



Markteinführung des umfassend modernisierten Sports Tourers: Neue B-Klasse ab 29.11. bei den Händlern

Markteinführung des umfassend modernisierten Sports Tourers: Neue B-Klasse ab 29.11. bei den Händlern
- so der Werbeslogan für die neue B-Klasse. Die Markteinführung des neuen Modells gehört in Kürze nicht mehr dazu: Denn schon am 29. November startet die Auslieferung der ersten Modelle des umfassend modernisierten Sports Tourers. Mercedes-Benz hat den Bestseller einer umfangreichen Modellpflege unterzogen und außen wie innen aufgewertet, hinzu kommen attraktive, neu definierte Ausstattungslinien wie die Electric Art Line (exklusiv für die B-Klasse Electric Drive) und die AMG Line. Vier sparsame Diesel mit einer Verbrauchsspanne von 3,6 bis 5,0 l/100 km, vier effiziente Benziner mit einem Verbrauch von 5,4 bis 6,6 l/100 km, vier Modelle mit Allradantrieb 4MATIC sowie der alternativ angetriebene B 200 Natural Gas Drive (3,3 bis 6,0 kg/100 km) und die rein elektrische B-Klasse Electric Drive (0 g CO₂/km) sorgen für eine einzigartige Auswahl im Segment. Die Preise starten bei 27.102,25[1] Euro für den B 180. Die B-Klasse Electric Drive kostet 39.151 Euro¹ und kann ab 399 Euro² monatlich geleast werden. Zur umfangreichen Serienausstattung aller Versionen zählen unter anderem die weiterentwickelten Assistenzsysteme COLLISION PREVENTION ASSIST PLUS und ATTENTION ASSIST. Seit ihrer Markteinführung 2005 hat Mercedes-Benz weltweit über eine Million B-Klasse Modelle an Kunden übergeben. Die Ende 2011 gestartete zweite Generation wurde weltweit bereits über 380.000 Mal verkauft. Der Sports Tourer ist in Deutschland besonders erfolgreich und dort Marktführer in seinem Segment. Die hohe Kundenzufriedenheit drückt sich nicht nur in den Verkaufszahlen aus: Die Mercedes-Benz B-Klasse hat 2014 die J.D. Power Zufriedenheitsstudie in ihrem Fahrzeugsegment gewonnen und erzielte darüber hinaus bei der Kundenzufriedenheitsstudie mit 82,4 Prozent den höchsten Zufriedenheitswert. Die J.D. Power VOSS-Studie (Vehicle Ownership Satisfaction Study) ist die größte deutsche Autofahrerumfrage und basiert auf einer Befragung von über 18.000 Autofahrern. Bei Online-Interviews geben diese an, wie zufrieden sie mit Attraktivität, Qualität, Service und Unterhaltskosten ihrer maximal zwei Jahre alten Autos sind. Bewertet wurden 26 Hersteller und insgesamt 127 Baureihen. Sehr beliebt ist die B-Klasse auch bei Flottenkunden. Im größten Praxis-Vergleichstest Europas, veranstaltet von der Zeitschrift "Firmenauto", wählten die Fuhrparkmanager die B-Klasse wiederholt - 2012, 2013 und 2014 - zum Firmenauto des Jahres in der Kategorie "Kleine und kompakte Vans". Beim DEKRA Gebrauchtwagenreport 2014 wurde die B-Klasse als Fahrzeug mit den geringsten Mängeln in der Kategorie Vans ermittelt. Sie wurde darüber hinaus mit dem Titel "Fahrzeug des Jahres" ausgezeichnet. [1] Unverbindliche Preisempfehlung inklusive 19 % MwSt. [2] Rechenbeispiel für Privatkunden beim Kaufpreis von 39.151,00 Euro mit einer Laufzeit von 36 Monaten und einer Gesamtlauflistung von 30.000 Kilometern bei einer Leasingsonderzahlung von 8.473,31 Euro
- Presse-Ansprechpartner: Anja Wassertheurer
- Model Series A-, B-, CLA-Class
- Tel.: +49 711 17-75855
- Fax: +49 711 17-98646
- Norbert Giesen
- Leiter Media Relations, Redaktion und Lifestyle
- Tel.: +49 711 17-76422
- Fax: +49 711 17-98651
-  width="1" height="1">

Pressekontakt

Daimler AG

70546 Stuttgart

Firmenkontakt

Daimler AG

70546 Stuttgart

ehemals DaimlerChrysler AG
DaimlerChrysler ist in der Automobilbranche einzigartig: Das Angebot reicht vom Kleinwagen über Sportwagen bis hin zur Luxuslimousine und vom vielseitig einsetzbaren Kleintransporter über den klassischen Schwer-Lkw bis hin zum komfortablen Reisebus. Zu den Personenwagen-Marken von DaimlerChrysler zählen Maybach, Mercedes-Benz, Chrysler, Jeep, Dodge und smart. Zu den Nutzfahrzeug-Marken gehören Mercedes-Benz, Freightliner, Sterling, Western Star, Setra und Mitsubishi Fuso. DaimlerChrysler Financial Services bietet Finanz- und andere fahrzeugbezogene Dienstleistungen an. Die Strategie von DaimlerChrysler basiert auf vier Säulen: Globale Präsenz, herausragende Produkte, führende Marken sowie Innovations- und Technologieführerschaft. DaimlerChrysler hat eine globale Belegschaft und eine internationale Aktionärsbasis. Mit 384.723 Mitarbeitern erzielte DaimlerChrysler im Geschäftsjahr 2004 einen Umsatz von 142,1 Mrd. Euro.