

El Origen de la Estrella

Benz era un hombre con fantasía y creía en el futuro al igual que Daimler. Éste, lleno de esperanza había dibujado su "buena estrella" en una tarjeta postal. Una estrella de tres puntas a la cual, después de haberla establecido oficialmente como símbolo de su marca, le dio la interpretación de que era la visualización de las múltiples posibilidades de utilización de los motores Benz, en tierra, en agua y en aire. ¿Cómo se encuentran estos "tres elementos" hoy en día? El mayor peso de la producción de Mercedes-Benz recae ciertamente en el sector de automoción, rama a la que la empresa le agradece en primera línea su reconocimiento y el prestigio que goza a nivel internacional. Si se piensa en el concepto de movilidad en el sentido más amplio, puede verse la forma en que se concreta la exigencia básica de Daimler de manera multitudinaria y amplia: integrar el motor de combustión interna para todas las aplicaciones y en todos los sectores. Los motores pequeños de Daimler destinados a la navegación y a la industria, gozan hoy en día de gran aceptación, en infinidad de lugares en donde se exige en primera línea capacidad, durabilidad y confianza. Las tres puntas históricas de la estrella de Mercedes, tienen en el presente la misma vigencia y el mismo sentido que Daimler le hubo otorgado.



El Origen del Nombre.



El 21 de marzo de 1899, Jellinek participó en el rallye Niza-Magagnon-Niza con un Daimler cuatro cilindros y 24 CV al que llamó "Mercedes" en honor a su hija que ya tenía diez años. La suerte acudió, y Jellinek venció el rallye.

El Eslogan.

Gottlieb Daimler, hombre ingenioso y alegre que dominaba a la perfección tres idiomas, podía, sin embargo, ser extraordinariamente parco en palabras en asuntos decisivos. En esos momentos fijaba conceptos tan precisos como, por ejemplo, su lema referido a la calidad: "O lo mejor, o nada". Los que le conocieron, tuvieron ocasión de escuchar con gran frecuencia estas palabras y más de una discusión se dio por terminada al escucharlas.

A muchos de nuestros contemporáneos, acostumbrados a un estilo de comunicación tan rico en expresiones, el corto y categórico lema de Daimler, les causa el efecto de una sentencia. No solamente porque la máxima "O lo mejor, o nada" ha sobrevivido, sino que es hoy parte fundamental de la filosofía empresarial de Mercedes-Benz y su significado se entiende todavía hoy de la misma forma absoluta: sólo saldrá de la compañía el mejor producto posible dentro de los criterios más exigentes que rigen tanto en calidad como en seguridad.

De lo que se desprende que en Mercedes-Benz la alabraz "progreso" significa un aumento de prestación antes que un efecto exhibicionista superficial. Sabemos que Karl Benz tenía una idea muy particular del término "progreso". Él, que sin lugar a dudas tenía una personalidad acusada, sentía repulsión por la exagerada precipitación innecesaria. No se dejó seducir por la idea de que se pudieran producir en cada momento vehículos cada vez más rápidos, mientras no se hubieran resuelto los problemas relativos a la seguridad que se presentaban. Por este motivo existieron enfrentamientos con sus impacientes socios por dar mayor importancia a la calidad y seguridad del producto que a la rentabilidad comercial. Para él, vender un producto no experimentado al cien por cien era, sencillamente, falta de seriedad.

Daimler y Benz.

En aquella época, o sea en la segunda mitad del siglo XIX, ya había una cantidad, más que suficiente, de inventores que volcaban sus esfuerzos en la idea de construir un vehículo motorizado apto para el tránsito callejero. Algunos de ellos se perdieron en intrincados laberintos, y la mayoría fracasó. A pesar de que Daimler y Benz tuvieron que soportar múltiples penurias,



lograron finalmente poner en las calles un vehículo motorizado. Cada uno por su cuenta. La tozudez había vencido. Karl Benz estuvo a punto en el año 1877 de perder su "Fundición de hierro y talleres mecánicos", ubicados en Mannheim, en una subasta judicial, dado que las garniciones que fabricaba para la industria de la construcción no tenían el volumen de ventas necesario. En esta situación desesperante, Benz se lanzó con sus últimas energías al "invento capital": la construcción de un motor. Gottlieb Daimler aceptó el reto que lanzaron los locomóviles a vapor, que se presentaban como vehículos callejeros del futuro. Contra este muy grosero y pesado armatoste junto a sí un gran peso del carbón y agua, quiso oponer su muy "manual" motor de altas velocidades.

Daimler conoció a su gran co-constructor y compañero de trayecto, Wilhelm Maybach, cuando él fue nombrado para integrar el directorio de la Fábrica de Maquinarias Karlsruhe, en la cual Maybach prestaba sus servicios. Años más tarde fundó su propia firma en Cannstat, ciudad cercana a Stuttgart, pues ya no soportaba más su trabajo en la fábrica de motores de Gas Deutzer, cuyo propietario era Nicolaus August Otto. Las diferencias de opinión en lo que respectaba al futuro desarrollo del motor, eran irreconciliables. Daimler y Benz nunca trabajaron juntos durante su vida, ni siquiera se conocieron personalmente. Es casi imposible de comprender, cómo evolucionando por caminos tan dispares, se

desarrollaron tan unísonamente para llegar a la meta de sus similares objetivos al mismo tiempo. A Benz desde un principio le obsesionaba la idea de un vehículo motorizado apto para el "tránsito callejero", una unidad entre vehículo y motor. Daimler en cambio veía su meta en la motorización masiva de todos los sectores. No sólo pensaba en vehículos que circularan sobre vías y calles, en barcos y aeronaves, sino en maquinarias aptas para el agro, máquinas de producción y motrices.

Karl Benz, que prácticamente no contaba con apoyo financiero alguno, tuvo ya en un principio que preocuparse por conseguir capital externo. En la época de sus comienzos, allá por el año 1880, sólo se podía conseguir apoyo financiero, si uno formaba una sociedad con el dador de capital, o sea lo integraba totalmente a la Firma.



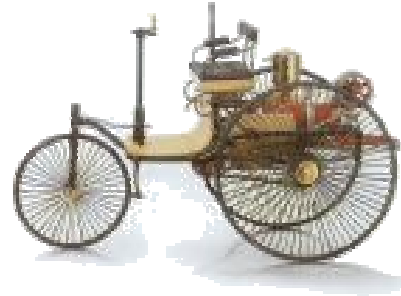
Por lo que Benz tuvo que fijar de forma contractual, que su fábrica obtuviera un nombre prometedor y una dirección comercial de mirada muy severa. Ambas partes comprendieron tardíamente que sus opiniones conceptuales, tanto desde el punto de vista del artículo, como de los objetivos y las metas a fijar por la Firma, eran diametralmente opuestas. Su nuevo socio quería comercializar maquinarias o piezas, para las cuales había ya un mercado apto. Para Benz lo primordial era obtener capital y más tiempo y capacidad fabril para el desarrollo de su invento. Uno se sintió tímido, el otro cohibido. Y fue así que la sociedad no se llevó bien por mucho tiempo.

En el año 1883, Benz se retiró de una sociedad creada recientemente para ese fin, la cual llevaba el pretencioso nombre de "Fábrica de Motores de Gas de Mannheim Sociedad Anónima", después de tan solo un mes. Sus siguientes aportadores de capital, fueron el comerciante M.C. Rose y el técnico F.W. Esslinger, quienes tuvieron más paciencia, hasta que terminó los trabajos relacionados en su invento. Pero llegado el momento, y cuando vieron que los potenciales compradores de su "Coche motor patentado" eran prácticamente espantados por Benz (pues él pensaba que su creación no estaba aún madura para la comercialización), tuvieron temor por su dinero, de forma muy irritante y claramente audible.

A ellos les siguieron como socios en el año 1890 Friedrich v. Fischer y Julius Ganss, quienes se prometieron pingües ganancias de la venta de los motores de gas estacionarios - con los cuales ya Benz había logrado una buena posición en el mercado. Tuvieron tanto éxito en la venta y trabajaron tan incansablemente que Benz pudo trabajar casi sin interrupciones en el desarrollo de su vehículo motorizado. A mediados de la primera y esperanzada ola de motorización, en el año 1903, Karl Benz tiene un nuevo y espectacular retiro de escena. La dirección de su Firma "Fábrica de Motores del Rin" lo atacaba cada vez con más persistencia, porque él se negaba tenazmente, a construir en concurrencia con Daimler autos cada vez más veloces. Para él, la seguridad tenía primacía sobre la velocidad. Y consecuentemente se apartó de la Firma. Un año después volvía a ingresar a la misma,

atraído por los vehementes ruegos de sus socios. También para Gottlieb Daimler su tranquilidad llegó a su fin, en el momento en que éste comenzó a probar suerte con sociedades.

Los fabricantes de municiones Max Duttenhofer y Wilhelm Lorenz ya hacía tiempo que le habían propuesto ampliar su base financiera. Es así que en el año de 1890 Daimler encontró un sentido en expandir su Firma y tener un poco más de capital libre para mejorar sus construcciones. Ya cuando se iba a llegar al acuerdo contractual hubo problemas porque Daimler no podía hacer entender a sus socios, que su Firma no debía ser salvada ni de que necesitaba una nueva o mejor dirección comercial. El contrato que entonces se firmó de forma muy apresurada, tenía algunos puntos oscuros. Daimler y su inseparable colaborador Maybach, se sintieron relegados y engañados en la nueva sociedad de Motores Daimler que se había creado. Para finalmente volver a ganar su libertad y posibilidades de desarrollo, Daimler dejó que sus propios socios en el año 1894 "compraran su pase". Bajo condiciones bastante catastróficas. El fiel Maybach siguió su camino con él en el desarrollo de los motores.

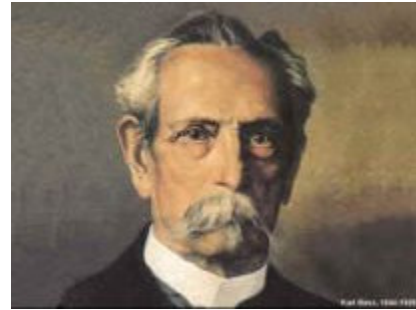


Cuando la sociedad, se encontró en el año 1895 próxima al concurso de acreedores, le hizo una oferta de paz a Daimler. Este aceptó, después se le indemnizó generosamente y se le otorgaron poderes plenipotenciarios. Naturalmente volvió a la Firma acompañado de Wilhelm Maybach. Se debe decir, que Daimler tuvo mucha suerte en sus contactos con el importante comerciante mayorista austriaco Emil Jellinek quien residía en Niza. Sin estar ligado contractualmente con este dinámico y mundial comerciante, recibió de él, el empuje necesario para romper las barreras que dieron paso al camino de los éxitos. Jellinek, que ya había conducido en Francia motocicletas y triciclos motores, estaba fascinado por el deporte automovilístico - y de las posibilidades comerciales que se cobijaban en él. En el año 1897 realizó el pedido de un automóvil de Daimler, manifestando además una serie de deseos especiales, los cuales fueron cumplimentados. El "Phaeton" de 9-CV y una velocidad máxima de 40 Km/h le complació ampliamente. En la semana automovilística de Niza del año 1899, Jellinek participó con un Phönix de 23 CV para ganar la prueba de turismo. Empleando para esto su astucia competitiva: después de las primeras victorias obtenidas con los vehículos de Daimler, distrajo la atención que sus competidores habían puesto en su vehículo, inscribiéndose en la prueba con el seudónimo de "Mercedes". Mercedes era el nombre de su hija de once años de edad. Pocos días antes de que Daimler falleciera, en el año 1900, Jellinek le hizo una oferta digna de admiración. Él quería comprar 36 vehículos que sumaban un valor total de 550.000 Marcos de Oro, si a cambio se representaban algunas condiciones: representación y venta exclusiva para Austria, Hungría, Francia y América; utilización del nombre Mercedes y el derecho a opinar en los temas constructivos. Daimler, quien ya había reconocido el gran formato de Jellinek, aceptó las condiciones. Después del fallecimiento de Daimler, Jellinek fue nombrado en el consejo de administración de la Sociedades de Motores Daimler. En los años siguientes sus ideas tuvieron una amplia repercusión en el desarrollo de Daimler y en el "Mercedes", hasta que

en el año 1909 se retiró de la sociedad. El nombre de Mercedes siguió existiendo a través del tiempo. En el año 1902 fue registrado como marca oficialmente

Fusión Daimler-Benz

La inflación de principios de la década de los años 20 fue un gran escollo para la expansión del automóvil. La reforma monetaria de 1923 no logró animar al consumo privado, y por consiguiente a la demanda de automóviles, lo que obligó a Daimler a montar una fábrica de bicicletas y de máquinas de escribir, que no lograron cosechar éxitos comerciales. El famoso viernes negro del 29.10.1929, hirió de gravedad a todos los mercados económicos del mundo. De 86 fábricas de automóviles existentes en 1923, sólo quedaron 26 en 1931.



En esta época de dura crisis económica y de recesión, los directivos responsables de Daimler y Benz hicieron realmente lo único razonable: las empresas Daimler y Benz se fusionan en junio de 1926 creando la nueva empresa Daimler-Benz AG. Al poco tiempo de esta fusión entre iguales, el mero sentido de integración pudo con los brotes iniciales de rivalidad e independencia. La empresa resultante lograba éxitos que de forma separada jamás podrían haberse alcanzado. Gottlieb Daimler

Daimler-Benz en los años 1933-1945

La época que va desde la toma del poder de Adolf Hitler en enero de 1933 hasta el derrumbamiento definitivo de Tercer Reich en mayo de 1945 fue un tiempo sombrío, marcado por el miedo y el terror. Si al principio, el pueblo alemán hacía caso de las promesas nacionalsocialistas de acabar con el desempleo masivo y de reactivar la economía, los años de guerra trajeron carestía y miseria a toda la población. Casi todos los alemanes fueron afectados por la muerte de algún familiar, por la expulsión de sus tierras, por la destrucción de su hogar o la pérdida de sus bienes.

El Estado era omnipresente, y la desconfianza hacia todo el mundo era la base fundamental e irrenunciable para lograr la supervivencia de todos aquellos que iban conociendo el peligro que significaba el nacionalsocialismo. Tampoco una empresa constructora de automóviles del tamaño y la importancia de Daimler-Benz AG -con una cuota de mercado del 11% aproximado, era la tercera en importancia tras Opel y Auto-Unión- podía actuar en el vacío. Se benefició en un principio como todas las empresas del sector automovilístico, del proceso de rearme general y de la reactivación de la industria del automóvil, fomentada por el Estado.

Desde el 1º de abril de 1933, todo aquél que adquiriese un automóvil nuevo quedaba eximido de abonar el impuesto de automóviles. Como consecuencia de estas medidas, la

producción de automóviles registró un enorme crecimiento y en Daimler-Benz, las capacidades de producción de sus fábricas en Untertürkheim, Sindelfingen y Gaggenau ya apenas podían satisfacer la demanda en 1933. Así se pudo volver a poner en marcha en 1934 la fábrica de Mannheim, que había sido paralizada parcialmente, aprovechando su capacidad productiva. Daimler-Benz podía prescindir ahora de órdenes de otras empresas como Wanderer y BMW.

El éxito de ventas de Daimler-Benz en el sector de coches de turismo fue el Mercedes 170 V y el Mercedes 230 (W 143 y 153). Un modelo de 2,6 litros de cilindrada y motor Diesel pasó a completar en 1935/36 el programa de coches de turismo. La producción de modelos de turismo de mayores dimensiones fue perdiendo cada vez más importancia, dado que la distribución estatal de materia prima sólo concedía material en casos excepcionales, tales como encargos de miembros del Gobierno. En 1938 se encargó el coronel Adolf von Schell, responsable del parque de vehículos del ejército alemán, de introducir un cupo de modelos en la industria del automóvil. Daimler-Benz AG, sin embargo, apenas se vio afectada por el programa de Schell, pudiendo proseguir con la producción de casi todos los modelos de turismo. Tan sólo en el sector de camiones tuvo que aceptar recortes. Sólo se podían construir camiones de 1,5 toneladas de motor Diesel u Otto, de 3 toneladas y de 4,5 toneladas. Se tuvo que suspender totalmente la producción de camiones de 6,5 toneladas.

Entre los años 1934 y 1939, fueron en particular los automóviles de carreras de Auto-Union y Daimler-Benz los que cosecharon éxitos de las competiciones nacionales e internacionales valederas para el Grand Prix. Hitler opinaba que toda la población alemana debía estar motorizada, contribuyendo de ese modo al auge de la industria automovilística. Se debía crear un coche popular, asequible a todo el mundo y con un precio máximo de 1.000 marcos. Los bocetos de un turismo de pequeñas dimensiones presentados por Ferdinand Porsche, recibieron el visto bueno de Hitler a principios de 1934, enfrentándose, sin embargo, al rechazo de la industria automovilística, que consideraba el precio de venta prescrito como algo no realista. A pesar de las objeciones de la Asociación Alemana de la Industria del Automóvil, el deseo de Hitler se hizo realidad y se comenzó con la producción del "coche popular" (Volkswagen).



Daimler-Benz también participó en un principio en este proyecto. Por mediación de Jakob Werlin, miembro de la Junta Directiva, se constituyeron 30 prototipos en la fábrica de carrocerías de Sindelfingen. Con ello se pensó haber complacido en grado suficiente los deseos de Hitler, pues al proyecto en sí apenas se le concedían posibilidades de realización. En mayo de 1938, Hitler colocó la primera piedra de una fábrica estatal en Fallersleben (Wolfsburg). Allí se debía producir en serie el Volkswagen. Tras el estallido de la guerra de septiembre de 1939 se tuvo que suspender por orden del Estado la producción de material "sin interés para la guerra", prohibiéndose la producción de vehículos de lujo como el modelo Daimler-Benz de doce cilindros. A finales de 1939, el sector de los vehículos industriales sufrió más

reducciones. Finalmente sólo se podían producir camiones de 4,5 toneladas y de 3,0 toneladas. Como el camión Mercedes-Benz de 3 toneladas no dio buen resultado, se tuvo que producir por orden de Speer -y con gran enojo de la empresa de Untertürkheim- el camión "Blitz" de tres toneladas, de Opel, en instalaciones de la misma Daimler-Benz. La fábrica de Sindelfingen fue la que registró los daños más graves. Al final de la guerra no quedaba en pie ninguna nave de producción, salvo la sección de estampería. La fábrica de Mannheim, sin embargo, que fue objeto de numerosos ataques aéreos, sufrió menos daños.