



Mercedes-Benz startet mit Rekordmonat und einem Plus von 20% in die zweite Jahreshälfte

Mercedes-Benz startet mit Rekordmonat und einem Plus von 20% in die zweite Jahreshälfte. Mit einem Plus von 20,0% und 116.790 abgesetzten Einheiten erreicht Mercedes-Benz den bisher besten Juli und startet erfolgreich in die zweite Jahreshälfte. Seit Jahresbeginn wurden 811.227 Fahrzeuge an Kunden übergeben (+8,1%). Das kräftige Absatzwachstum im Juli basiert vor allem auf dem Erfolg der neuen E-Klasse sowie den neuen Kompakten. Besonders starke Zuwächse verzeichnete die Marke mit dem Stern im Juli in den USA, China und Russland. In Europa steigerte das Unternehmen den Absatz erneut und gewann in fast allen europäischen Märkten Marktanteile hinzu. Mercedes-Benz ist seit Jahresbeginn Premiummarke Nummer Eins in Deutschland und USA. Nach einem starken ersten Halbjahr haben wir im Juli nochmals deutlich an Fahrt aufgenommen. Die neue E-Klasse ist ein voller Erfolg, unsere Kompakten sind gefragt wie nie zuvor, und seit Mitte Juli liefern wir auch unsere neue S-Klasse in Europa an Kunden aus. Mit diesem jungen Modellmix werden wir in der zweiten Jahreshälfte weiter zulegen", sagte Dr. Joachim Schmidt, Mitglied der Geschäftsleitung Mercedes-Benz Cars und Leiter Vertrieb und Marketing. "Unser Ziel ist es, den Pkw-Absatz der Marke Mercedes-Benz dieses Jahr auf über 1,4 Millionen Fahrzeuge zu steigern." Im Juli konnte Mercedes-Benz in Europa dem schwierigen Marktumfeld zum Trotz den Absatz weiter steigern (54.096 E., +15,5%) und in fast allen Märkten weiter Marktanteile hinzugewinnen. Besonders die Kompakten mit Stern waren in Europa sehr gefragt, aber auch die neue E-Klasse sorgte im vergangenen Monat für starke Impulse. Besonders hoch waren die Zuwächse im Juli in Großbritannien (+15,4%), Belgien (+16,9%) und der Türkei (+19,1%). Auch auf dem stagnierenden deutschen Markt verbuchte Mercedes-Benz im Juli Zuwächse: Mit 22.501 verkauften Einheiten (+9,8%) und einem Marktanteil von 9,9 Prozent ist Mercedes-Benz hier seit Jahresbeginn zulassungsstärkster Premiumhersteller. In den USA erzielte die Marke mit dem Stern mit 23.648 abgesetzten Fahrzeugen (+22,5%) im Juli erneut einen Absatzrekord und gewann weiter Marktanteile hinzu. Mercedes-Benz ist damit seit Anfang des Jahres absatzstärkster Premiumhersteller in den USA. In der gesamten NAFTA-Region kommt Mercedes-Benz seit Jahresbeginn auf ein Plus von 10,9%. In der Region Asien/Pazifik verkaufte Mercedes-Benz im Juli 31.146 Fahrzeuge - über ein Viertel mehr als im Vorjahresmonat. In Japan lieferte der Hersteller seit Januar 27.539 Fahrzeuge an Kunden aus und ist damit seit Jahresbeginn die zulassungsstärkste Premiummarke unter den Importeuren. In China verzeichnete Mercedes-Benz mit 18.530 abgesetzten Einheiten im vergangenen Monat einen Zuwachs von 31,2%. Ende 2012 verfügte Mercedes-Benz in China über mehr als 260 Händlerbetriebe in 115 Städten. In diesem Jahr nehmen sukzessive 75 neue Händlerbetriebe ihre Tätigkeit auf, darunter 36 in Städten, in denen die Marke bislang noch nicht vertreten ist. In den kommenden Jahren soll das Händlernetz jährlich um durchschnittlich 50 neue Händlerbetriebe wachsen. Die Kompakten von Mercedes-Benz sind bei den Kunden gefragt wie nie: Im Juli wurden 28.787 Fahrzeuge der A- und B-Klasse sowie des CLA abgesetzt. Das sind doppelt so viele Einheiten wie im Vorjahreszeitraum. Die Kompaktmodelle sind für viele neue Kunden der Einstieg zur Marke mit Stern: So führen rund 50% der A-Klasse Kunden in Europa zuvor ein Fahrzeug eines anderen Herstellers. Ein voller Erfolg ist auch die neue E-Klasse. Im Juli wurden 21.051 Limousinen und T-Modelle an Kunden übergeben, ein Plus von +25,5%. Seit Juli ist die E-Klasse auch in ihrem größten Absatzmarkt, den USA, voll verfügbar. Ende August wird sie in China eingeführt. Ebenfalls sehr beliebt sind das neue E-Klasse Coupé und Cabrio, deren Auslieferungen im zurückliegenden Monat weltweit um knapp ein Fünftel stiegen. Die SUVs mit Stern verzeichneten erneut einen Verkaufsrekord: Seit Jahresbeginn wurden 181.380 Einheiten an Kunden ausgeliefert (+19,5%). Die M-Klasse, von deren aktuellen Baureihe seit ihrer Markteinführung 2011 inzwischen über 200.000 Fahrzeuge an Kunden ausgeliefert wurden, ist seit Jahresanfang das meistverkaufte Modell ihres Segments. Seit zwei Wochen ist auch die neue S-Klasse auf dem europäischen Markt verfügbar. Noch vor der Markteinführung waren bereits über 20.000 Bestellungen für die Luxuslimousine eingegangen. Um die hohe Nachfrage zu bedienen, wird in den Sommermonaten durchproduziert. Von dem kompakten Zweisitzer smart wurden seit Jahresbeginn 59.546 Einheiten an Kunden ausgeliefert (i.V. 63.713 E.). Mit einem Marktanteil von rund 40 Prozent ist der in Hambach produzierte smart fortwo electric drive im ersten Halbjahr 2013 klarer Marktführer unter allen neu zugelassenen Elektro-Pkw in Deutschland. Derzeit bereitet sich das smart Werk im französischen Hambach auf die Nachfolgeneration des aktuellen smart fortwo vor, die 2014 auf den Markt kommen wird. Die Produktion ruht seit Juli für fast zwei Monate, um die notwendigen Umrüstungsarbeiten an den Produktionsanlagen durchzuführen. Nicht nur die neuen Produkte werden für weiteres langfristiges Absatzwachstum sorgen. Im Rahmen der Wachstumsstrategie "Mercedes-Benz 2020" richtet die Marke auch ihre Vertriebsorganisation gezielt auf die sich verändernden Kundenwünsche aus. Ziel ist es, für neue, moderne Zielgruppen noch attraktiver zu werden und gleichzeitig loyale Kunden an die Marke zu binden. Dazu hat das Unternehmen kürzlich die Kernfelder der Wachstumsstrategie Mercedes-Benz 2020 in Marketing und Vertrieb unter dem Titel "Best Customer Experience" vorgestellt. So setzt Mercedes-Benz verstärkt auf innerstädtische Formate, um mit Kunden und Interessenten direkt in Kontakt zu treten. Heute faszinieren bereits rund 20 innerstädtische Formate in Städten wie Berlin, Paris, Mailand, New York, Peking oder Tokio ihre Besucher mit einem umfassenden Markenerlebnis. Bis 2020 soll sich die Anzahl der sogenannten "Mercedes-Benz Connections" weltweit mehr als verdoppeln. Auch digitale Kanäle wie Onlineshops werden in Zukunft den Kontakt zur Marke weiter vereinfachen. Die Mercedes-Benz Partner - Niederlassungen und Vertragspartner - bleiben dabei für alle Aktivitäten auch in Zukunft der wichtigste Kontaktpunkt für den Kunden. 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 2012 setzte der Konzern mit 275.000 Mitarbeitern 2,2 Mio. Fahrzeuge ab. Der Umsatz lag bei 114,3 Mrd. EUR, das EBIT betrug 8,6 Mrd. EUR. Daimler AG 70546 Stuttgart Deutschland Telefon: +49 (711) 17 0 Telefax: +49 711 17 22244 Mail: dialog@daimler.com URL: <http://www.daimlerchrysler.de>  http://www.pressrelations.de/new/pmcounter.cfm?n_pnr_540821 width="1" height="1"

Pressekontakt

Daimler AG

70546 Stuttgart

daimlerchrysler.de/
dialog@daimler.com

Firmenkontakt

Daimler AG

70546 Stuttgart

daimlerchrysler.de/
dialog@daimler.com

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.