



Mercedes-Benz

Informacja prasowa

24 stycznia 2022 r.

Mercedes-Benz z rekordową sprzedażą samochodów zelektryfikowanych i luksusowych w Polsce w 2021 r.

W 2021 r. Mercedes-Benz dostarczył polskim klientom 20 025 nowych samochodów z gwiazdą. Tym samym uplasował się na siódmym miejscu wśród najchętniej wybieranych marek nowych samochodów w kraju, z 4,48-procentowym udziałem w rynku. Producent ze Stuttgartu zrealizował swoje ambitne cele: w segmencie modeli zelektryfikowanych jest liderem w tym zakresie wśród marek premium i bije rekordy sprzedaży najwyższej pozycjonowanych modeli. W 2021 r. nowe Mercedesy z napędami alternatywnymi (całkowicie elektryczne oraz hybrydy typu Plug-in) stanowiły aż 10,4% całkowitej sprzedaży marki w Polsce, z kolei sportowe maszyny AMG, to już co dziewiąty Mercedes sprzedawany w Polsce. W ujęciu globalnym Polska okazała się w 2021 r. czternastym co do wielkości rynkiem zbytu nowych Mercedesów na świecie awansując w ciągu roku o jedną pozycję.

Mercedes-Benz zamknął 2021 rok na polskim rynku z wynikiem 20 025 rejestracji nowych samochodów osobowych, czyli niemal identycznym jak ten uzyskany przed rokiem (20 210). To rezultat zgodny z lokalnymi prognozami i planami sprzedażowymi. Mimo wysokiego popytu, który dodatkowo napędzają liczne nowości, na dostarczenie większej liczby aut producentowi spod znaku trójamiennej gwiazdy nie pozwoliły bowiem globalne trudności związane z dostępnością półprzewodników.

W tych wymagających warunkach Mercedes-Benz konsekwentnie realizuje jednak swoje cele zapisane w strategii Ambition 2039: prowadzi transformację w kierunku neutralności w zakresie CO₂, poszerzając portfolio całkowicie elektrycznych modeli Mercedes-EQ oraz modeli z napędem hybrydowym Plug-in oraz jednocześnie chce oferować najbardziej pożądane samochody luksusowe na świecie, ze szczególnym uwzględnieniem pojazdów submarek Mercedes-AMG, Mercedes-Maybach oraz Klasy G.

Ofensywa elektrycznych Mercedesów-EQ

W obu obszarach (BEV oraz PHEV) Mercedes-Benz uzyskał na polskim rynku imponujące wzrosty i pobił rekordy sprzedaży. W 2021 r. klienci w Polsce odebrali łącznie 2192 nowe Mercedesy z napędami zelektryfikowanymi (xEV) (1683 hybrydy plug-in PHEV oraz 509 samochodów w 100% elektrycznych BEV). W ujęciu całego rynku xEV daje to aż 13% udziału rynkowego i zapewnia pozycję lidera wśród producentów zelektryfikowanych aut premium.

W statystykach sprzedaży w pełni elektrycznych Mercedesów-EQ najbardziej popularne wśród polskich klientów były SUV klasy średniej EQC, wybrany przez 225 nabywców oraz model EQA (197 egz.) W ostatnim

Mercedes-Benz AG, 70546 Stuttgart, Niemcy

Telefon: +49 711 17 - 0, faks: +49 711 17 - 22244, dialog.mb@daimler.com, www.mercedes-benz.com

Siedziba i Sąd Rejestrowy: Stuttgart; rejestr handlowy nr 762873

Przewodniczący Rady Nadzorczej: Manfred Bischoff

Zarząd: Ola Källenius (Prezes), Jörg Burzer, Renata Jungo Brüngger, Sajjad Khan, Sabine Kohleisen, Markus Schäfer, Britta Seeger, Harald Wilhelm

Więcej informacji na temat oficjalnego zużycia paliwa i oficjalnych wartości emisji CO₂ nowych samochodów osobowych można znaleźć w „Przewodniku po zużyciu paliwa, emisjach CO₂ i zużyciu energii elektrycznej” dla nowych samochodów osobowych, bezpłatnie dostępnym we wszystkich punktach sprzedaży

i od Deutsche Automobil Treuhand GmbH, pod adresem www.dat.de.



oraz Mercedes-Benz są zastrzeżonymi znakami towarowymi Daimler AG (Stuttgart, Niemcy).

kwartale 2021 r zadebiutowała luksusowa limuzyna EQS, a portfolio modeli w pełni elektrycznych osiągnęło już 6 modeli.

Najwyżej pozycjonowane modele na czele sprzedaży

Równocześnie w 2021 r. Mercedes-Benz umacniał się w najbardziej ekskluzywnych segmentach polskiego rynku motoryzacyjnego. Rekordowy rok ma za sobą Mercedes-AMG – roczna sprzedaż sportowych maszyn po raz pierwszy przekroczyła ponad 2000 sztuk. Oznacza to, że co dziewiąty nowy Mercedes rejestrowany w Polsce to właśnie model AMG.

Ze znakomitą przyjęciem spotkała się nowa Klasa S, która zakwalifikowała się do grona dziesięciu najchętniej wybieranych modeli z gwiazdą w naszym kraju. Co ciekawe, Polska jest ósmym co do wielkości rynkiem zbytu flagowej limuzyny Mercedes-Benz na świecie i drugim w Europie. Niedawno jej oferta wzbogaciła się m.in. o hybrydę plug-in z oznaczeniem S 580 e oraz dodatkowe możliwości personalizacji w programie indywidualizacji Manufaktur.

Świetne wyniki SUV-ów

W ujęciu modelowym najlepiej sprzedającym się Mercedesem w 2021 r. w Polsce był SUV klasy wyższej GLE, który znalazł 3181 nabywców i osiągnął blisko 16-procentowy udział w sprzedaży marki. W rezultacie pod względem popularności modelu GLE polski rynek był szósty na świecie, a jeśli chodzi o dostawy GLE Coupe – drugi w Europie. Nadwozie typu SUV to także najczęściej wybierana przez Polaków sylwetka z gamy sprzedażowej Mercedes-Benz – w 2021 roku stanowiły 50% sprzedaży marki w Polsce.

Kolejne lokaty zajęły bestsellerowy SUV klasy średniej GLC (3037 egz., udział 15,2%) oraz odnowiona Klasa E (2256 egz., udział 11,8%). Niezmiennie wysoką popularnością cieszyły się kompaktowe Mercedesy: Klasa A i model CLA które zajęły kolejne lokaty.

Kontakt dla mediów:

Tomasz Mucha, tel. +48 22 312 72 22, e-mail: tomasz.mucha@daimler.com

Mercedes-Benz AG w skrócie

Mercedes-Benz AG odpowiada za globalną działalność biznesową Mercedes-Benz Cars i Mercedes-Benz Vans, zatrudniając na całym świecie ponad 170 000 pracowników. Prezesem Zarządu Mercedes-Benz AG jest Ola Källenius. Firma koncentruje się na rozwoju, produkcji i sprzedaży samochodów osobowych i dostawczych oraz związanych z pojazdami usług. Ponadto, dzięki swoim pionierskim innowacjom, aspiruje do miana lidera w dziedzinie łączności, zautomatyzowanej jazdy oraz alternatywnych układów napędowych. Gama produktów obejmuje markę Mercedes-Benz wraz z submarkami Mercedes-AMG, Mercedes-Maybach, Mercedes-EQ, Klasą G oraz markę smart. Mercedes-Benz AG jest jednym z największych producentów osobowych aut premium. W 2020 r. sprzedał blisko 2,1 miliona samochodów osobowych i ponad 375 tysięcy pojazdów dostawczych. W swoich dwóch segmentach biznesowych stale rozwija światową sieć produkcyjną, liczącą około 35 zakładów na czterech kontynentach, a jednocześnie przygotowuje się do spełnienia wymogów w zakresie elektromobilności. W tym samym czasie, na trzech kontynentach, firma buduje globalną sieć produkcji akumulatorów. Decydującą rolę w obu segmentach odgrywa zrównoważony rozwój. Dla Mercedes-Benz AG oznacza to generowanie wartości trwałej dla wszystkich interesariuszy: klientów, pracowników, inwestorów, partnerów biznesowych oraz całego społeczeństwa. Podstawę stanowi tu zrównoważona strategia biznesowa Daimlera, w ramach której firma bierze odpowiedzialność za ekonomiczne, ekologiczne i społeczne skutki swojej działalności biznesowej z uwzględnieniem całego łańcucha wartości.