



Markteinführung auf der Chengdu Auto Show

Markteinführung auf der Chengdu Auto Show
Weiterer Impuls für Mercedes-Benz in China: Langversion der neuen E-Klasse läuft in Peking vom Band
Das neue Modell ist maßgeschneidert für den chinesischen Markt.
Mercedes-Benz feiert mit der Langversion der neuen E-Klasse einen weiteren Meilenstein in der lokalen Produktion.
Mit mehr als 175.000 in China ausgelieferten Limousinen seit 2002 ist die E-Klasse eines der wichtigsten Modelle für Mercedes-Benz in China.
Hubertus Troska: "In und für China produziert: Die Langversion der neuen E-Klasse unterstreicht unser Engagement in diesem Schlüsselmarkt."
Fahrzeuge werden nach modernsten Mercedes-Benz Qualitätsstandards im Pekinger Werk Beijing Benz Automotive Company Ltd (BBAC) gefertigt.
Mit mehr als 175.000 ausgelieferten Limousinen seit 2002 ist die E-Klasse eines der wichtigsten Modelle für Mercedes-Benz in China. Mehr als ein Fünftel der 2012 weltweit ausgelieferten E-Klasse Limousinen ging an chinesische Kunden. Damit ist China nach den USA der weltweit zweitgrößte Markt für die E-Klasse. Vor kurzem lief die erste Langversion der neuen E-Klasse im Pekinger Werk Beijing Benz Automotive Company Ltd. (BBAC) vom Band und markiert einen weiteren bedeutenden Meilenstein für die Wachstumsstrategie von Daimler und Mercedes-Benz in China. Die Markteinführung des neuen Modells erfolgte am 30. August auf der Chengdu Auto Show im Westen des Landes.
Schlüsselrolle bei Verjüngung der Produktpalette in China
Die E-Klasse hat als erstes seit 2006 direkt in China lokal produziertes Mercedes-Benz Modell bereits Geschichte auf diesem wichtigen Markt geschrieben", sagt Hubertus Troska, Daimlers Vorstand für China. "In und für China produziert, unterstreicht die Langversion der neuen E Klasse unser Engagement in diesem Schlüsselmarkt. Das neue Modell ist genau auf die Bedürfnisse unserer chinesischen Kunden zugeschnitten. Dank modernster Assistenzsysteme und erstmals mit zwei unterschiedlichen Gesichtern, spielt die neue E-Klasse eine wichtige Rolle bei der Verjüngung unserer Produktpalette in China."
Die Langversion der neuen E-Klasse strahlt Status und Souveränität aus und wird damit den Ansprüchen der chinesischen Kunden gerecht. 14 Zentimeter mehr Beinfreiheit im Fond und die längste Rückbank-Sitzfläche in diesem Segment sorgen gemeinsam mit einer hochwertigen Innenausstattung für repräsentatives und wohnliches Ambiente. Besonders bequem: Der Beifahrersitz und das Panorama-Schiebedach können auch vom Fond aus elektrisch verstellt werden. Zum ersten Mal ist die lange E-Klasse mit zwei unterschiedlichen Fronten zu haben: Der Sedan erhält den klassischen, dreidimensionalen Limousinen-Kühlergrill in Drei-Lamellenoptik mit Mercedes Stern auf der Motorhaube. Der Sport Sedan trägt dagegen die sportliche Front mit Zentralstern und bietet damit ein eigenständiges, dynamisch betontes Gesicht.
Wesentlicher Treiber für nachhaltiges Wachstum in China
"Seit ihrer Einführung 2010 war die Langversion der E-Klasse immer eines der wichtigsten Modelle für Mercedes-Benz in China. Mit über 40.000 ausgelieferten Fahrzeugen in 2012, haben sich im vergangenen Jahr so viele chinesische Kunden wie noch nie für dieses Modell entschieden", erklärt Nicholas Speeks, CEO der Vertriebsgesellschaft in China, Beijing Mercedes-Benz Sales Service Co., Ltd. (BMBS). "Die Langversion wurde für die Anforderungen unserer chinesischen Kunden maßgeschneidert. Wir sind überzeugt, dass die neue E-Klasse ein wesentlicher Treiber für nachhaltiges Wachstum in China sein wird."
Nichts repräsentiert unser langfristig ausgelegtes China-Engagement besser als die lokale Fahrzeugproduktion", bestätigt Frank Deiss, CEO von BBAC. "Das Werk in Peking wird zu einem der wichtigsten Produktionsstandorte für Daimler werden und dabei die hohen weltweiten Qualitätsstandards von Mercedes-Benz durch Produkte wie unsere brandneue Langversion der E-Klasse unter Beweis stellen."
Die E-Klasse in der Langversion war - gefolgt von der aktuellen C- und GLK-Klasse - das erste Modell, das Mercedes-Benz in seinem chinesischen Joint-Venture BBAC lokal produziert hat. Dieses hochmoderne Werk arbeitet mit den neuesten Technologien und ist mit modernsten Anlagen ausgestattet, wie etwa der ersten automatischen Füllanlage in einem Mercedes-Benz Werk, mit der Brems- und andere Flüssigkeiten noch sicherer und effizienter in die Fahrzeuge gelangen.
Die lokale Produktion bei BBAC wird kontinuierlich ausgeweitet: Zwei Milliarden Euro fließen unter anderem in die Erhöhung der Kapazitäten für bestehende Baureihen ebenso wie in die künftige Lokalisierung des GLA, des kommenden kompakten SUV von Mercedes-Benz, sowie den Aufbau eines Motorenwerks, das im Mai diesen Jahres als erstes Mercedes-Benz Motorenwerk den Betrieb aufgenommen hat.
Der kompromisslose Qualitätsanspruch der Marken wird weltweit durch die konsequente Anwendung des Mercedes-Benz Produktionssystems (MPS) und das weltweite Qualitätsmanagement System sichergestellt. Diese weltweit anerkannten Qualitätsstandards von Mercedes-Benz sind in jeden Schritt des Produktionsprozesses bei BBAC integriert und erstrecken sich über die gesamte Lieferantenkette. Zusammen mit den umfassenden praktischen und theoretischen Schulungen der Mitarbeiter sowohl in China als auch in Deutschland wird damit sichergestellt, dass die lokal produzierten Fahrzeuge dem Leitspruch von Mercedes-Benz "Das Beste oder nichts" gerecht werden.
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 DA). 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/>

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.