

Mercedes-Benz erzielt Rekordabsatz

Mercedes-Benz hat im vergangenen Jahr so viele Autos verkauft wie nie zuvor. Die Marke setzte 1 650 010 Fahrzeuge (+12,9 %) und erreichte damit das vierte Rekordjahr in Folge. Im Dezember stiegen die Verkäufe um 17,2 Prozent auf 163 171 Einheiten (+17,2%). Das vergangene Jahr endete für das Stuttgarter Unternehmen auch mit dem absatzstärksten Monat und dem besten Quartal (454 854 Einheiten) der Unternehmensgeschichte. Die S-Klasse war auch 2014 wieder die meistverkaufte Luxuslimousine der Welt. Der Absatz stieg im vergangenen Jahr um 82,2 Prozent auf 103 737 Stück.

In Gesamteuropa konnte der Absatz 2014 um 9,4 Prozent gesteigert werden und lag damit deutlich über dem allgemeinen Marktwachstum. Im Dezember wurden 66 777 Fahrzeuge (+21,5 %) an Kunden übergeben. In Deutschland behauptete Mercedes-Benz seine Marktführerschaft unter den Premiumherstellern. Die Verkäufe stiegen im Dezember um 13,6 Prozent. In Großbritannien, dem zweitgrößten europäischen Markt des Unternehmens, wurde 2014 erneut ein Verkaufsbesterwert erzielt. Insgesamt 123 480 Fahrzeuge (+14,6 %) gingen dort in Kundenhand. 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 Prozent.

In der amerikanischen Freihandelszone NAFTA-Region verkaufte Mercedes-Benz im vergangenen Jahr 373 291 Autos (+5,8 %), davon 330 391 Stück (+5,7 %) in den USA (+5,7%). Damit behaupteten die USA ihre Position als größter Absatzmarkt der Marke.

China löste 2014 erstmals Deutschland als zweitgrößten Markt ab. Mit 281 588 verkauften Fahrzeugen (+19,1 %) wurden im Reich der Mitte mehr Einheiten abgesetzt als je zuvor. Auch in Japan und Australien gab es Verkaufsbesterwerte zu verzeichnen. Insgesamt wuchs der Absatz in der Region Asien/Pazifik um 25,7 Prozent auf 491 321 Einheiten.

Mercedes-AMG erzielte mit 47 632 abgesetzten Fahrzeugen ebenfalls einen Rekord. Der Einstieg in die Kompaktklasse und die Ausweitung des Modellangebots brachten der

Sport- und Performancemarke neue Kundengruppen. 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.

Im Jahr des Modellwechsels wurden 89 844 Smart verkauft (i.V.: 100 792 Stück). Besonders erfolgreich war der Kleinstwagen in den USA, wo der Absatz des Vorjahres um 12,8 Prozent übertroffen wurde. Seit Ende November sind der neue Fortwo und der Viersitzer Forfour bei den Händlern erhältlich. Im ersten Monat nach Markteinführung stieg der Absatz der Marke um 17,5 Prozent. (ampnet/jri)

Bilder zum Artikel



Mercedes-Benz: Die Marke mit dem Stern.
