
Mercedes-Benz Cars legt 2017 erneut Rekordzahlen vor

2017 war das erfolgreichste Jahr der Unternehmensgeschichte von Mercedes-Benz: Mit 2 289 344 Fahrzeugen wuchs der Absatz der Marke weltweit um 9,9 Prozent. Das Wachstum wurde im vergangenen Jahr besonders durch die E-Klasse Limousine, das T-Modell und die SUV getrieben. Mit den Erfolgen in den drei Kernregionen Europa, Asien-Pazifik und NAFTA ist Mercedes-Benz das zweite Jahr in Folge absatzstärkste Premiummarke der Branche und wuchs wieder stärker als die anderen deutschen Premium-Automobilmarken. Nur der Stadtfliker Smart konnte das Tempo der Kernmarken-Modelle nicht mithalten.

Dieter Zetsche, Vorstandsvorsitzender der Daimler AG und Leiter Mercedes-Benz Cars, freut sich über mehr als 2,4 Millionen ausgelieferte Mercedes-Benz und Smart. „Darauf können wir stolz sein – und darauf bauen wir auf. Der Erfolg in unserem Kerngeschäft ist die Basis, die Mobilität der Zukunft aktiv zu gestalten. In 2018 gehen wir diesen Weg mit CASE konsequent weiter.“ Unter dem Begriff Case werden in der Unternehmensstrategie die vier Zukunftsthemen der Automobilbranche: Connected, Autonomous, Shared & Services und Electric zusammenfasst. Zetsche sieht die perfekte Vernetzung dieser vier Felder als einen entscheidenden Erfolgsfaktor.

Mercedes-Benz hat sein absatzstärkstes Jahr mit dem besten vierten Quartal in der Unternehmensgeschichte abgeschlossen (572 044 Einheiten, +4,8 Prozent). Auch im Dezember wurde ein neuer Bestwert erreicht (193 534 Einheiten, +1,7 Prozent). Im Jahr 2017 konnte sich Mercedes-Benz in vielen Märkten als zulassungsstärkste Premiummarke behaupten und sicherte sich unter anderem in Deutschland, Großbritannien, Frankreich, Türkei, der Schweiz, Polen, Portugal, Dänemark, Tschechische Republik, Finnland, Griechenland, Südkorea, Japan, Australien, Taiwan, Indien, USA, Kanada, Mexiko und Brasilien die Marktführerschaft.

Die Nachfrage in der Region Europa stieg im vergangenen Jahr auf einen neuen Höchstwert: 955 301 Pkw wurden an Kunden ausgeliefert (+6,4 Prozent). Den größten Zuwachs konnten hier die E-Klasse Limousine und das T-Modell sowie die SUVs verbuchen. Im Heimatmarkt Deutschland wurden in den vergangenen zwölf Monaten über 300 000 Pkw mit dem Stern verkauft (+3,5 Prozent). Neue Absatzrekorde gab es in Großbritannien (+6,4 Prozent), Frankreich (+9,7 Prozent), Spanien (+11,9 Prozent), Belgien (+15,1 Prozent), der Schweiz (+7,7 Prozent), Schweden (+15,4 Prozent), Polen (+42,4 Prozent), Österreich (+15,2 Prozent) und Portugal (+6,2 Prozent).

In der Absatzregion Asien-Pazifik wurden 2017 mit 875 250 verkauften Mercedes-Benz mehr Fahrzeuge als je zuvor in einem Jahr an Kunden ausgeliefert (+19,2 Prozent). China war erneut weltweit größter Absatzmarkt des Unternehmens. Im Reich der Mitte wurden im vergangenen Jahr 587 868 Fahrzeuge mit dem Stern an Kunden übergeben. Die Steigerung von 25,9 Prozent hat Mercedes-Benz in China zu einem neuen Bestwert verholfen. In den Märkten Südkorea (+20,0 Prozent), Japan (+0,4 Prozent), Australien (+2,8 Prozent), Taiwan (+8,1 Prozent), Indien (+15,9 Prozent), Thailand (+22,7 Prozent) und Malaysia (+2,3 Prozent) hat Mercedes-Benz mehr Fahrzeuge ausgeliefert als jemals zuvor.

In der NAFTA-Region wurden von Januar bis Dezember 400 320 Fahrzeuge an Mercedes-Benz-Kunden übergeben. Das bisher absatzstärkste Vorjahr wurde nochmals um 1,3 Prozent übertroffen. Damit war Mercedes-Benz 2017 in der NAFTA-Region die meistverkaufte Premiummarke. In Kanada (+12,2 Prozent) und Mexiko (+21,9 Prozent) war das Wachstum besonders stark. 2017 lief es in den USA nicht ganz so gut. Dort

wurden knapp 340 000 Fahrzeuge verkauft und damit das Absatzniveau aus dem Vorjahr nur knapp verfehlt (-0,9 Prozent). Der Rückgang ist vor allem auf die geringere Nachfrage im US-Markt nach Limousinen zurückzuführen.

2017 war mehr als jedes vierte verkaufte Fahrzeug bei Mercedes-Benz ein Kompaktwagen. Im Jahr vor dem großen Modellwechsel der A-Klasse konnten über 620 000 Kunden weltweit ihre neue A- oder B-Klasse, ihren CLA, CLA Shooting Brake oder GLA in Empfang nehmen. Die beiden größten Märkte für die Kompakten waren China und Deutschland. Die Produktion der neuen Generation läuft im Jahr 2018 in fünf Werken auf drei Kontinenten an.

Die C-Klasse Limousine und das T-Modell waren auch im vierten Verkaufsjahr der aktuellen Generation das Volumenmodell von Mercedes-Benz. Über 415 000 Einheiten wurden im vergangenen Jahr verkauft. Rund ein Viertel davon waren Langversionen der C-Klasse Limousine, die ausschließlich in China gebaut und verkauft werden.

Von der E-Klasse Limousine und dem T-Modell wurden von Januar bis Dezember über 350 000 Fahrzeuge an Kunden ausgeliefert. Im ersten vollen Verkaufsjahr der neuen Generation ist somit eine Steigerung von 40 Prozent erzielt worden. In China, wo größtenteils die Langversion verkauft wird, hat sich der Absatz der E-Klasse Limousine im vergangenen Jahr mehr als verdoppelt. Die Langversion wird seit 2017 auch erstmals außerhalb von China, nämlich in Indien, angeboten.

Die neue S-Klasse Limousine ist Mitte 2017 eingeführt worden. Im vierten Quartal konnte der Absatz zweistellig gesteigert werden. Im Jahr des Modellwechsels lagen die Verkäufe der S-Klasse Limousine 2017 bei rund 70 000 Einheiten. Erfolgreich ist die Mercedes-Maybach S-Klasse Limousine. Seit ihrer Markteinführung Anfang 2015 wurden über 25 000 Einheiten ausgeliefert, mehr als zwei Drittel an Kunden in China.

Mit über 805 000 verkauften Einheiten und einem Wachstum von 14,0 Prozent haben die SUVs maßgeblich zum Absatzerfolg beigetragen. Inzwischen entfällt mehr als ein Drittel der Verkäufe von Mercedes-Benz auf dieses Segment. Dieser neue Absatzrekord ist vor allem auf den starken Zuwachs in China, Deutschland, Frankreich, USA und Großbritannien zurückzuführen. Die absatzstärksten SUVs waren von Januar bis Dezember der GLC sowie der GLA.

Die zwölf Dream Cars (Coupés, Roadster und Cabriolets) konnten 2017 mit fast 170 000 Einheiten den Vorjahresabsatz um 22,4 Prozent übertreffen. Besonders viele Kunden wählten das C-Klasse Cabriolet oder das C-Klasse Coupé. Das neue Cabriolet und das neue Coupé der E-Klasse sind bereits bei den Händlern. 2018 folgt die Markteinführung dieser Derivate der S-Klasse. Das neue CLS Coupé hatte vor kurzem seine Weltpremiere auf der Messe in Los Angeles.

Die V-Klasse hat 2017 mit mehr als 58 000 Einheiten einen neuen Verkaufsbestwert aufgestellt. Von Januar bis Dezember konnte der Absatz um 25,7 Prozent gesteigert werden. Der Achtsitzer war besonders bei Kunden in Deutschland gefragt, während in China der größte Zuwachs verbucht werden konnte.

Die X-Klasse ist im vergangenen November in den ersten Märkten angelaufen. Sie ist das neueste Modell im Angebot von Mercedes-Benz. Vom ersten Pickup der Marke wurden bereits mehr als 1900 Fahrzeuge ausgeliefert, bisher ausschließlich an Kunden in Europa. Anfang 2018 wird Mercedes-Benz mit dem Pickup in Südafrika und Australien und im Jahr 2019 in Argentinien und Brasilien in den Markt eintreten.

Zum 50-jährigen Bestehen von AMG hat die Performance- und Sportwagen-Marke von Mercedes-Benz erstmals in ihrer Unternehmensgeschichte einen sechsstelligen Absatz

erzielt. Insgesamt gingen im vergangenen Jahr 131 970 Fahrzeuge in Kundenhand über, ein Plus von 33 Prozent. Vor allem für die Einsteiger-Modelle begeistern sich viele Kunden weltweit. Ein besonderes Highlight war die Markteinführung des Mercedes-AMG GT R, mit dem AMG das Produktportfolio am oberen Ende des Angebots erweitert hat. In den drei Kernregionen Europa, Asien-Pazifik und der NAFTA-Region erzielte das Unternehmen aus Affalterbach den höchsten Jahresabsatz seiner Geschichte. In den Hauptabsatzmärkten USA, Deutschland und Kanada verbuchte AMG ein besonders starkes zweistelliges Wachstum von jeweils über 40 Prozent.

2017 war das zweitbeste Jahr für den Stadtfliker Smart in der vergangenen Dekade: Weltweit konnten über 135 000 Kunden ihren neuen Smart Fortwo oder Smart forfour in Empfang nehmen (-6,5 Prozent). Ein neuer Absatzrekord konnte in China erreicht werden, wo von Januar bis Dezember 23 097 Einheiten und damit mehr Stadtfliker als je zuvor ausgeliefert wurden (+9,8 Prozent).

Im vergangenen Jahr hat Smart die Produktpalette elektrifiziert und hat damit nun drei vollelektrische Fahrzeuge im Angebot. Dies gibt der Entscheidung, die Marke Smart bis 2020 in Europa und Nordamerika komplett auf elektrische Antriebe umzustellen, Rückenwind. Der Rest der Welt folgt kurz darauf.

Dank des starken Kerngeschäfts kann Mercedes-Benz in die Mobilität der Zukunft investieren. Das mittelfristige Ziel ist dabei, nachhaltige und umweltfreundliche Mobilität zu ermöglichen. 2018 werden neue Generationen von Diesel- und Benzin-Motoren in das bestehende Portfolio ausgerollt. Parallel treibt die Pkw-Sparte die Elektrifizierung des Antriebsstrangs voran. Vor allem das 48-Volt-Bordnetz und die nächste Generation Plug-in-Hybride spielen hierbei eine zentrale Rolle.

In diesem Jahr wird das Serienmodell des EQC der Öffentlichkeit präsentiert. Der erste reine Elektro-SUV der Produkt- und Technologiemarke EQ kommt 2019 auf den Markt. Im vergangenen Jahr wurden bereits entscheidende Weichen für die Produktion von Elektro-Pkw gestellt. Künftig laufen die EQ-Fahrzeuge in den bestehenden Werken auf einer Linie mit konventionellen Modellen vom Band. Darüber hinaus baut die Daimler AG ein Netzwerk für die Batterieproduktion mit fünf Fabriken auf drei Kontinenten auf.

Mercedes-Benz nutzt die Marke unterschiedliche Formate, um die Kunden in ihren jeweiligen Lebenswelten anzusprechen. Die digitale Marke „Mercedes me“ ermöglicht den Kunden, jederzeit und überall mit Mercedes-Benz in Kontakt zu treten – per App, Website oder direkt im Auto. Auf dieser Online-Plattform werden alle bestehenden und künftigen Dienstleistungs- und Mobilitätsangebote rund um das Fahrzeug und darüber hinaus mit Car2go und My Taxi gebündelt. Diesen personalisierten Zugang nutzen bereits weit über eine Million Kunden in 36 Märkten. (ampnet/Sm)

Bilder zum Artikel



Mercedes-Benz CLS Coupé Edition 1.

Foto: Auto-Medienportal.Net/Daimler
