf die Anzahl produzierter Fahrzeuge		2005	2006	2007	2008
Wasser					
Cars	m ³ /Fz	6,56	5,95	6,02	5,51
Trucks	m ³ /Fz	11,15	12,30	12,95	12,24
Vans	m ³ /Fz	4,10	4,45	4,51	4,33
Buses	m ³ /Fz	9,46	12,40	16,66	15,16

Drittes Beispiel CO₂: Daimler sagt: „Die energiebedingten CO₂-Emissionen aller Werke sanken 2008 um 0,4 Prozent auf 3,64 Mio. Tonnen.“¹⁴ Der Klimaschutz wird als eines der drei wichtigsten Handlungsfelder benannt. Die Reduzierung des direkten und indirekten CO₂-Ausstoßes wird mit einer Vielzahl von Initiativen in Produktion und Gebäudemanagement zu erreichen versucht. Richtig: *versucht*. Ist ein Ergebnis von 0,4 Prozent Verringerung des Treibhausgases CO₂ ausreichend? Nimmt Daimler dieses Ziel ernst? Auch hier drängt sich der Eindruck auf, dass man sich **hinter der Vielzahl der berichteten Vorhaben versteckt und nicht ernsthaft das politisch korrekt postulierte Ziel verfolgt.**

Viertes Beispiel Kerngeschäft: Daimler ist durchaus bestrebt, die Umwelt-Anforderungen zu berücksichtigen und stellt Roadmaps zur Verringerung des Kraftstoffverbrauchs und zur Kraftstoff-Entwicklung vor. Der E-Smart ist zukunftsweisend, die A-Klasse zeigt gute Ansätze. Das sind die Feigenblätter in einer Produktstrategie, die an überdimensionierten Premiumfahrzeugen festhält; die meisten Autos sind schlicht zu groß und zu schwer. Dennoch, die Entwicklung zu geringerem Verbrauch mit optimierten Hybrid- und Elektroantrieben ist zukunfts-fähig, denn sie können auch in kleineren, leichteren Autos eingesetzt werden, wenn diese Einsichten bei Daimler einmal hoffähig geworden sind. Bei den E-Antrieben müsste Daimler einen anderen Partner als RWE finden, denn der Strom-Mix von RWE ist hoch fossil-lastig. So lassen sich keine Emissions-Reduzierungen erreichen. Es erstaunt auch, dass

¹² Fakten 2009: S. 42.

¹³ <http://nachhaltigkeit2009.daimler.com/reports/daimler/annual/2009/nb/German/8030/spezifische-kennzahlen---oekologie.html>

¹⁴ Fakten 2009: S. 42.

Daimler – Nachhaltigkeit mit angezogener Handbremse
Eine Konzernstudie des Dachverbands der Kritischen Aktionärinnen und Aktionäre

Daimler glaubt, die begrenzte Reichweite bei E-Modellen mit 200 km sei ein Problem. Für viele Nutzer, vor allem im gewerblichen Bereich mit vorwiegend regionalem Einsatz dürfte das kaum eine Einschränkung darstellen. Hier könnten die Innovatoren mehr Zuversicht und Courage zeigen.

Gerne führt Daimler auch die „**Mercedes-Benz Eco-Trainings**, die wir für die Fahrer von Pkw wie von Nutzfahrzeugen anbieten“¹⁵ an. Dadurch kann der Verbrauch an Kraftstoffen um 10 % reduziert werden. Eine Angabe, wie viele Fahrer das wahrnehmen und dieses Fahrverhalten dann auch praktizieren, ist leider nicht zu finden. Also bleibt auch hier die Frage: Ist es ein substantieller Beitrag oder Augenwischerei?



Kohlendioxid-Monster: Der Mercedes Benz SL 63 AMG emittiert 330g CO₂ pro km.



Haben diese Herren schon am Eco-Training teilgenommen?

Der Nachhaltigkeitsbericht sagt, es sei ein „Ziel, neue **Wachstumschancen auch in automobilnahen Bereichen** zu nutzen“¹⁶. Nun gibt es sicherlich neue Chancen für Daimler, wenn man sich als Mobilitätskonzern definiert und nicht nur als Verkäufer von Autos. Beispiel: Das **Autovermietungs-Pilotprojekt Car2Go** mit 50 Smart fortwo im Ulmer Stadtgebiet, die von Mitarbeitern der Daimler-Forschung in Ulm gemietet werden können, wurde 2008 gestartet. Innerhalb eines Jahres ist ein minimaler Fortschritt erzielt worden: die Zahl der Pkw ist von 50 auf 200 erweitert worden, und der Teilnehmerkreis ist öffentlicher geworden.¹⁷ Hier wäre ein beherztes Vorgehen erwünscht und die Erfindung eines Geschäftsmodells, das Daimler ein profitables Vorgehen im Leasing ermöglicht, entweder alleine oder mit Partnerfirmen. Der Eindruck, dass hier mit angezogener Handbremse gefahren wird, drängt sich auf.

Die Fahrzeuge der größeren Klassen führen im Nachhaltigkeitsbericht ein Schattendasein. Entweder ist bei Daimler klar, dass man mit diesen Produkten ehrlicherweise nicht argumentieren kann oder es kann daraus gefolgert werden, dass die allmähliche Ausmusterung dieser Modelle aus der Produktpalette unmittelbar bevorsteht.

Daimler vermeidet im Nachhaltigkeitsbericht auch jede Erwähnung von **Korruptionfällen**. Diese haben zwar noch nicht die Staatsanwaltschaft in Stuttgart, die Daimler recht freundlich gesonnen scheint, beschäftigt, aber die US-amerikanische Börsenaufsicht SEC. Stattdessen pflegt die Nachhaltigkeitsstudie Hochglanz-Broschüren-Diktion und beschreibt das Compliance-System¹⁸, ohne auf die realen Ereignisse Bezug zu nehmen.

¹⁵ Fakten 2009: S. 44.

¹⁶ Fakten 2009: S. 8.

¹⁷ Fakten 2009: S. 45.

¹⁸ Vgl. Fakten 2009: S. 15.

Daimler als guter Bürger – Werteverwirrung und Spurenverwischung

Das **gesellschaftliche Engagement** von Daimler folgt wieder dem Muster der Schlitzohrigkeit: **der aner kennenswerten Taten im Kleinen, die groß berichtet werden, die aber in keinem Verhältnis zu Bedeutung, Größe und Wirkungsmöglichkeiten des Konzern stehen.**

Daimler lässt über Stiftungen ca. 4 Mio. Euro in **soziale Projekte** wie die Wissenschaftsförderung fließen. Bei einem Gewinn von 2,7 Mrd. Euro sind das nicht nennenswerte 1,5 Promille.

Dagegen fließen ca. 135 Millionen in den Daimler-Anteil an McLaren Mercedes im **Formel 1-Sponsoring**. Dies, obwohl das Sponsoring keine Akzeptanz in der Belegschaft hat. Man wünscht sich, dass die Entscheidungen über das gesellschaftliche Engagement bei Daimler mehr vom Hirn als von männlichen Hormonen gesteuert werden.

Daimler findet auch die **Volunteering**-Aktivitäten der Belegschaft berichtenswert, ohne das Gesamtbild darzustellen. Wie viele Tage wofür freiwillig geleistet wurden und was der Firmenbeitrag ist, wird nicht erwähnt. Es ist zu vermuten, dass es nichts gibt, dessen Daimler sich hier rühmen könnte, da es sonst sicher dargestellt würde.

Daimler als Weltbürger – New Roads2Travel

Die Rolle von Daimler als ein global tätiger Konzern enthält die Verantwortung, sich als Weltbürger zu verhalten und bei der privatwirtschaftlichen Erwerbstätigkeit die gesellschaftlichen Aufgaben mit zu berücksichtigen.

Eine wichtige Aufgabe im globalen Maßstab ist eine gerechtere Ressourcen-Nutzung. Die reichen Länder verbrauchen 80 % der weltweiten Ressourcen für 20 % der Weltbevölkerung. Es sind Weichenstellungen erforderlich, die Güter zur Bedürfnisbefriedigung ressourcensparsamer herzustellen. Daimler ist Ressourcen-Verschwender. Der Konzern baut Fahrzeuge, die das Mobilitätsbedürfnis koppeln mit dem Statusbedürfnis und dem Kraft-Erlebnis. Beides sind Momente, die für viele Menschen wichtig sind, wofür sie auch viel Geld bezahlen. **Die Verantwortung des Produzenten ist es, Wege zu finden, wie Statusbedürfnisse mit neuen, ressourcensparenden Fahrzeugmodellen befriedigt werden können.** Die Smart- und A-Klasse bietet gute Beispiele wie das Statusbedürfnis in innovativer Weise angesprochen werden kann. Das sollte auch in den luxuriösen Klassen stattfinden.

Ein Wort zur S-Klasse: von einer Firma, die dem Paradigma der Nachhaltigkeit und der Corporate Responsibility verpflichtet ist, erwartet man eine nüchterne Abwägung. **Wie groß ist der Ergebnis-Beitrag der S-Klasse? Wie hoch ist das Investment und wie könnte dieses Investment in wirklich nachhaltigen Produkten und Dienstleistungen eingesetzt werden, mit einem ähnlichen Ergebnisbeitrag?** Und dann könnte man sich aus der S-Klasse verabschieden. Denn für wen baut Daimler diese Autos? Mit ehrlich verdientem Geld sind diese Fahrzeuge ohnehin nicht zu bezahlen. Mit Menschen, die ihr Statusbedürfnis auf diese Weise befriedigen müssen, könnte Daimler entscheiden, nichts zu tun haben zu wollen. Zudem sind die C- und E-Klasse ohne Dienstwagen-Privileg, d.h. ohne Steuer-Subventionen, ohnehin kaum absetzbar. Der gewerbliche Anteil an den Neuzulassungen im Dezember 2009 lag bei der C-Klasse bei 65 %, bei der E-Klasse bei 76 %.¹⁹

¹⁹ [http://www.kba.de/cln_007/nn_191078/DE/Statistik/Fahrzeuge/Neuzulassungen/Monatliche Neuzulassungen/200912GV1monatlich/200912__n__top50__teil1__tabelle.html](http://www.kba.de/cln_007/nn_191078/DE/Statistik/Fahrzeuge/Neuzulassungen/Monatliche%20Neuzulassungen/200912GV1monatlich/200912__n__top50__teil1__tabelle.html)

Das Geschäftsmodell in progressiver Entwicklung

Es zeigt sich, dass die Lenker des Daimler-Konzerns noch durch die Scheuklappen des bisherigen Geschäftsmodells behindert sind. Die Befreiung des Konzerns von dieser Ideologie ist überfällig. Das Geschäftsmodell muss um neue nachhaltige und profitable Aktivitäten ergänzt werden. Der Blick muss vom Fahrzeugbau auf Mobilitätsangebote erweitert werden und mehr Leasing-Innovationen beinhalten (Car2Go etc.); bei der Modellpolitik ist das Bedürfnis nach Luxus, Status und Kraft mit Ressourcen-Sparen zu verbinden; es müssen mehr Modelle für Käuferschichten angeboten werden, deren Statuswünsche mit Umweltbewusstsein gekoppelt sind, und es müssen Modelle entwickelt werden, die zu den Menschen in Entwicklungsländern passen: einfache, robuste und sparsame Fahrzeuge für den Markt in Schwellen- und Entwicklungsländern. Wie soll die Motorisierung Chinas aussehen? Will Daimler diesen Markt Renault (Logan), Tata (Nano) und Toyota überlassen?

Progressives Aktionsprogramm der Konzern-Lenker

Von den Lenkern des Daimler-Konzerns muss erwartet werden, dass sie das Vehikel so positionieren, dass gesellschaftliche Anliegen und privater Bedarf der kommenden Jahre ein attraktives Angebot von Daimler zur Befriedigung der Mobilitäts-, Komfort- und Sicherheitsbedürfnisse finden. Das bedeutet im Einzelnen:

- Beenden der Formel-1-Aktivitäten; dies ist ein Signal für die Wertorientierung des Konzerns und eine Botschaft an das Fahrverhalten der Kunden;
- Einführung eines Fonds mit Offset-Zahlungen für die CO₂-Emissionen der Produktion und der jährlichen Fahrzeugflotte in ihrem Lebenszyklus; der Fonds sollte mit Firmenmitteln und freiwilligen Zahlungen der Kunden gefüllt werden; wer an Luxus-Fahrzeugen festhält, sollte wenigstens ein Entgelt für Umweltschäden leisten;
- Gründen und Betreiben von Offset-Projekten, die CO₂ Emissionen abbauen oder verhindern; dadurch gewinnt Daimler an ökologischer Glaubwürdigkeit und neue Kundengruppen;
- Entwicklung von Fahrzeugen, die Ressourcen sparend sind und Mobilität und Komfort in innovativer, zeitgemäßer Weise koppeln;
- Entwicklung von robusten, Sprit sparenden, leicht zu reparierenden Fahrzeugen für Schwellen- und Entwicklungsländer;
- humanitäre Hilfe (in der Größenordnung des bisherigen Formel-1-Sponsoring) mit Übergabe von Pkw und Nutzfahrzeugen an Hilfsorganisationen in allen Ländern. Dadurch wird das Marken- und Firmenimage in Käuferschichten verbessert, die künftig als Kunden gewonnen werden sollen.

Impressum

Autoren der Studie: Gerd Hofielen, Antje Kleine-Wiskott

Fotos: Dachverband der Kritischen Aktionärinnen und Aktionäre e.V.

Layout: Markus Dufner

Herausgeber:

- Dachverband der Kritischen Aktionärinnen und Aktionäre e.V.

Postfach 130335, 50497 Köln, Ebertplatz 12, 50668 Köln

Tel. 0221 / 599 56 47, Fax: 0221 / 599 10 24

dachverband@kritischeaktionaere.de, www.kritischeaktionaere.de

- Kritische AktionärInnen Daimler (KAD), c/o Ohne Rüstung Leben
Arndtstr. 31, 70197 Stuttgart

Tel. 0711 / 60 83 96, Fax: 0711 / 60 83 57, orl-russmann@gaia.de