



Mercedes-Benz

Informacja prasowa

18 stycznia 2022 r.

## Sprzedaż Mercedes-Benz w Polsce w 2022 roku: dynamiczne wzrosty w strategicznych segmentach

Mercedes-Benz chce dostarczać najbardziej pożądane samochody świata, koncentrując się na rozwoju luksusowych linii modelowych i submarek, a jednocześnie intensyfikując swoją transformację w kierunku przejścia na napędy całkowicie elektryczne. Na polskim rynku w 2022 roku producent luksusowych samochodów z sukcesami realizował swoją strategię i zanotował dynamiczne wzrosty w kluczowych dla siebie segmentach. Od stycznia do grudnia ub.r. zarejestrowano w Polsce blisko 20,6 tys. nowych osobowych Mercedesów – to o 5% więcej niż rok wcześniej.

Submarki Mercedes-AMG, Mercedes-Maybach, Klasa G oraz Klasa S osiągnęły 17-procentowy udział w sprzedaży Mercedes-Benz, w czym między innymi zasługa wysokiego popytu na Klasę S, stanowiącej trzecią najwyższą sprzedaż w Europie. Imponujący wynik uzyskały również zelektryfikowane modele z gwiazdą: wynik 2374 aut elektrycznych i hybryd plug-in plasuje Mercedes-Benz na pierwszym miejscu w tej kategorii wśród wszystkich marek samochodów osobowych w Polsce.

W 2022 r. Mercedes-Benz konsekwentnie wzmacniał swoją pozycję na polskim rynku jako marki samochodów luksusowych i o wysokich osiągnięciach oraz wiodącego producenta aut zelektryfikowanych. Łącznie od stycznia do grudnia w naszym kraju zarejestrowano blisko 20,6 tys. nowych osobowych Mercedesów (wynik obejmuje Klasę V, nie uwzględnia natomiast osobowych wersji dostawczych modeli Mercedes-Benz Vans). To o 5% więcej niż w 2021 r. – przy czym cały rynek marek premium wzrósł o 2,4%.

*– 2022 rok przyniósł wzmocnienie pozycji Mercedes-Benz w Polsce: w strategicznych dla marki segmentach submarek luksusowych oraz niezwykle ważnych pojazdów bateryjnych. Pomimo utrzymujących się ograniczeń w dostępności aut wynikłej ze złożonej sytuacji na rynku półprzewodników i przerwanych łańcuchów udało nam się zakończyć rok 2022 z 5% wzrostem. Wyniki Mercedes-Benz w Polsce to nie tylko zwiększenie sumarycznej sprzedaży – wzrosliśmy w ważnych i symbolicznych dla nas odmianach modelowych – tu znamienny jest choćby przykład ponad 17% wzrostu sprzedaży Klasy S czy bardzo dobry rok dla naszej gamy elektrycznej. Z końcem 2022 roku dysponujemy już pełnym pokryciem pojazdami typu BEV w głównych segmentach samochodów osobowych, w których obecna jest nasza marka a to nie koniec propozycji modelowych w gamie pojazdów bateryjnych od Mercedesa – powiedział Marcin Kwoka, dyrektor zarządzający Mercedes-Benz Polska samochody osobowe.*

Mercedes-Benz Group AG | 70546 Stuttgart | telefon +49 7 11 17-0 | faks +49 7 11 17-222 44 | [dialog@mercedes-benz.com](mailto:dialog@mercedes-benz.com) | [group.mercedes-benz.com](http://group.mercedes-benz.com)

Mercedes-Benz Group AG, Stuttgart | Siedziba i Sąd Rejestrowy: Stuttgart, nr w Rej. Handl.: 19360

Prezes Rady Nadzorczej: Bernd Pischetsrieder

Zarząd: Ola Källenius, Prezes; Jörg Burzer, Renata Jungo Brüngger, Sabine Kohleisen, Markus Schäfer, Britta Seeger, Hubertus Troska, Harald Wilhelm

Więcej informacji na temat oficjalnego zużycia paliwa i oficjalnych wartości emisji CO<sub>2</sub> nowych samochodów osobowych można znaleźć w „Przewodniku po zużyciu paliwa, emisjach CO<sub>2</sub> 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](http://www.dat.de).



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

Zeszlatoroczny poziom rejestracji nowych samochodów zapewnił Mercedes-Benz siódmą pozycję w rankingu najchętniej wybieranych marek nowych aut w naszym kraju i zaowocował 5-procentowym udziałem w rynku (wzrost o 0,5 punktu procentowego). Polska, podobnie jak przed rokiem, okazała się trzynastym największym rynkiem Mercedesa na świecie.

Najchętniej wybieranym modelem z gwiazdą w 2022 r. był GLC, który mimo zmiany generacyjnej znalazł 3 748 nabywców. Drugie miejsce w rankingu popularności zajął GLE 2 990, a na trzeciej pozycji uplasowała się Klasa C 2 187 (dane sprzedażowe dla wszystkich wersji nadwoziowych danej linii modelowej).

W szczególności Mercedes-Benz wzmocnił swoją pozycję w segmentach z grupy submarek luksusowych (Mercedes-AMG, Mercedes-Maybach, Klasa G oraz Klasa S). W ubiegłym roku przypadało na nie 3 472 rejestracje, co stanowi 17% udziału w łącznej sprzedaży, i to pomimo ograniczonej dostępności z powodu trudności na rynku półprzewodników oraz w łańcuchu dostaw. Na uwagę zasługuje znakomity odbiór na polskim rynku Klasy S, której sprzedaż wzrosła o blisko 18%.

W ramach swojej globalnej strategii do 2030 r. Mercedes-Benz zamierza przejść na napędy wyłącznie elektryczne wszędzie tam, gdzie pozwolą na to warunki rynkowe. Producent spod znaku trójdziurkowej gwiazdy dysponuje już kompleksową ofertą hybryd plug-in i konsekwentnie poszerza swoją gamę aut w 100% zasilanych prądem. Zelektryfikowane modele (xEV) spotykają się z pozytywnym odbiorem także wśród polskich klientów – potwierdza to ich wysoki udział w całkowitej ubiegłorocznej sprzedaży Mercedes-Benz w Polsce, wynoszący 11,5%. Od stycznia do grudnia zarejestrowano w naszym kraju 1 517 hybryd plug-in oraz 857 w pełni elektrycznych Mercedesów. Ich skumulowany wynik jest o 13% wyższy niż w 2021 r. Rezultat: w 2022 r. Mercedes-Benz dostarczył najwięcej zelektryfikowanych pojazdów wśród wszystkich marek samochodów osobowych w Polsce.

Listę najpopularniejszych elektrycznych modeli z gamy Mercedes-EQ otwiera kompaktowy SUV EQA (254 szt.), za nim uplasował się nieco większy model EQB (157 szt.), zdolny przewieźć nawet 7 osób, a trzecim najchętniej wybieranym modelem okazała się biznesowa limuzyna EQE (144 szt.).

2023 rok zapowiada się nie mniej dynamicznie i ekscytująco. Niedawno ruszyła sprzedaż nowego elektrycznego SUV-a z gwiazdą, modelu EQE SUV. W ciągu roku producent zaprezentuje między innymi zupełnie nowe wcielenie Klasy E, a także pierwszy model Mercedes-Maybach w 100% na prąd – EQS SUV.

*– Miniony rok daje Mercedesowi w Polsce liczne powody do zadowolenia: jesteśmy kluczowym rynkiem w regionie, siódmym co do wielkości w Europie i czternastym na świecie. Choć zakłócenia w dostępności komponentów w 2022 roku ograniczyły nasz potencjał, to wzrosliśmy w segmentach, na których się koncentrujemy czyli w samochodach luksusowych oraz elektrycznych. Naszą ambicją jest ciągłe doskonalenie naszych produktów i usług, tak by być wyznacznikiem najwyższego standardu dla naszych klientów. Mamy do tego odpowiednie narzędzia – naszą profesjonalną i zaangażowaną sieć dealerską oraz wspierające samochody marzeń, które polscy klienci już dziś bardzo je doceniają. O znakomitej pozycji naszych topowych linii najlepiej świadczy fakt, że Polska jest trzecim co do wielkości europejskim rynkiem sprzedaży dla Klasy S oraz drugim dla modeli Mercedes-Maybach. Jeśli chodzi o Klasę G jesteśmy 3. rynkiem, a w maszynach Mercedes-AMG, plasujemy się na piątym miejscu na Starym Kontynencie. Jesteśmy dumni z tych wyników w Polsce i jednocześnie mamy świadomość odpowiedzialności, jaka na nas spoczywa – niezmiennie chcemy produkować najbardziej pożądane samochody świata. W przyszłość patrzymy jednak z optymizmem, a w 2023*

*roku już zapowiadamy kolejne fascynujące nowości Mercedesa, AMG i pierwszego elektrycznego Maybacha* – skomentował Wolfgang Bremm von Kleinsorgen, dyrektor generalny klastra Mercedes-Benz na Europę Środkowo-Wschodnią.

Kontakt dla mediów:

Tomasz Mucha, tel. +48 22 312 72 22, e-mail: [tomasz.mucha@mercedes-benz.com](mailto:tomasz.mucha@mercedes-benz.com)

**Najważniejsze informacje o Mercedes-Benz AG**

Mercedes-Benz AG odpowiada za globalną działalność Mercedes-Benz Cars i Mercedes-Benz Vans, zatrudniając na całym świecie około 172 000 pracowników. Prezesem Zarządu Mercedes-Benz AG jest Ola Källenius. Firma koncentruje się na rozwoju, produkcji i sprzedaży samochodów osobowych, dostawczych oraz usług związanych z pojazdami. Ponadto aspiruje do bycia liderem w dziedzinie elektromobilności oraz samochodowego oprogramowania. Portfolio produktów obejmuje markę Mercedes-Benz wraz z markami Mercedes-AMG, Mercedes-Maybach, Mercedes-EQ, Klasa G oraz produkty marki smart. Marka Mercedes me oferuje dostęp do cyfrowych usług Mercedes-Benz. Mercedes-Benz AG to jeden z największych producentów luksusowych samochodów osobowych na świecie. W 2021 roku sprzedał około 1,9 mln aut osobowych i blisko 386,2 tys. pojazdów dostawczych. W obu tych segmentach biznesowych Mercedes-Benz AG stale rozwija swoją światową sieć produkcyjną, która obecnie liczy około 35 zakładów produkcyjnych na czterech kontynentach, a równocześnie przygotowuje się do spełnienia wymagań elektromobilności. W tym samym czasie firma tworzy i rozbudowuje globalną sieć produkcji akumulatorów, zlokalizowaną na trzech kontynentach. Naczelną zasadą strategii Mercedes-Benz i samej firmy jest zrównoważony rozwój, co oznacza tworzenie trwałej wartości dla wszystkich interesariuszy: klientów, pracowników, inwestorów, partnerów biznesowych oraz całego społeczeństwa. Za podstawę służy tu zrównoważona strategia biznesowa Mercedes-Benz Group. W ten sposób firma bierze odpowiedzialność za ekonomiczne, ekologiczne i społeczne skutki swojej działalności biznesowej i patrzy na cały łańcuch wartości.