

Mercedes-Benz erzielt besten Absatz der Unternehmensgeschichte

Mercedes-Benz erzielt besten Absatz der Unternehmensgeschichte

 Mercedes-Benz verkauft 1.650.010 Fahrzeuge im Jahr 2014 (+12,9%) - mehr als je zuvor. Dies ist das vierte Rekordjahr in Folge.
 2014 endet mit absatzstärkstem Monat (163.171 Einheiten) und bestem Quartal (454.854 Einheiten) der Unternehmensgeschichte.
 Dr. Dieter Zetsche, Vorstandsvorsitzender der Daimler AG und Leiter Mercedes-Benz Cars: "Mercedes-Benz ist auf Erfolgskurs. Der beste Absatz unserer Unternehmensgeschichte zeigt, dass unsere Produktoffensive Früchte trägt. Unsere neuen Modelle kommen hervorragend bei den Kunden an. Zum Erfolg haben insbesondere unsere Kompaktwagen, die neue C-Klasse und die S-Klasse beigetragen. Wir konnten den Absatz in allen Kernmärkten steigern. Im Jahr 2015 werden wir unsere Produktoffensive im SUV-Bereich fortsetzen und erwarten damit weitere Absatzimpulse, ebenso durch die volle Verfügbarkeit der neuen C-Klasse, der Kompaktwagen und der beiden smart Modelle."
 Wachstumstreiber: S-Klasse Limousine (+82,2%) und Kompaktwagen (+24,7%)
 Absatzrekorde in den USA (+5,7%) und in China (+29,1%)
 China erstmals zweitgrößter Markt nach den USA
 Marktführer in Deutschland, Japan, Australien, Kanada und Russland
 Mercedes-Benz hat im vergangenen Jahr so viele Autos verkauft wie nie zuvor. Die Marke mit dem Stern lieferte 1.650.010 Fahrzeuge an Kunden aus (+12,9%) und erreichte damit das vierte Rekordjahr in Folge. Im Jahr 2014 war jeder Monat ein Rekordmonat - so auch der Dezember mit 163.171 verkauften Einheiten (+17,2%). Das vergangene Jahr endete für das Stuttgarter Unternehmen mit dem absatzstärksten Monat und dem besten Quartal (454.854 Einheiten) der Unternehmensgeschichte.
 Dr. Dieter Zetsche, Vorstandsvorsitzender der Daimler AG und Leiter Mercedes-Benz Cars: "Mercedes-Benz ist auf Erfolgskurs. Der beste Absatz unserer Unternehmensgeschichte zeigt, dass unsere Produktoffensive Früchte trägt. Unsere neuen Modelle kommen hervorragend bei den Kunden an. Zum Erfolg haben insbesondere unsere Kompaktwagen, die neue C-Klasse und die S-Klasse beigetragen. Wir konnten den Absatz in allen Kernmärkten steigern. Im Jahr 2015 werden wir unsere Produktoffensive im SUV-Bereich fortsetzen und erwarten damit weitere Absatzimpulse, ebenso durch die volle Verfügbarkeit der neuen C-Klasse, der Kompaktwagen und der beiden smart Modelle."
 "Mercedes me" setzt neue Maßstäbe für die Kundenbetreuung
 "Unsere Produktoffensive läuft weiter auf Hochtouren. Bis 2020 werden wir noch mindestens elf neue Modelle ohne Vorgänger auf den Markt bringen", so Ola Källenius, Mitglied des Vorstands der Daimler AG, verantwortlich für Mercedes-Benz Cars Vertrieb. "Aber nicht nur unsere neuen Produkte werden bis 2020 für mehr Wachstum sorgen, sondern auch die konsequente Ausrichtung aller Vertriebskanäle auf sich verändernde Kundenwünsche und -bedürfnisse", ergänzt Källenius. Ihre Bestrebungen dahingehend fasst die Marke mit dem Stern in der Initiative "Mercedes-Benz 2020 - Best Customer Experience" zusammen. Im Rahmen dieser Initiative setzt Mercedes-Benz verstärkt auf eine innerstädtische Präsenz. Im Juni wurde in Hamburg der weltweit erste Mercedes me Store eröffnet, der den Kunden eine Kombination aus Fahrzeugpräsentation, Gastronomie, Events, Information, Beratung sowie digitalen Interaktionsmöglichkeiten bietet. Alle Dienstleistungs- und Mobilitätsangebote bündelt Mercedes-Benz seit Frühjahr 2014 unter der Dachmarke "Mercedes me". Auf der "Mercedes me" Website hat der Kunde über eine personalisierte Mercedes ID einen gebündelten Zugang zu allen Dienstleistungen von Mercedes-Benz. Damit setzt "Mercedes me" neue Maßstäbe für die individuelle Kundenbetreuung.
 Hoher Absatzzuwachs in europäischen Märkten
 Im europäischen Gesamtmarkt konnte der Absatz 2014 um 9,4% gesteigert werden und liegt damit deutlich über dem allgemeinen Marktwachstum. Im Dezember wurden dort 66.777 Fahrzeuge an Kunden übergeben (+21,5%). Im hart umkämpften deutschen Markt behauptete Mercedes-Benz auch 2014 seine Marktführerschaft unter den Premiumherstellern. Die Verkäufe stiegen in Deutschland im Dezember um 13,6%. In Großbritannien, dem zweitgrößten europäischen Markt des Unternehmens, wurde 2014 erneut ein Verkaufsbesterwert erzielt. Insgesamt 123.480 Fahrzeuge gingen dort in Kundenhand über (+14,6%). Absatzrekorde verzeichnete das Unternehmen auch in Portugal (+45,7%), der Schweiz (+15,8%) und in Belgien (+8,0%). In Spanien stieg der Absatz um über 30%.
 Verkaufsbesterwerte in den zwei größten Märkten: USA und China
 Im Jahr 2014 wurden in der NAFTA-Region 373.291 Fahrzeuge verkauft (+5,8%), davon allein 330.391 in den USA (+5,7%). Damit behaupteten die USA ihre Position als größter Absatzmarkt von Mercedes-Benz. In den USA, Kanada und Mexiko wurden im vergangenen Jahr Bestwerte erzielt. In Kanada hat Mercedes-Benz die Marktführerschaft unter den Premiumherstellern inne.
 China löste 2014 erstmals Deutschland als zweitgrößten Markt ab. Mit 281.588 verkauften Fahrzeugen wurden in China mehr Einheiten abgesetzt als je zuvor (+29,1%). Seit August ist dort auch die C-Klasse Langversion erhältlich. In Japan und Australien, wo Mercedes-Benz Marktführer unter den Premiumherstellern ist, gab es 2014 Verkaufsbesterwerte zu verzeichnen. Insgesamt wuchs der Absatz in der Region Asien/Pazifik um 25,7% auf 491.321 Einheiten.
 Neue Kompakte als Wachstumstreiber
 Besonders erfolgreich war im vergangenen Jahr das Kompaktwagen-segment, das im März um den GLA erweitert wurde. Der Absatz stieg um 24,7% auf 463.152 verkaufte A-, B-, CLA- und GLA-Klassen. Nie zuvor lieferte Mercedes-Benz so viele Kompakte in einem Jahr an Kunden aus. Mit dem CLA Shooting Brake wird im Frühjahr 2015 das fünfte Kompaktwagenmodell eingeführt.
 Jahr der C-Klasse
 Die C-Klasse Limousine behauptete sich 2014 erneut als das volumenstärkste Modell von Mercedes-Benz. Die neue Limousine ist das erste Fahrzeug, das auf vier Kontinenten produziert wird. Der Jahresabsatz der neuen Limousine und des neuen T-Modells, die im März und September 2014 auf den Markt kamen, stieg im vergangenen Jahr um 4,4% auf 316.792 Einheiten. Im Dezember lagen die Zuwächse gegenüber dem Vorjahresmonat sogar bei knapp 50%. Im Jahr 2015 erwartet das Unternehmen durch die volle Verfügbarkeit der beiden neuen Modelle sowie durch weitere Motorisierungen zusätzliche Absatzimpulse aus dieser Baureihe.
 E-Klasse Langversion mit Absatzrekord
 Die E-Klasse Limousine und das T-Modell haben mit 257.571 verkauften Einheiten maßgeblich zum guten Absatzergebnis des vergangenen Jahres beigetragen (+6,2%). Besonderer Beliebtheit erfreute sich die in China angebotene E-Klasse Langversion: Die Nachfrage nach diesem Modell stieg um 49,8% auf 56.344 abgesetzte Fahrzeuge. Die E-Klasse Langversion wird in China häufig als Chauffeurlimousine genutzt, da die Kunden den längeren Fußraum schätzen. Für Flottenkunden weltweit ist vor allem das E-Klasse
 T-Modell von großer Bedeutung.
 S-Klasse weiterhin meistverkaufte Luxuslimousine der Welt
 Die S-Klasse war auch 2014 wieder die meistverkaufte Luxuslimousine der Welt. Der Absatz der S-Klasse Limousine stieg im vergangenen Jahr um 82,2% auf 103.737 verkaufte Fahrzeuge. Im Jahr 2015 feiert der neue Mercedes-Maybach S 600 seine Markteinführung. Das erste Modell der neuen Submarke Mercedes-Maybach wurde im November in Guangzhou und Los Angeles zum ersten Mal der Öffentlichkeit präsentiert.
 Der SUV-Boom geht weiter
 Der Absatz der SUVs stieg im vergangenen Jahr auf einen Rekordwert von 341.788 verkauften Fahrzeugen (+5,3%). Bestwerte erzielten die GLK-Klasse (+7,7%), die M-Klasse (+8,7%) und die G-Klasse (+10,4%).
 Erweiterung der Pkw-Familie um die V-Klasse
 Die neue V-Klasse ist seit Mai 2014 das größte Mitglied der Personenwagen-Familie von Mercedes-Benz. Sie setzt mit ihrem Design und einer Vielzahl von Innovationen neue Maßstäbe in ihrem Segment. Seit der Markteinführung gingen bereits fast 25.000 V-Klassen in Kundenhand über.
 S-Klasse Coupé und CLS als neue Dream Cars
 Die Mercedes-Benz Dream Cars umfassen alle Roadster, Cabrios und Coupés mit Stern. 2014 erfüllten sich insgesamt 141.998 Kunden ihren Traum vom Dream Car. Mit dem im September eingeführten S-Klasse Coupé und der CLS Modellpflege sollen 2015 die Erfolge der Traumwagen fortgesetzt werden.
 Mercedes-AMG mit offensiver Produkt- und Wachstumsstrategie
 Die Sportwagen- und Performance-Marke Mercedes-AMG erzielte 2014 mit 47.632 abgesetzten Fahrzeugen ein Rekordjahr. Der Einstieg in die Kompaktklasse und die Ausweitung des Modellangebots brachten Mercedes-AMG neue Kundengruppen sowie Erfolge in etablierten und neuen Märkten. Komplett eigenständig entwickelte Modelle, wie der 2014 vorgestellte Mercedes-AMG GT, untermauern die Erfolgsgeschichte der Marke und ihren Wachstumskurs nachhaltig. Mit den neuen AMG Sportmodellen, die auf das Segment zwischen der AMG Linie für Mercedes-Benz und den klassischen AMG Fahrzeugen zielen, bietet Mercedes-AMG den Kunden zukünftig einen neuen Einstieg in die AMG-Welt.
 Neue smart Modelle kommen sehr gut an
 Im Jahr des Modellwechsels wurden 89.844 smart verkauft (i.V. 100.792). Besonders erfolgreich war smart 2014 in den USA, wo der Absatz des Vorjahres um 12,8% übertroffen werden konnte. Seit Ende November sind der neue smart fortwo und der Viersitzer smart forfour bei den Händlern erhältlich. Im ersten Monat nach Markteinführung stieg der Absatz um 17,5%. Für 2015 erwartet die Marke weltweit eine deutliche Steigerung der Verkaufszahlen durch die Verfügbarkeit der neuen Modelle.
 Der Carsharing-Anbieter car2go freut sich zum Jahreswechsel über eine Million Kunden weltweit. Nach dem Start von car2go 2014 in den Städten Rom, Florenz, Frankfurt am Main, Kopenhagen und Stockholm sowie in South Bay L.A. und Brooklyn N.Y.C. ist die smart Carsharing-Nutzung nun in 30 europäischen und nordamerikanischen Städten möglich.
 Weitere Informationen von Daimler sind im Internet verfügbar:
 www.media.daimler.com und www.daimler.com

/>Vorausschauende Aussagen
Dieses Dokument enthält vorausschauende Aussagen zu unserer aktuellen Einschätzung künftiger 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 ungünstige Entwicklung der weltwirtschaftlichen Situation, insbesondere ein Rückgang der Nachfrage in unseren wichtigsten Absatzmärkten, eine Verschärfung der Staatsschuldenkrise in der Eurozone, eine Zunahme der politischen Spannungen in Osteuropa, eine Verschlechterung unserer Refinanzierungsmöglichkeiten an den Kredit- und Finanzmärkten, unabwendbare Ereignisse höherer Gewalt wie beispielsweise Naturkatastrophen, Terrorakte, politische Unruhen, Industrieunfälle und deren Folgewirkungen auf unsere Verkaufs-, Einkaufs-, Produktions- oder Finanzierungsaktivitäten, Veränderungen der Wechselkurse, eine Veränderung des Konsumverhaltens in Richtung kleinerer und weniger gewinnbringender Fahrzeuge oder ein möglicher Akzeptanzverlust unserer Produkte und Dienstleistungen mit der Folge einer Beeinträchtigung bei der Durchsetzung von Preisen und bei der Auslastung von Produktionskapazitäten, Preiserhöhungen bei Kraftstoffen und Rohstoffen, Unterbrechungen der Produktion aufgrund von Materialengpässen, Belegschaftsstreiks oder Lieferanteninsolvenzen, ein Rückgang der Wiederverkaufspreise von Gebrauchtfahrzeugen, die erfolgreiche Umsetzung von Kostenreduzierungs- und Effizienzsteigerungsmaßnahmen, die Geschäftsaussichten der Gesellschaften, an denen wir bedeutende Beteiligungen halten, die erfolgreiche Umsetzung strategischer Kooperationen und Joint Ventures, die Änderungen von Gesetzen, Bestimmungen und behördlichen Richtlinien, insbesondere soweit sie Fahrzeugemissionen, Kraftstoffverbrauch und Sicherheit betreffen, sowie der Abschluss laufender behördlicher Untersuchungen und der Ausgang anhängiger oder drohender künftiger rechtlicher Verfahren und weitere Risiken und Unwägbarkeiten, von denen einige im aktuellen Geschäftsbericht unter der Überschrift "Risiko- und Chancenbericht" beschrieben sind. Sollte einer dieser Unsicherheitsfaktoren oder eine dieser 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 auf den Umständen am Tag der Veröffentlichung basieren.

Über Daimler
Die Daimler AG ist eines der erfolgreichsten Automobilunternehmen der Welt. Mit den Geschäftsfeldern Mercedes-Benz Cars, Daimler Trucks, Mercedes-Benz Vans, Daimler Buses und Daimler Financial Services gehört der Fahrzeughersteller zu den größten Anbietern von Premium-Pkw und ist der größte weltweit aufgestellte Nutzfahrzeug-Hersteller. Daimler Financial Services bietet Finanzierung, Leasing, Flottenmanagement, Versicherungen und innovative Mobilitätsdienstleistungen an. Die Firmengründer Gottlieb Daimler und Carl Benz haben mit der Erfindung des Automobils im Jahr 1886 Geschichte geschrieben. Als Pionier des Automobilbaus gestaltet Daimler auch heute die Zukunft der Mobilität: Das Unternehmen setzt dabei auf innovative und grüne Technologien sowie auf sichere und hochwertige Fahrzeuge, die faszinieren und begeistern. Daimler investiert seit Jahren konsequent in die Entwicklung alternativer Antriebe mit dem Ziel, langfristig das emissionsfreie Fahren zu ermöglichen. Neben Hybridfahrzeugen bietet Daimler dadurch die breiteste Palette an lokal emissionsfreien Elektrofahrzeugen mit Batterie und Brennstoffzelle. Denn Daimler betrachtet es als Anspruch und Verpflichtung, seiner Verantwortung für Gesellschaft und Umwelt gerecht zu werden. Daimler vertreibt seine Fahrzeuge und Dienstleistungen in nahezu allen Ländern der Welt und hat Produktionsstätten auf fünf Kontinenten. Zum heutigen Markenportfolio zählen neben Mercedes-Benz, der wertvollsten Premium-Automobilmarke der Welt, die Marken smart, Freightliner, Western Star, BharatBenz, Fuso, Setra und Thomas Built Buses. Das Unternehmen ist an den Börsen Frankfurt und Stuttgart notiert (Börsenkürzel DAL). Im Jahr 2013 setzte der Konzern mit 274.616 Mitarbeitern 2,35 Mio. Fahrzeuge ab. Der Umsatz lag bei 118,0 Mrd. €, das EBIT betrug 10,8 Mrd. €.

Ansprechpartner:
Heinz Gottwick
Telefon: +49 711 17 - 42233
E-Mail: heinz.gottwick@daimler.com
Sofia Stauber
Telefon: +49 711 17 - 40598
E-Mail: sofia.stauber@daimler.com
Daimler AG
70546 Stuttgart
Deutschland
Telefon: +49 (711) 17 0
Telefax: +49 711 17 22244
Mail: dialog@daimler.com
URL: <http://www.daimlerchrysler.de/>

Pressekontakt

Daimler AG

70546 Stuttgart

daimlerchrysler.de/
dialog@daimler.com

Firmenkontakt

Daimler AG

70546 Stuttgart

daimlerchrysler.de/
dialog@daimler.com

Über DaimlerDie Daimler AG ist eines der erfolgreichsten Automobilunternehmen der Welt. Mit den Geschäftsfeldern Mercedes-Benz Cars, Daimler Trucks, Mercedes-Benz Vans, Daimler Buses und Daimler Financial Services gehört der Fahrzeughersteller zu den größten Anbietern von Premium-Pkw und ist der größte weltweit aufgestellte Nutzfahrzeug-Hersteller. Daimler Financial Services bietet Finanzierung, Leasing, Flottenmanagement, Versicherungen, Geldanlagen und Kreditkarten sowie innovative Mobilitätsdienstleistungen an. Die Firmengründer Gottlieb Daimler und Carl Benz haben mit der Erfindung des Automobils im Jahr 1886 Geschichte geschrieben. Als Pionier des Automobilbaus gestaltet Daimler auch heute die Zukunft der Mobilität: Das Unternehmen setzt dabei auf innovative und grüne Technologien sowie auf sichere und hochwertige Fahrzeuge, die faszinieren und begeistern. Daimler investiert seit Jahren konsequent in die Entwicklung alternativer Antriebe mit dem Ziel, langfristig das emissionsfreie Fahren zu ermöglichen. Neben Hybridfahrzeugen bietet Daimler dadurch die breiteste Palette an lokal emissionsfreien Elektrofahrzeugen mit Batterie und Brennstoffzelle. Denn Daimler betrachtet es als Anspruch und Verpflichtung, seiner Verantwortung für Gesellschaft und Umwelt gerecht zu werden. Daimler vertreibt seine Fahrzeuge und Dienstleistungen in nahezu allen Ländern der Welt und hat Produktionsstätten auf fünf Kontinenten. Zum heutigen Markenportfolio zählen neben Mercedes-Benz, der wertvollsten Premium Automobilmarke der Welt, die Marken smart, Freightliner, Western Star, BharatBenz, Fuso, Setra und Thomas Built Buses. Das Unternehmen ist an den Börsen Frankfurt und Stuttgart notiert (Börsenkürzel DAL). Im Jahr 2013 setzte der Konzern mit 274.616 Mitarbeitern 2,35 Mio. Fahrzeuge ab. Der Umsatz lag bei 118,0 Mrd. €, das EBIT betrug 10,8 Mrd. €.