

## Mercedes-Benz will noch ein Rekordjahr

**„Das Jahr 2013 hat uns ein entscheidendes Stück bei unserer Wachstumsstrategie nach vorne gebracht“, bilanziert Ola Källenius, seit 1. Oktober 2013 Vertriebschef von Mercedes-Benz Cars, das Ende des ersten Jahres in seiner neuen Rolle. Mit über 1,4 Millionen abgesetzten Fahrzeugen strebt der Stuttgarter Hersteller 2013 nicht nur einen neuen Verkaufsbestwert an. Das dritte Jahr in Folge übertrifft Mercedes-Benz mit einer Jahresproduktion von mehr als 1,49 Millionen Fahrzeugen auch den Wert des Vorjahrs.**

„Unsere Modelloffensive ist in vollem Gange“, sagt Ola Källenius. „Mit der Vertriebs- und Marketinginitiative ‚Best Customer Experience‘ gehen wir noch individueller auf unsere Kunden zu. Parallel dazu optimieren wir unsere internen Vertriebsstrukturen:“ Källenius sieht den Bereich „bestens gerüstet, 2014 zu einem weiteren Rekordjahr zu machen“.

Im April 2013 hatte Mercedes-Benz die neue E-Klasse und das kompakte Coupé CLA eingeführt. Der CLA ist das dritte Fahrzeug der Kompaktwagenfamilie und das erste, das Mercedes-Benz seit September auch in den USA anbietet. Dort ist das Coupé in kürzester Zeit zum Topseller aufgestiegen: Innerhalb von vier Monaten gingen über 12 000 Fahrzeuge in Kundenhand über.

Auch die neue S-Klasse war bereits wenige Wochen nach Markteinführung im Sommer 2013 so gefragt, dass sie inzwischen die meistverkaufte Luxuslimousine der Welt ist. Möglich war dies nur, weil die Produktion im Werk Sindelfingen in Rekordzeit hochgefahren werden konnte. Im Zwei-Schicht-Betrieb fährt die Produktion auf Kammlinie und fertigt rund 460 Fahrzeuge täglich. Das sind mehr Einheiten als je zuvor von einer S-Klasse an einem Tag produziert wurden.

2013 wurde nicht nur im Werk Sindelfingen die Produktionskapazitäten ausgebaut. Dort investierte das Unternehmen im zu Ende gehenden Jahr rund eine Milliarde Euro. Im Werk Rastatt wurden für die Ausrichtung auf die neuen Kompakten 1,2 Millionen Euro investiert. Ins Werk Bremen fließen bis 2014 über eine Milliarde Euro, maßgeblich für

Vorbereitungen auf die Rolle des Werks als Kompetenzzentrum für die neue C-Klasse.

Um noch markt- und kundennäher zu produzieren, fiel 2013 auch die Entscheidung, mehr als 300 Millionen Euro in zusätzliche Powertrain-Kapazitäten bei der rumänischen Tochtergesellschaft Star Transmission zu investieren. In China sind gemeinsam mit dem chinesischen Partner BAIC Investitionen in Höhe von rund 4 Milliarden Euro für die Erweiterung der lokalen Fertigung sowie ein neues Motorenwerk über mehrere Jahre geplant. Für ein Werk in der Nähe von São Paulo in Brasilien ist ein Investitionsvolumen von rund 170 Millionen Euro vorgesehen. Im Oktober gab der Stuttgarter Automobilhersteller bekannt, dort die nächste Generation der C-Klasse und den neuen GLA vom Band laufen zu lassen.

Seit Marktstart des Smart Fortwo verkaufte sich der kompakte Zweisitzer über 1,5 Millionen Mal. Die Elektrovariante des Smart avancierte in Deutschland mit einem Marktanteil von rund 40 Prozent zum Marktführer unter den batterieelektrischen Fahrzeugen. Beim Mobilitätsdienst Car2go sind weltweit rund 1200 Smart Fortwo Electric Drive im Dauereinsatz. Seit November ist der Elektro-Smart auch in China und damit in insgesamt 14 Märkten verfügbar. Sogar Papst Franziskus fährt seit diesem Sommer elektrisch. Bei einem Besuch im Juli überreichte Dr. Dieter Zetsche, Vorstandsvorsitzender der Daimler AG und Leiter Mercedes-Benz Cars, dem katholischen Kirchenoberhaupt ein Smart Ebike.

2013 war auch für das Pkw-Geschäft in China ein entscheidendes Jahr. Seit im März die neue Vertriebsgesellschaft Beijing Mercedes-Benz Sales Service Co. Ltd.(BMBS) gestartet ist, wächst die Marke in China offenbar nachhaltig. Mit der Markteinführung der A-Klasse im Frühjahr sowie den Premierieren der E-Klasse Langversion und der neuen S-Klasse im Herbst starteten drei wichtige Baureihen auf dem dortigen Markt.

Für die eigens auf die Bedürfnisse chinesischer Kunden abgestimmte S-Klasse ist das asiatische Land der größte Markt. Mehr als die Hälfte aller S-Klasse Limousinen werden dort verkauft. Auch für die E-Klasse ist China einer der Top-Märkte. Seit kurzem ist die Oberklasselimousine dort auch als Hybridmodell aus lokaler Produktion erhältlich: Der E400 ist der erste lokal produzierte Hybrid-Pkw eines deutschen Premiumherstellers.

Mercedes-Benz baut in China zudem sein Händlernetz kräftig aus. In diesem Jahr eröffnet das Unternehmen 75 neue Betriebe, davon 36 in Städten, in denen die Marke bislang nicht präsent war. Auch das Smart-Händlernetz wächst: Bis zum Jahresende wird es rund 100 Vertriebsstützpunkte in 70 chinesischen Städten geben.

Seine Produktoffensive ergänzte das Unternehmen im Sommer durch die Vertriebs- und Marketinginitiative ‚Mercedes-Benz 2020 - Best Customer Experience‘. Mit ihr richtet Mercedes-Benz seine Vertriebsorganisation gezielter auf sich verändernde Kundenwünsche aus. So setzen die Stuttgarter verstärkt auf Präsenz in den Innenstädten, um mit Kunden und Interessenten direkt in Kontakt zu treten. Die jüngsten City Stores eröffnete die Marke mit dem Stern 2011 in Tokio, 2012 in Mailand und 2013 in Osaka. Bis 2020 soll sich die Anzahl der innerstädtischen Markenauftritte weltweit auf mehr als 40 verdoppeln.

Temporäre Vertriebsformate bieten zusätzliche Kundenkontaktpunkte: In Warschau zog über die Sommermonate ein Mercedes-Benz Pavillon über 20 000 Besucher an. 600 Mal wurden dort Mercedes-Benz Fahrzeuge zur Probe gefahren. Der Pavillon stellte auch den Rahmen für über 80 Veranstaltungen, die auch auf Facebook zu verfolgen waren. Für viele Besucher war es der erste Kontakt mit der Premiummarke überhaupt.

Integraler Bestandteil der neuen Vertriebs- und Marketinginitiative ist auch der Online-Vertrieb von Fahrzeugen. Seit Anfang Dezember bietet Mercedes-Benz als erster Premiumhersteller Neuwagen über das Internet an. Innerhalb von vier Wochen besuchten über 60 000 Interessierte die Online-Plattform. Die ersten Bestellungen sind bereits auf diesem Weg eingegangen. Der digitale Verkaufskanal dient als Ergänzung zum klassischen Handel. (ampnet/Sm)

## Bilder zum Artikel

---



Dieter Zetsche mit Papst Franziskus.

---



Ola Källenius.

---



Ola Källenius.

---



Ola Källenius.

---