

Anbei erhalten Sie den von Mercedes-Benz Cars heute veröffentlichten Release zu den weltweiten Absatzzahlen im Dezember 2010:

**Investor Relations
Release**

Erfolgjahr für Mercedes-Benz: Weltweites Absatzplus von 15 Prozent in 2010

Datum:
7. Januar 2011

- **Zweistellige Zuwächse in jedem Monat - Absatzziele in vielen Märkten übertroffen**
- **Viertes Quartal bestes Quartal der Unternehmensgeschichte**
- **Stärkste Premiummarke in Deutschland, 14 Prozent Wachstum in den USA, Absatz in China mehr als verdoppelt**
- **Hochwertiger Modellmix dank starker Zuwächse bei E- und S-Klasse**
- **Dr. Dieter Zetsche: „Starten dank wettbewerbsfähiger Produktpalette und zahlreicher Neuheiten zuversichtlich ins neue Jahr.“**

Stuttgart – Der Absatz von Mercedes-Benz hat sich 2010 durchwegs positiv entwickelt. Die Verkäufe stiegen jeden Monat im zweistelligen Prozentbereich, bereits Ende November wurde das Volumen des Jahres 2009 übertroffen. Das vierte Quartal war mit 313.700 Auslieferungen und einem Zuwachs von 14 Prozent das beste der Unternehmensgeschichte. Im Gesamtjahr konnte Mercedes-Benz den Absatz weltweit um 15 Prozent steigern, 1.167.700 (i.V. 1.012.300) Einheiten wurden an Kunden übergeben. Im Dezember konnte Mercedes-Benz mit dem Verkauf von 108.100 (i.V. 97.700) Einheiten trotz des bereits sehr starken Vorjahresmonats um elf Prozent und damit den vierzehnten Monat in Folge zweistellig zulegen.

Dr. Dieter Zetsche, Vorstandsvorsitzender der Daimler AG und Leiter Mercedes-Benz Cars: „Das letzte Jahr war für uns ein voller Erfolg. Wir haben praktisch alle unsere Ziele übertroffen, einige sogar erheblich – unser Absatz entwickelte sich in vielen Märkten deutlich besser als

erwartet. Die Prognose, 2010 mit Mercedes-Benz mindestens zehn Prozent zu wachsen, haben wir somit mehr als erfüllt. Wir sind stärker gewachsen als der weltweite Pkw-Gesamtmarkt und konnten daher Marktanteile gewinnen. Geprägt war das Jahr 2010 insbesondere vom Erfolg der E- und S-Klasse sowie hohen Zuwachsraten vor allem in China und den anderen BRIC-Staaten. Mit unserer Entwicklung in den USA sind wir ebenfalls sehr zufrieden.“

Produktoffensive: positive Impulse in 2011

Zu den Perspektiven für das Jahr 2011 sagte Zetsche: „Die Aussichten für Mercedes-Benz im neuen Jahr sind sehr gut. Wir haben eine attraktive, wettbewerbsfähige Modellpalette und erwarten uns von einer Vielzahl neuer Produkte zusätzlichen Rückenwind.“

Den Auftakt der Produktoffensive des Jahres 2011 bildet der neue CLS, dessen Auftragseingänge noch vor der Markteinführung am 10. Januar eine Fortsetzung der bisherigen Erfolgsgeschichte nahelegen. Der CLS verbindet ganz im Sinne der Markenwerte Perfektion, Faszination und Verantwortung faszinierendes Design mit höchster Qualität, umfassender Sicherheitsausstattung und hervorragender Effizienz. Ab Frühjahr wird dann die neue Generation des volumenstärksten Modells, der C-Klasse, für Absatzimpulse sorgen, ebenso wie der neue SLK und das neue C-Klasse Coupé. Im Herbst folgt die neue M-Klasse, die die Nachfrage im SUV-Segment weiter beleben wird. Ende des Jahres startet mit der neuen B-Klasse das erste Modell der neuen Kompaktwagengeneration. Zudem setzt Mercedes-Benz die Einführung seiner neuen und besonders effizienten Vier-, Sechs- und Achtzylindermotoren sowie der serienmäßigen Start-Stopp-Funktion fort. So kommt beispielsweise mit der neuen Generation der C-Klasse der C 220 CDI BlueEFFICIENCY mit einem Verbrauch von nur 4,4 l/100 km und einem CO₂ Ausstoß von 117 Gramm auf den Markt.

China: Absatz mehr als verdoppelt und Premiummarke mit stärkstem Wachstum– übrige BRIC Staaten mit Plus von 40 bis 80 Prozent

Im drittgrößten Einzelmarkt China (inkl. Hongkong) erzielte Mercedes-Benz 2010 jeden Monat neue Rekordabsätze und konnte damit schneller wachsen als die Kernwettbewerber. Das ursprüngliche Ziel von 120.000 Verkäufen wurde bereits Ende November überschritten. Die Auslieferungen summierten sich im Gesamtjahr auf 148.400 (i.V. 70.100) Pkw, das entspricht einem Plus von 112 Prozent. Im Dezember entschieden sich noch einmal 18.300 (i.V. 9.500) und damit 94 Prozent mehr Kunden für einen Pkw der Marke mit dem Stern als im Vorjahresmonat.

Mercedes-Benz verzeichnete neben China auch in vielen weiteren Märkten sehr hohe Zuwächse. In Indien war 2010 eine starke Dynamik im Premiumsegment zu beobachten, der Absatz von Mercedes-Benz lag mit dem Rekordwert von 5.800 Einheiten und einem Plus von 80 Prozent deutlich über den Erwartungen. In Russland wurden ebenfalls mehr Fahrzeuge verkauft als je zuvor (19.700 E./+64%). In Brasilien stiegen die Auslieferungen um 46 Prozent auf 7.500 Einheiten. Rekordabsätze gab es auch in Südkorea (16.500 E./+86%) und der Türkei (12.300 E./+27%). In Südafrika (22.300 E./+16%) war Mercedes-Benz Marktführer in 2010. Ebenfalls sehr erfolgreich schnitt Mercedes-Benz in Australien (18.900 E./+19%) und Taiwan (7.200 E./+49%) ab.

14 Prozent Wachstum in den USA – Mercedes-Benz gewinnt Marktanteile; Marktführerschaft in Kanada

In den USA übertraf Mercedes-Benz 2010 sein ursprüngliches Absatzziel von 200.000 Einheiten. Im Gesamtjahr lieferte die Marke in ihrem zweitgrößten Einzelmarkt 216.400 (i.V. 190.600) Pkw aus, was

einem Zuwachs von 14 Prozent entspricht. Damit konnte Mercedes-Benz Marktanteile gewinnen. Im Dezember lag der Absatz in den USA mit 20.100 (i.V. 20.000) Einheiten leicht über Vorjahr, trotz der starken Verkäufe im Dezember 2009. Einen neuen Bestwert gab es in Kanada, wo Mercedes-Benz Marktführer war und insgesamt 28.100 Pkw an Kunden übergab, ein Plus von 16 Prozent.

Deutschland: Mercedes-Benz bleibt Nummer eins im Premiumsegment

In Deutschland war Mercedes-Benz 2010 erneut und mit Abstand die meistverkaufte Premiummarke. Der Marktanteil stieg im Vergleich zum Vorjahr deutlich auf 9,6 Prozent. Im vierten Quartal konnte die Marke den Absatz um elf Prozent steigern. Vor dem Hintergrund des starken Gesamtmarkttrückgangs (minus 23 Prozent) lag der Absatz von Mercedes-Benz im Jahr 2010 mit 265.000 (i.V. 265.500) Pkw wie erwartet auf dem Niveau des Vorjahres. In Westeuropa (ohne Deutschland) wurden im Berichtsjahr 291.900 (i.V. 286.100) Pkw der Marke Mercedes-Benz verkauft, das entspricht einem Zuwachs von zwei Prozent. Über Vorjahr lagen die Verkäufe dabei beispielsweise in Großbritannien und Spanien. In Portugal erzielte Mercedes-Benz mit einem Zuwachs von 36 Prozent und 9.100 verkauften Pkw das beste Jahr der Unternehmensgeschichte.

E-Klasse Cabrio komplettiert E-Klasse Familie – hohe Zuwächse bei Limousine, T-Modell und Coupé

Ein wichtiger Meilenstein des vergangenen Jahres war die Komplettierung der E-Klasse Familie durch das E-Klasse Cabrio im Frühjahr – bis zum Jahresende wurde es bereits 20.800 Mal verkauft. Auch alle anderen Modelle der E-Klasse fanden im Jahresverlauf großen Anklang. Die Limousine überzeugte mit 208.400 Auslieferungen 32 Prozent mehr Kunden als im Vorjahr. Beim T-Modell

stiegen die Verkäufe um mehr als das Doppelte (44.400 E./plus 157 Prozent). Beide Modelle waren im Gesamtjahr Marktführer in ihrem jeweiligen Segment. Das Coupé erfreute sich ebenfalls großer Beliebtheit (49.600 E./+39%).

Seite 5

S-Klasse: Maßstab bei Absatz und Effizienz in ihrem Segment

Neben dem Erfolg der E-Klasse trugen 2010 auch hohe Zuwächse bei der S-Klasse zu einem hochwertigen Modellmix bei. Für die Luxuslimousine entschieden sich 66.500 Kunden. Das entspricht insbesondere angesichts neuer Modelle der Wettbewerber einer beeindruckenden Steigerung um 25 Prozent. 2010 war Mercedes-Benz nicht nur bei den Verkäufen der S-Klasse dem Wettbewerb in diesem Segment voraus, sondern auch bei der Effizienz: Der S 250 CDI BlueEFFICIENCY ist mit einem Kraftstoffverbrauch von nur 5,7 l/100 km die sparsamste Luxuslimousine der Welt. Der Mercedes-Benz S 350 BlueTEC zählt zu den saubersten Dieselfahrzeugen weltweit und erreichte kürzlich als erstes Fahrzeug in der Oberklasse fünf Sterne beim ADAC EcoTest.

Für weiteren Rückenwind sorgte auch der neue CL, der nach seiner Markteinführung im vierten Quartal mit einem Plus von 53 Prozent punktete. Im Bereich der High-End Luxuslimousinen präsentierte das Unternehmen im Frühjahr 2010 den modellgepflegten Maybach mit deutlich erweiterten Ausstattungsmöglichkeiten. Insgesamt lag der Absatz im vergangenen Jahr trotz einer Produktionspause aufgrund der Modellumstellung mit rund 200 Fahrzeugen auf Vorjahresniveau.

C-Klasse Limousine erneut Marktführer – Rekord bei SUVs

Der Bestseller von Mercedes-Benz, die C-Klasse, entwickelte sich 2010 äußerst erfolgreich. Im Jahr vor Einführung der Modellpflege konnte die Limousine die Auslieferungen um elf Prozent auf 250.600 Einheiten steigern und lag damit vor den Verkäufen der Wettbewerber

in diesem Segment. Das T-Modell war 2010 ebenfalls sehr beliebt (62.900 E./+9%).

Seite 6

Innerhalb des SUV-Segments waren 2010 alle Braureihen erfolgreich, so dass die Verkäufe insgesamt auf Rekordniveau lagen (200.500 E./+17%). Daran hatte der GLK entscheidenden Anteil, er erzielte mit einem Zuwachs von 20 Prozent einen neuen Bestwert. Für Schwung sorgten auch die neue Generation der R-Klasse (+7%) sowie die M-Klasse (+12%), die GL-Klasse (+28%) und die G-Klasse (+19%).

A-und B-Klasse behaupten sich erfolgreich – Zero Emission Fahrzeuge in Serie

Ein Jahr vor dem Start des ersten Modells der neuen Kompaktwagen-generation von Mercedes-Benz behauptete sich die A- und B-Klasse sehr gut am Markt. Die Verkäufe im Segment lagen mit 222.400 (i.V. 219.300) Pkw über Vorjahr. Auf dem Gebiet alternativer Antriebe belegen die A-Klasse E-Cell mit Elektroantrieb und die B-Klasse F-Cell mit Brennstoffzellenantrieb beispielhaft die Innovationskraft und Technologieführerschaft des Unternehmens. Beide werden bereits unter Serienbedingungen produziert, die ersten Fahrzeuge der B-Klasse F-Cell gingen Ende letzten Jahres an Kunden in Europa und den USA, die Auslieferungen der A-Klasse E-Cell starten ab Anfang 2011.

smart fortwo: Vorreiter in Sachen Elektromobilität

Der smart fortwo electric drive wird seit Herbst 2009 in Kleinserie gefertigt. Aufgrund der hohen Nachfrage wurde 2010 das Produktionsziel auf 1.500 Einheiten erhöht, bis Ende des Jahres wurde bereits die Hälfte davon ausgeliefert. Der weltweite Absatz des smart fortwo lag 2010 bei 97.500 (i.V. 117.000, -17%) Modellen. Die Absatzentwicklung wurde maßgeblich durch starke Rückgänge der Vergleichsklasse beeinflusst, insbesondere in den wichtigen smart

Märkten Deutschland, Italien oder Frankreich. Dennoch hielt sich der innovative Zweisitzer beispielsweise in Deutschland im Dezember bereits den zehnten Monat in Folge an der Spitze seiner Klasse. In China, wo er seit April 2009 erhältlich ist, ist er ebenfalls sehr beliebt: 3.900 Einheiten, mehr als doppelt so viele wie noch im Vorjahr, wurden 2010 ausgeliefert (+116%).

Seite 7

Absatz Mercedes-Benz Cars im Dezember 2010

	Dezember 2010	Dezember 2009	Veränd. in %*	Per Dezember 2010	Per Dezember 2009	Veränd. in %*
Mercedes-Benz	108.100	97.700	+ 10,6 %	1.167.700	1.012.300	+ 15,3 %
davon: A-/B-Klasse	18.100	19.900	- 8,6 %	222.400	219.300	+ 1,4 %
C-/CLK-/SLK-Klasse	30.900	28.100	+ 9,8 %	343.500	344.600	- 0,3 %
E-Klasse/CLS-Klasse	28.900	24.400	+ 18,3 %	323.100	211.100	+ 53,0 %
S-/CL-/SL-Klasse/ SLR/Maybach	7.900	7.100	+ 10,5 %	78.200	65.800	+ 19,0 %
ML-/R-/GLK-/GL-/G-Klasse	22.300	18.200	+ 22,7 %	200.500	171.500	+ 16,9 %
smart	7.600	9.900	- 23,7 %	97.500	117.000	- 16,6 %
Mercedes-Benz Cars	115.700	107.600	+ 7,4 %	1.265.200	1.129.300	+ 12,0 %
Westeuropa (einschl. Deutschland)	51.500	57.400	- 10,3 %	638.100	645.800	- 1,2 %
davon: Deutschland	23.600	24.600	- 4,3 %	293.100	298.000	- 1,6 %
NAFTA	24.300	23.700	+ 2,3 %	258.500	237.400	+ 8,9 %
davon: USA	20.700	20.900	- 1,1 %	222.300	205.200	+ 8,4 %
Asien/Pazifik	29.500	20.100	+ 46,9 %	270.900	168.300	+ 60,9 %
davon: Japan	3.300	3.400	- 3,7 %	31.400	28.600	+ 9,7 %
davon: China (inkl. Hongkong)	18.600	9.800	+ 90,0 %	152.300	71.900	+ 111,7 %

* Veränderungen auf Basis genauer Zahlen

Dieses Dokument enthält vorausschauende Aussagen zu unserer aktuellen Einschätzung zukünftiger 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 Verlangsamung der weltweiten Konjunkturerholung oder eine erneute Verschärfung der weltwirtschaftlichen Situation, insbesondere ein erneuter Rückgang der Konsumentennachfrage und der Investitionen in Westeuropa oder den USA oder ein Abschwung in bedeutenden asiatischen Volkswirtschaften, eine erneute Verschlechterung der Situation an den Kredit- und Finanzmärkten, die zu steigenden Kosten der Kapitalbeschaffung oder zu einer Einschränkung unserer Finanzierungsmöglichkeiten führen könnte, Veränderungen der Wechselkurse oder Zinssätze, die Möglichkeit weiterhin verbrauchsgünstige und umweltfreundliche Produkte anzubieten, eine dauerhafte Veränderung des Konsumverhaltens in Richtung kleinerer und weniger gewinnbringender Fahrzeuge, die Einführung von verbrauchsgünstigen Produkten durch Wettbewerber und ein möglicher Akzeptanzverlust unserer Produkte oder Dienstleistungen, wodurch unsere Möglichkeit der hinreichenden Auslastung unserer Produktionskapazitäten sowie unsere Möglichkeit von Preissteigerungen beschränkt sein könnte, Preiserhöhungen bei Kraftstoff, Rohstoffen und Edelmetallen, Unterbrechungen der Produktion, die auf Materialengpässen, Belegschaftsstriks oder Lieferanteninsolvenzen beruhen, ein erneuter Rückgang der Wiederverkaufspreise von Gebrauchtfahrzeugen, die erfolgreiche Umsetzung von Kostenreduzierungs- und Effizienzsteigerungsprogrammen in allen unseren Geschäftsfeldern, einschließlich der erfolgreichen Repositionierung unseres Nutzfahrzeuggeschäfts im NAFTA-Raum und in Asien, die Geschäftsaussichten der Gesellschaften, an denen wir eine Beteiligung halten, insbesondere EADS, die erfolgreiche Umsetzung der strategischen Kooperation mit Renault-Nissan, die Änderungen von Gesetzen, Bestimmungen und behördlichen Richtlinien, insbesondere soweit sie Fahrzeugemission, Kraftstoffverbrauch und Sicherheit betreffen, sowie die Beendigung laufender behördlicher Untersuchungen und der Ausgang anhängiger oder drohender künftiger rechtlicher Verfahren und weitere Risiken und Unwägbarkeiten, von denen einige im aktuellen Geschäftsbericht von Daimler unter der Überschrift »Risikobericht« sowie unter den Überschriften »Risk Factors« und »Legal Proceedings« in dem Geschäftsbericht von Daimler nach »Form 20-F« beschrieben sind, der bei der US-Wertpapier-Börsenaufsichtsbehörde eingereicht wurde. Sollte einer dieser Unsicherheitsfaktoren oder 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 von den Umständen am Tag ihrer Veröffentlichung ausgehen.

Weitere Investor Relations Informationen von Daimler im Internet unter <http://www.daimler.com/investor> und auf mobilen Endgeräten unter <http://www.daimler.mobi/ir/de>.

Für Fragen steht Ihnen gerne unser Investor Relations Team zur Verfügung:

Dr. Michael Mühlbayer

Tel. +49/711-17-93139

Fax +49/711-17-94075

Michael.Muehlbayer@daimler.com

Bjoern Scheib

Tel. +49/711-17-95256

Fax +49/711-17-94075

Bjoern.Scheib@daimler.com

Lutz Deus

Tel. +49/711-17-92261

Fax +49/711-17-94075

Lutz.Deus@daimler.com

Alexander Vollmer

Tel. +49/711-17-97778

Fax +49/711-17-94075

Alexander.Vollmer@daimler.com