



Mercedes-Benz

Informacja prasowa
10 lipca 2026 r.

W drugim kwartale 2026 roku Grupa Mercedes-Benz sprzedała 511 900 samochodów osobowych i dostawczych; sprzedaż poza Chinami zwiększyła się o 3%, a popularność pojazdów elektrycznych wzrosła o ponad 50%

- Sprzedaż samochodów elektrycznych (BEV) Mercedes-Benz Cars w drugim kwartale wzrosła o 51%, napędzana silnym wzrostem w Europie (+87%)
- Wzrost całkowitej sprzedaży samochodów poza Chinami rok do roku, w tym w Europie (+4%) i Ameryce Północnej (+13%)
- Sprzedaż samochodów w Niemczech wzrosła o 6%; popyt na auta elektryczne zwiększył się tam ponad dwukrotnie
- Sprzedaż w Chinach odzwierciedlała znacznie słabsze ogólne warunki rynkowe i makroekonomiczne, silną konkurencję oraz aktualny harmonogram wprowadzania nowych modeli
- Popyt na nowe modele pozostaje silny, a portfel zamówień na zupełnie nowe, elektryczne wersje GLC, CLA i GLB oraz Klasę S w Europie sięga przyszłego roku
- W drugim kwartale sprzedaż pojazdów dostawczych Mercedes-Benz utrzymała się na stabilnym poziomie 94 100 sztuk; silne wyniki w Ameryce Północnej (+23%) i Europie (+5%); dwucyfrowy wzrost sprzedaży eVanów (+46%); ogólnie silny popyt

Stuttgart. W drugim kwartale 2026 roku Grupa Mercedes-Benz sprzedała 511 900 samochodów osobowych i dostawczych, co stanowi wzrost kwartał do kwartału (+2%) pomimo utrzymujących się niekorzystnych warunków makroekonomicznych i geopolitycznych oraz słabszych nastrojów konsumentów w niektórych częściach Azji. Pomijając Chiny, całkowita sprzedaż samochodów osobowych i dostawczych w porównaniu z analogicznym kwartałem poprzedniego roku wzrosła o 3%. Popularność aut elektrycznych, napędzana silnym popytem na nowe modele, w całej Grupie wzrosła rok do roku o 50%. Biorąc pod uwagę harmonogram premier rynkowych kolejnych nowości i pełne portfele zamówień, Mercedes-Benz jest na dobrej drodze, by w drugiej połowie roku zwiększyć sprzedaż samochodów osobowych i dostawczych w porównaniu z pierwszym półroczem.

Mercedes-Benz Cars

W drugim kwartale 2026 roku Mercedes-Benz Cars sprzedał 417 800 pojazdów (-8%). Podobnie jak w pierwszym kwartale całkowita sprzedaż poza Chinami przekroczyła poziom z poprzedniego roku (+2%), wspierana przez dalsze wzrosty na kluczowych rynkach zachodnich, w tym w Ameryce Północnej (+13%), Europie (+4%) i w Niemczech (+6%). Intensywna konkurencja i harmonogram wprowadzania nowych produktów w Chinach doprowadziły tam do spadku sprzedaży rok do roku.

„Nasza największa ofensywa produktowa w historii nabiera rozpędu. Sprzedaż pojazdów elektrycznych w drugim kwartale wzrosła o ponad 50%. Popyt na zupełnie nowe, elektryczne wydania GLC, CLA i GLB jest wyjątkowo silny. Nowa Klasa S miała udany debiut w Europie, a w nadchodzących miesiącach pojawi się w kolejnych regionach. Wraz z wprowadzeniem na rynek zupełnie nowej, elektrycznej Klasy C, dostępnej od maja, oraz światową premierą nowego, elektrycznego GLA pod koniec lipca podejmujemy kolejne kroki w realizacji naszego planu rynkowych premier” – powiedział Mathias Geisen, członek zarządu Mercedes-Benz Group AG ds. sprzedaży i doświadczenia klienta.

W drugim kwartale oddział Mercedes-Benz Cars sprzedał na całym świecie 52 900 pojazdów elektrycznych (BEV); to o 51% więcej względem analogicznego okresu roku poprzedniego. W Europie sprzedaż BEV-ów zwiększyła się o 87%, do 43 500 sztuk, co przekłada się na prawie dwukrotny wzrost udziału pojazdów tego typu w całkowitych wynikach – do 26%. W Niemczech popyt na modele elektryczne wzrósł ponad dwukrotnie, a ich udział zwiększył się prawie dwukrotnie, do 24%. Wyniki te podkreślają sukces nowego portfolio samochodów elektrycznych i stanowią solidną podstawę dla ambicji Mercedes-Benz, aby w 2026 roku znacząco zwiększyć sprzedaż aut elektrycznych, wraz ze wzrostem dostępności nowych modeli. Od maja w Europie można zamawiać zupełnie nową, elektryczną Klasę C. Pierwsze egzemplarze mają trafić na europejski rynek w nadchodzących miesiącach, co rozszerzy ofertę pojazdów elektrycznych w segmencie Core.

Globalny udział pojazdów na prąd wzrósł znacząco, do 13% (II kw. 2025 r.: 7,7%), i to pomimo wciąż niepełnej dostępności nowych elektrycznych modeli na wszystkich rynkach. Również samochody zelektryfikowane nadal zyskiwały na znaczeniu w europejskim miksie sprzedaży. Udział pojazdów elektrycznych i zelektryfikowanych (xEV) w Europie osiągnął 43%. Globalnie sprzedaż xEV-ów w drugim kwartale wyniosła 87 500 pojazdów, co stanowi 21% udziału w wynikach całkowitych.

Sprzedaż Mercedes-Benz Cars na poszczególnych rynkach

W Europie oddział Mercedes-Benz Cars kontynuował pozytywną dynamikę sprzedaży, która w drugim kwartale wzrosła o 4%, do 166 400 samochodów, a od początku roku – o 5%. Szczególnie satysfakcjonujące są wyniki zanotowane w Niemczech: 56 000 pojazdów sprzedanych od kwietnia do czerwca oznacza wzrost o 6% względem pierwszego kwartału i o 7% rok do roku. Przyczyniły się do tego premiery nowych modeli i wyraźne przyspieszenie sprzedaży pojazdów elektrycznych, zwłaszcza CLA, GLC oraz GLB.

Istotny udział we wzroście zachowała Ameryka Północna. W drugim kwartale tamtejsza sprzedaż zwiększyła się o 13%, do 91 300 samochodów; w Stanach Zjednoczonych – o 10%, do 81 900 aut. W USA wzrost był szczególnie widoczny w segmencie Core (+21%), wspierany przez silny popyt na modele takie jak GLE i GLE Coupé. W drugim kwartale Mercedes-Benz nadal dbał o zapewnienie dostępności produktów dla dealerów przed premierami kolejnych modeli zaplanowanych na trzeci kwartał.

W Azji sprzedaż wyniosła łącznie 138 300 pojazdów, co odzwierciedlało przede wszystkim trendy panujące w Chinach. Sprzedaż Mercedes-Benz Cars w Państwie Środka spadła w związku z silną konkurencją, ostrożnymi nastrojami konsumentów, trwającymi zmianami generacyjnymi modeli i aktywnym sterowaniem sprzedażą. W drugim kwartale nasiliły się rynkowe zawirowania, szczególnie w segmencie pojazdów z silnikami spalinowymi, co skłoniło Chińskie Stowarzyszenie Samochodów Osobowych (ang. China Passenger Car Association) do ponownej korekty całorocznych prognoz rynkowych, dokonanej w czerwcu. Mercedes-Benz utrzymał jednak pozycję lidera w segmencie aut w cenie powyżej 1 miliona juanów. Chiny pozostają kluczowym rynkiem dla firmy i odgrywają bardzo ważną rolę w jej strategii lokalizacji oraz innowacji. W drugiej połowie roku na tamtejszy rynek trafią nowe modele specjalnie dopasowane do preferencji chińskich klientów, w tym elektryczny GLC L z długim rozstawem osi, nowe odsłony Klasy S i Mercedesa-Maybacha Klasy S, a także nowy GLE. Modele te będą wyposażone w najwyższej klasy system informacyjno-rozrywkowy, zaprojektowany z myślą o spełnieniu oczekiwań lokalnych odbiorców w obszarze inteligentnych cyfrowych doświadczeń w samochodzie. W ciągu najbliższych 6–12 miesięcy w niemal całym portfolio produktów pojawią się również

kokpit z obsługą AI oraz najwyższej klasy inteligentny system wspomagania jazdy. Mercedes-Benz nadal koncentruje się na zdyscyplinowanym zarządzaniu sprzedażą i wprowadzaniu nowego portfolio modeli, a jednocześnie uważnie monitoruje dynamikę rynku oraz popyt klientów.

W drugim kwartale w atrakcyjnych lokalizacjach w centrach miast Europy, Azji i Ameryki Północnej otwarto szereg obiektów [Mercedes-Benz Studio](#). Łączą one wciągające doświadczenia marki z możliwością odbycia konsultacji dotyczących produktów i jazdy próbnej oraz wydarzeniami dla klientów i fanów, wspierając sieć sprzedaży, szczególnie przy premierach nowych modeli.

Sprzedaż Mercedes-Benz Cars według segmentów

Sprzedaż modeli z segmentu Top-End w drugim kwartale wyniosła 58 100 pojazdów (-10%), co odzwierciedla planowane zmiany produktowe i harmonogram dostępności modeli. Udział modeli Top-End w pierwszej połowie roku wyniósł nieco ponad 14%, mieszcząc się w docelowym przedziale założonym przez firmę.

W portfolio modeli Top-End na uwagę zasługują dobre wyniki Klasy G, której globalna sprzedaż w drugim kwartale wzrosła o 3% rok do roku; w Europie o 25%, a w Niemczech – o 42%. W regionie „reszta świata” popularność kultowego modelu zwiększyła się o 66%. Pomyślny debiut świętowała nowa Klasa S; portfel zamówień w Europie jest pełny do końca roku, a wkrótce model trafi na kolejne kluczowe rynki.

Segment Core w drugim kwartale zanotował wynik 249 300 pojazdów, wspierany przez silny popyt na modele GLE i GLC. Oczekuje się, że dostawy w drugiej połowie roku będą napędzać dalsze wysokie wolumeny zamówień na elektrycznego GLC. Na segment Entry przypadło 110 400 pojazdów, a znaczącą rolę odegrały tu nowe CLA oraz GLB. Pod koniec lipca odbędzie się światowa premiera zupełnie nowego, elektrycznego GLA, który dodatkowo poszerzy atrakcyjną ofertę tego segmentu.

Przegląd wyników sprzedaży Mercedes-Benz Group / Mercedes-Benz Cars

	Q2 2026	Zmiana vs Q1 2026	Zmiana vs Q2 2025	I półrocze 2026	Zmiana vs I półrocze 2025
Mercedes-Benz Group	511 900	+2%	-6%	1 011 500	-6%
– w tym: BEV-y	63 000	+25%	+50%	113 300	+30%
Mercedes-Benz Cars	417 800	0%	-8%	837 200	-7%
w tym: BEV-y	52 900	+19%	+51%	97 100	+28%
Sprzedaż Mercedes-Benz Cars według segmentów*					
Top-End	58 100	-6%	-10%	119 600	-8%
Core	249 300	0%	-9%	497 300	-7%
Entry	110 400	+1%	-4%	220 300	-5%
Sprzedaż Mercedes-Benz Cars według regionów i rynków					
Europa**	166 400	+5%	+4%	325 000	+5%
– w tym: Niemcy	56 000	+13%	+6%	105 300	+7%
Azja	138 300	-9%	-27%	291 000	-25%
– w tym: Chiny	98 600	-12%	-30%	210 200	-28%
Ameryka Północna***	91 300	+2%	+13%	180 900	+15%
– w tym: USA	81 900	+1%	+10%	163 000	+15%
reszta świata	21 700	+16%	-10%	40 300	-11%

* Top-End: Mercedes-AMG, Mercedes-Maybach, Klasa G, Klasa S, GLS, EQS i EQS SUV
 * Core: wszystkie wersje Klasy C i E, w tym EQE i EQE SUV
 * Entry: wszystkie wersje Klasy A i B, w tym EQA i EQB
 ** Europa: Unia Europejska, Wielka Brytania, Szwajcaria i Norwegia
 *** Ameryka Północna: Stany Zjednoczone, Kanada i Meksyk
 Wszystkie dane są zaokrąglone. Podano wartości wstępne, które mogą ulec zmianie w oczekiwaniu na raporty końcowe.

Mercedes-Benz Vans

„Wzrost zainteresowania naszą gamą samochodów użytkowych odzwierciedla utrzymujące się pozytywne reakcje klientów. Co więcej, utrzymujący się silny przyrost sprzedaży eVanów i wynikające z tego zwiększenie naszego globalnego udziału w rynku pojazdów elektrycznych wyraźnie podkreślają stabilny popyt klientów w tym segmencie. Jednocześnie wraz z całkowicie nowym elektrycznym VLE na nowo definiujemy segment samochodów użytkowych pozycjonowanych do prywatnego użytku i dalej poszerzamy nasze portfolio aut elektrycznych; na naszych rynkach rusza właśnie oferta Grand Limousine dla klientów” – powiedział Mathias Vaitl, szef Mercedes-Benz Vans ds. sprzedaży i marketingu.

W drugim kwartale Mercedes-Benz Vans odnotował sprzedaż na poziomie 94 100 sztuk, co odzwierciedla stabilny globalny popyt. Wpływ na ten wynik miały poziom konkurencji oraz zmienność sytuacji rynkowej, a także niższy popyt na średniej wielkości vany w Chinach. Jednocześnie równowagę zapewnił silny wzrost w Ameryce Północnej, gdzie sprzedaż wzrosła o 23%, napędzana w szczególności zwiększonym popytem klientów w Stanach Zjednoczonych (+28%). Także Europa przyczyniła się do wzrostu sprzedaży w drugim kwartale; w porównaniu z poprzednim rokiem popyt zwiększył się tam o 5%. Poza Chinami całkowita sprzedaż w drugim kwartale w porównaniu z analogicznym kwartałem poprzedniego roku wzrosła o 5%.

Sektor zelektryfikowanych vanów odnotował zrównoważony wzrost – sprzedaż eVanów w porównaniu z poprzednim rokiem wzrosła o 46%. W rezultacie globalny udział pojazdów elektrycznych zwiększył się do 11% (II kw. 2025 r.: 7%), a w Europie osiągnął jeszcze wyższy poziom – 13% (II kw. 2025 r.: 10%).

Sprzedaż komercyjnych samochodów użytkowych nadal rośnie – w porównaniu z ubiegłym rokiem o 6%. Szczególnie silny pozostał popyt na duże samochody użytkowe; tutaj wolumen sprzedaży wzrósł o 15%, co podkreśla strategiczne znaczenie tego segmentu dla Mercedes-Benz Vans.

W gamie pojazdów prywatnych zupełnie nowy, elektryczny VLE jest już dostępny do zamawiania na pierwszych 16 rynkach, jako idealne rozwiązanie dla szerokiej gamy zastosowań – od elastycznego pojazdu dla rodzin i klientów nastawionych na wypoczynek po ekskluzywne usługi przewozu osób. To pierwszy pojazd oparty na specjalnie opracowanej, modułowej i elastycznej pod względem układu napędowego architekturze Van Architecture. Właśnie trafił do seryjnej produkcji w fabryce w Vitorii w Hiszpanii.

Przegląd wyników sprzedaży Mercedes-Benz Vans

	Q2 2026	Zmiana vs Q1 2026	Zmiana vs Q2 2025	I półrocze 2026	Zmiana vs I półrocze 2025
Mercedes-Benz Vans	94 100	+17%	+1%	174 300	-1%
– w tym: eVany	10 100	+64%	+46%	16 200	+39%
Sprzedaż Mercedes-Benz Vans według segmentów*					
Użytek komercyjny	81 100	+20%	+6%	148 800	+3%
– w tym: duże vany	54 500	+23%	+15%	98 900	+10%
– w tym: średnie vany	20 500	+24%	-14%	37 200	-14%
– w tym: małe vany	6100	-10%	+8%	12 800	+16%
Użytek prywatny	13 000	+4%	-22%	25 500	-20%
– w tym: średnie vany	11 100	+2%	-25%	21 800	-23%

– w tym: małe vany	1900	+13%	0%	3600	+2%
Sprzedaż Mercedes-Benz Vans według regionów i rynków					
Europa**	68 300	+20%	+5%	125 400	+3%
– w tym: Niemcy	27 500	+31%	+1%	48 600	0%
Azja	3400	+24%	-57%	6200	-59%
– w tym: Chiny	1700	+171%	-70%	2400	-77%
Ameryka Północna***	12 400	+38%	+23%	21 300	+6%
– w tym: USA	10 300	+42%	+28%	17 600	+12%
reszta świata	10 000	-13%	-5%	21 400	+13%

* komercyjne samochody użytkowe: duże – (e)Sprinter; średniej wielkości – (e)Vito; małe – (e)Citan

* prywatne samochody użytkowe: średniej wielkości – Klasa V i EQV, małe – Klasa T i EQT

** Europa: Unia Europejska, Wielka Brytania, Szwajcaria i Norwegia

*** Ameryka Północna: Stany Zjednoczone, Kanada i Meksyk

Wszystkie dane są zaokrąglone. Podano wartości wstępne, które mogą ulec zmianie w oczekiwaniu na raporty końcowe.

O ile nie wskazano inaczej, okresem porównawczym dla zmian procentowych podanych w niniejszym dokumencie jest odpowiedni okres roku poprzedniego.

Kontakt dla mediów:

Błażej Buliński, PR Manager Mercedes-Benz Cars, Mercedes-Benz Polska

tel. +48 666 977 403, e-mail: blazej.bulinski@mercedes-benz.com

<https://media.mercedes-benz.pl/>

Jubileuszowy rok Mercedes-Benz – „140 lat innowacji”

Odkąd w 1886 roku Carl Benz złożył patent na swojego trójkołowca, a niedługo później Gottlieb Daimler zbudował pierwszy zmotoryzowany powóz, Mercedes-Benz nieustannie rozwija kolejne pionierskie rozwiązania i dąży do tworzenia najbardziej pożądanych samochodów świata. Ta ambicja napędza każdą innowację – od pierwszych automobili po dzisiejsze inteligentne i bezpieczne pojazdy elektryczne, takie jak zupełnie nowy GLC oraz wielokrotnie nagradzany CLA. Wraz z nową Klasą S firma kontynuuje największy program wprowadzania nowych produktów w swojej historii. Dzięki pasji do przełomowych osiągnięć, doskonałości oraz nieprzerwanemu zaangażowaniu w obsługę klienta marka konsekwentnie kształtuje przyszłość mobilności. Rezultat wykracza daleko poza osiągnięcia inżynieryjne – tworzy niepowtarzalne uczucie, które towarzyszy wszystkiemu, co robi Mercedes-Benz: „Welcome home”.

Mercedes-Benz świętuje 140 lat innowacji, wysyłając trzy nowe limuzyny Klasy S w transkontynentalną podróż do 140 lokalizacji na całym świecie. Każde miejsce podkreśla technologiczne dziedzictwo, pionierskiego ducha oraz globalną obecność marki. Po drodze klienci, fani i współpracownicy będą mogli dołączyć do obchodów – w epickiej przygodzie, która potrwa do października. Podróż „140 YEARS. 140 PLACES” przez sześć kontynentów można śledzić w naszym specjalnym serwisie [„140 lat innowacji | Mercedes-Benz Media”](#) oraz za pośrednictwem [społeczności Mercedes-Benz](#).

Mercedes-Benz AG w skrócie

Mercedes-Benz AG jest częścią grupy Mercedes-Benz Group AG. Łącznie na całym świecie zatrudnia około 164 000 pracowników i odpowiada za globalną działalność Mercedes-Benz Cars oraz Mercedes-Benz Vans. Prezesem zarządu Mercedes-Benz AG jest Ola Källenius. Firma koncentruje się na rozwoju, produkcji i sprzedaży samochodów osobowych i użytkowych oraz usług związanych z pojazdami. Ponadto aspiruje do bycia liderem w obszarach elektromobilności oraz samochodowego oprogramowania. Portfolio marek Mercedes-Benz Cars obejmuje markę Mercedes-Benz, a także Mercedes-AMG, Mercedes-Maybach i markę produktów Klasy G. Mercedes-Benz AG jest jednym z największych producentów samochodów osobowych klasy premium na świecie. W 2025 r. sprzedał około 2,1 miliona aut osobowych i użytkowych. W ramach obu segmentów biznesowych – Mercedes-Benz Cars oraz Mercedes-Benz Vans – nieustannie rozszerza swoją światową sieć produkcyjną, która obecnie liczy około 30 zakładów na czterech kontynentach. Przewodnią zasadą strategii Mercedes-Benz jest zrównoważony rozwój – oznacza to tworzenie trwałej wartości dla wszystkich interesariuszy: klientów, pracowników, inwestorów, partnerów biznesowych oraz całego społeczeństwa. W ten sposób firma bierze odpowiedzialność za ekonomiczne, ekologiczne i społeczne skutki swojej działalności biznesowej, uwzględniając cały łańcuch wartości.