



Mercedes-Benz

Mercedes-Benz Polska – rekordy, jubileusze i plany

Informacja prasowa

Rok 2016 obfituje w jubileusze - 130 lat od wynalezienia samochodu przez Karla Benza, 120 lat od momentu, kiedy kupiec Alfred Grodzki z ulicy Senatorskiej w Warszawie sprowadził do Polski pierwsze „Benze”, 90 lat od fuzji Daimler-Benz, 15-lecie polskiego Klubu Zabytkowych Mercedesów i 20-te urodziny Mercedes-Benz Polska, ale również w nowe inicjatywy i inwestycje.

27 czerwca 2016 r.

Wyniki i plany

Nie można było sobie życzyć lepszego prezentu z okazji urodzin niż zainteresowanie klientów. Po rekordowym 2015 roku, kiedy obroty spółki wyniosły 3 744 mln PLN, co przełożyło się na 18,1% wzrostu w porównaniu do 2014 (3 170 mln PLN) i było najlepszym okresem sprzedaży od 2010 roku, początek bieżącego roku zapowiada nowy rekord. Tylko do końca maja zostało sprzedanych 4466 sztuk nowych Mercedesów, co oznacza ponad 44% wzrost sprzedaży w stosunku do analogicznego okresu w 2015 roku. Największy wzrost notują modele AMG, gdzie grupa nabywców powiększyła się aż o 81,1 % (sprzedano 393 auta).

Bardzo dobrze przyjęty przez klientów został Mercedes S w wersji Cabrio - już w lutym wyprzedano pulę przeznaczoną na ten rok (średnia cena auta to około 800 000 zł netto). W październiku na targach Motoryzacyjnych w Paryżu zostanie zaprezentowana odmiana S Cabrio Maybach bazująca na silniku 65 AMG o mocy 630 KM.

Do sprzedaży trafi wkrótce najmocniejsza i zarazem najszybsza limuzyna w segmencie - odmiana Klasy E 63 AMG 4MATIC o mocy 612 KM (0-100 km/h w 3,5 s). 15 lipca pojawi się E 43 AMG 4MATIC z silnikiem 3.0 V6 o mocy ponad 400 KM. Druga połowa roku to m.in. premiera AMG GT w wersji R, czyli najmocniejszej odmiany AMG GT, o mocy 585 KM.

Inwestycje

Jedną z najważniejszych informacji marki w Polsce było ogłoszenie w maju br. planów inwestycyjnych.

- Planowana budowa nowej fabryki silników w Polsce, to kolejny krok w ramach naszej globalnej strategii wzrostu. Zwiększenie zdolności produkcyjnych w Europie Wschodniej odzwierciedla coraz bardziej międzynarodową orientację naszych zakładów produkujących układy napędowe. W ten sposób zwiększamy elastyczność i efektywność naszej globalnej sieci produkcyjnej — powiedział Markus Schäfer, OK Członek Zarządu Mercedes-Benz Cars odpowiedzialny za zarządzanie produkcją i łańcuchem dostaw. W nowy zakład Daimler planuje zainwestowanie około 500 mln euro i stworzenie kilkuset miejsc pracy.

Nowe projekty i inicjatywy

Wzrost sprzedaży jest efektem nie tylko aktywności marki na świecie, ale również własnych inicjatyw w Polsce. Już po raz czwarty na Powiślu w Warszawie swoje przyjazne podwoje otworzył letni pawilon Stacja Mercedes. Na skraju Parku Rydza – Śmigłego, pod jednym dachem, spotykają się motoryzacja, muzyka, kino, sport i ciekawi ludzie.

Tego lata na Powiślu zagospodzą między innymi klasyczne Mercedesy (m.in. Pagody), a w Dniu AMG zabrzmie donośny dźwięk silników. Nie zabraknie także koncertów, kina letniego, zajęć sportowych oraz ciekawych spotkań i dyskusji.

- Odwiedzający letni pawilon będą mogli skorzystać z jazdy testowej wybranym autem, trenować jogę lub tai chi, odpocząć na leżaku w cieniu drzewa, ale również obejrzeć wszystkie mecze reprezentacji Polski na EURO. – mówi Artur Konarski, dyrektor ds. produktu i marketingu samochodów osobowych w Mercedes-Benz Polska.

She's Mercedes

Choć według badań to panie wpływają na 80 proc. decyzji zakupowych oraz są posiadaczkami majątku równego trzykrotnemu PKB Chin, nadal często pomijane są w działaniach dedykowanych klientom segmentu motoryzacyjnego. W ramach inicjatywy pod nazwą „She's Mercedes” producent podejmuje ten temat i oferuje networking oraz pomoc w rozwiązywaniu problemów w trzech głównych obszarach życia nowoczesnej kobiety: mobilność, edukacja w dziedzinie zarządzania budżetem i usługi finansowe.

– *Wchodzimy w partnerski dialog z samodzielnymi, ambitnymi kobietami, a w tegorocznej edycji Stacji Mercedes planujemy wiele aktywności stanowiących jego kontynuację* – mówi Ewa Łabno-Falęcka, dyrektor ds. komunikacji korporacyjnej i relacji zewnętrznych.

Stacja Mercedes czynna będzie przez całe lato – do 4 września.

Moda

Ta jesień będzie przełomowa. W dniach 18-22 października 2016 roku odbędzie się I edycja Mercedes-Benz Fashion Week Warsaw. Po raz pierwszy tego typu tydzień mody, funkcjonując według znanego na całym świecie schematu – projektanci i marki odzieżowe w tym samym czasie i w ramach jednego wydarzenia prezentują swoje kolekcje - zagości w Warszawie.

- *Moda i design to jedne z najważniejszych dziedzin w strategii marketingowej Mercedes-Benz. Od 20 lat marka współpracuje z branżą mody, wspiera już ponad 50 wydarzeń modowych w ponad 30 krajach na całym świecie, a teraz również w Warszawie.* – tłumaczy Ewa Łabno-Falęcka,

Oprócz pokazów przewidziany jest program edukacyjny adresowany do branży – cykl warsztatów i spotkań z uznanymi twórcami mody ze świata oraz program wydarzeń towarzyszących otwarty dla szerokiej publiczności, współtworzony z organizacjami i instytucjami kultury w Warszawie.

Mercedes-Benz mistrzem Content Marketingu

Nowe modele spod znaku trójramiennego gwiazdy biją rekordy sprzedaży, co jest też zasługą innowacyjnej komunikacji marketingowej. Po raz kolejny doceniły ją niezależne organizacje ekspertów. Polski oddział Mercedes-Benz został ostatnio potrójnie wyróżniony za nieszablonowe działania marketingowe: w Konkursie Dyrektor Marketingu Roku za kampanię „Szczepan Twardoch – pisarz i ambasador marki Mercedes-Benz”, oraz przez Stowarzyszenie Komunikacji Marketingowej SAR, które w kilku kategoriach nagrodziło film „Mercedes-Benz wspiera GOPR” z nowym GLC.

20 lat historii marki w Polsce

- Mercedes – Benz Polska: 26.10.1996 podpisał umowę joint venture na ul. Królewskiej w Warszawie pomiędzy Daimler-Benz (51%) i Grupa Zasada (49%)
- W tym samym roku, we wrześniu, powstał Mercedes-Benz Leasing
- Pierwsi managerowie MB Polska to Guenter Baumgartner, Sobiesław Zasada, Thomas Eisenbarth, Bogusław Kowalski, Przemek Rajewski
- Pierwszy biznes plan zakładał zatrudnienie 67 pracowników
- 2000: połączenie z Chyslerem, Maciej Ratyński jako Prezes. DaimlerChrysler Automotive Polska w 100% należy do Daimler AG
- 2001: Otwarcie Europejskiego Centrum Logistyki w Ołtarzewie
- Własne salony sprzedaży: 2003 - MB Sosnowiec, 2004 – MB Warszawa
- 1.4.2004: nowa siedziba na ul. Daimlera 1w Warszawie w dzień przystąpienia Polski do UE.
- 2009: po “niebiańskim ślubie” w 1998 przyszedł “rozwód na ziemi” z Chyslerem. Wracą spółka Mercedes – Benz Polska
- Prezesi: Guenter baumgartner, Willfried Blum, Jan Madeja, Niels Kowolik oraz aktualnie Marc Boderke

Zatrudnienie

- 2016: 243 pracowników, 34% kobiet, 66% mężczyzn
- 14 pracowników pracuje w firmie od 20 lat

Kontakt:

Ewa Łabno-Falęcka

ewa.labno-falecka@daimler.com, tel. +22 / 312 72 20