



Mercedes-Benz

Mercedes-Benz liderem segmentu premium w Polsce i na świecie

Informacja prasowa

10 stycznia 2018 r.

- W 2017 r. Mercedes-Benz sprzedał na całym świecie około 2,3 mln samochodów (+9,9%)
- Cały Dział Samochodów Osobowych Mercedes-Benz, wraz z marką smart, dostarczył w ub.r. ponad 2,4 mln aut
- Rok 2017 był siódmym z rzędu rokiem rekordowej sprzedaży Mercedes-Benz oraz Mercedes-Benz Cars
- We wszystkich trzech kluczowych regionach – Europa, Azja i Pacyfik oraz NAFTA – pobito rekordy sprzedaży jednostkowej
- Na wiodących rynkach Niemiec i USA producent utrzymał tytuł najchętniej wybieranej marki segmentu premium
- Z ponad 25-proc. wzrostem Chiny były największym i najszybciej rosnącym rynkiem zbytu Mercedes-Benz
- Po raz pierwszy, w roku swoich 50. urodzin, marka Mercedes-AMG osiągnęła sześciocyfrową liczbę dostaw (ponad 130 000 sztuk, +33,0%)

Warszawa/Stuttgart. Mercedes-Benz ma za sobą najlepszy rok w historii firmy. Zarówno w Polsce, jak i na świecie producent ze Stuttgartu dostarczył klientom najwięcej samochodów spośród marek segmentu premium, a także uzyskał najwyższy wzrost sprzedaży jednostkowej. W 2017 roku na naszym krajowym rynku nabywcy zarejestrowali 16 794 nowe osobowe Mercedesy, o 42,4% więcej niż rok wcześniej. Cztery na dziesięć aut sprzedanych w Polsce przypada na modele typu SUV. Na

całym świecie liczba dostaw osiągnęła rekordowy poziom blisko 2,3 mln egzemplarzy, co oznacza 9,9-proc. wzrost. Za takim wynikiem stoi przede wszystkim popularność nowej Klasy E z nadwoziami Limuzyna i Kombi oraz SUV-ów z gwiazdą. W rezultacie Mercedes-Benz drugi rok z rzędu był najchętniej wybieraną marką samochodów premium we wszystkich trzech kluczowych regionach – w Europie, w krajach Azji i Pacyfiku oraz państwach NAFTA.

W 2017 roku Mercedes-Benz uplasował się w Polsce na pozycji lidera segmentu aut premium, a poszczególne modele z gwiazdą zajęły pierwsze miejsca pod względem popularności w większości segmentów rynku. Należą do nich m.in.: Klasy A i B (odpowiednio, 1589 i 590 egzemplarzy zarejestrowanych od stycznia do grudnia ub.r.), kompaktowy SUV GLA (1525 szt.) oraz model GLC wraz z odmianą Coupe (łącznie 3058 szt.).

Znakomite wyniki uzyskały także: Limuzyny Klas C i E (odpowiednio, 1092 i 1695 szt.), SUV GLS (316 szt.) oraz Klasa S, która kolejny rok z rzędu znalazła ponad pół tysiąca nabywców (527 egz.). Na uwagę zasługuje też wysoki popyt na Klasę G (130 szt.) oraz na Mercedesa wśród vanów, czyli Klasę V (868 szt.).

Niezmiennie producent ze Stuttgartu ma również najmocniejszą ofertę wśród „samochodów marzeń”, czyli aut sportowych i kabrioletów. Potwierdzają to wyniki sprzedaży Klasy E Coupe i Cabriolet (łącznie 412 szt.), Klasy S Coupe i Cabriolet (łącznie 227 szt.), a także AMG GT (29 szt.) – wszystkie te modele były najchętniej wybierane przez polskich klientów w swoich segmentach.

Łącznie, od stycznia do grudnia zarejestrowano w Polsce 16 794 nowe Mercedesy, co daje udział w rynku na poziomie 3,48% i oznacza 42,4-proc. przyrost względem roku 2016. Co istotne, marka spod znaku trójdramiennej gwiazdy osiągnęła nie tylko najwyższą sprzedaż, ale i najwyższy wzrost sprzedaży w segmencie aut premium – znacznie wyższy niż cały rynek nowych samochodów w Polsce (16,1%). Dane te obejmują osobowe wersje pojazdów Mercedes-Benz Vans (Citan, Vito, Marco Polo i Sprinter; łącznie 1121 szt.). Gdy je pominąć, liczba rejestracji wyniosła 15 673 samochody, a wzrost sprzedaży – 30,4%, co i tak zapewnia producentowi ze Stuttgartu pozycję numer 1 w segmencie premium.

Analogiczne wyniki w 2017 roku Mercedes-Benz uzyskał w skali globalnej. Dr Dieter Zetsche, Prezes Zarząd Daimler AG i szef Mercedes-Benz Cars: *„W ubiegłym roku Mercedes-Benz Cars dostarczył klientom na całym świecie ponad 2,4 mln Mercedesów i smartów. Po raz siódmy z rzędu przekroczyliśmy w ten sposób wyniki sprzedaży z poprzedniego roku. Mercedes-Benz, nasza wiodąca marka, w 2017 r. kolejny raz była najlepiej sprzedającą się marką aut premium. Dziś możemy być dumni z tych osiągnięć – i będziemy opierać na nich swoje dalsze działania. Sukces w naszej podstawowej działalności zapewnia nam podstawę dla aktywnego kształtowania mobilności jutra. W 2018 r. będziemy konsekwentnie podążać tą ścieżką, wykorzystując (strategię) CASE”.*

Za pomocą strategii korporacyjnej CASE Mercedes-Benz zdefiniował cztery tematy dla przyszłości branży motoryzacyjnej: łączność (Connected),

autonomiczną jazdę (Autonomous), usługi i współużytkowanie (Shared & Services) oraz napęd elektryczny (Electric). Optymalna kombinacja wszystkich tych sfer będzie warunkować sukces, jeśli chodzi o przedstawienie klientom najbardziej przekonującej, kompleksowej oferty. Konceptyjny smart vision EQ fortwo jako pierwszy demonstruje sposób, w jaki mogą łączyć się wszystkie filary strategii CASE – i prezentuje inteligentne rozwiązania dla miejskiego transportu oraz car-sharingu przyszłości. To pojazd elektryczny, w pełni skomunikowany ze światem oraz autonomiczny, pozbawiony kierownicy i pedałów. Na inwestowanie w cztery te pola pozwalają wyniki podstawowej działalności Mercedes-Benz Cars. Bezpieczeństwo, jakość, nowoczesny design i ukierunkowane na przyszłość innowacje sprawiają, że producent osiąga dziś sukces większy niż kiedykolwiek.

Swój najlepszy pod względem sprzedaży rok Mercedes-Benz zamknął najlepszym czwartym kwartałem w historii (572 044 szt., +4,8%). Nowy rekord ustanowiono także w grudniu (193 534 szt., +1,7%). W 2017 r. marka spod znaku trójdramiennej gwiazdy była najchętniej wybieraną marką aut premium na wielu rynkach, m.in.: w Niemczech, Wielkiej Brytanii, Francji, Turcji, Szwajcarii, Polsce, Portugalii, Danii, Czechach, Finlandii, Grecji, Korei Południowej, Japonii, Australii, na Tajwanie, w Indiach, USA, Kanadzie, Meksyku oraz Brazylii.

„58. kolejny rekordowy miesiąc na zamknięcie roku podkreśla zaufanie, jakim nasi klienci darzą pierwszoliigowe produkty Mercedes-Benz. W 2017 r. dostarczyliśmy około 2,3 mln nowych aut z gwiazdą, co pozwoliło nam w dalszym stopniu zwiększyć przewagę na pozycji lidera segmentu premium, i to

znacznie” – mówi Britta Seeger, Członek Zarządu Daimler AG odpowiedzialna za marketing i sprzedaż Mercedes-Benz Cars. „Także w nowym roku będziemy mieli odpowiedni samochód dla każdego nabywcy. W sumie, w 2018 r. mamy zamiar wprowadzić na rynek kilkanaście nowych modeli”.

Europa: nowe rekordowe wyniki w największym regionie sprzedaży Mercedes-Benz

Popyt na samochody Mercedes-Benz w Europie osiągnął w ub.r. nowy rekordowy poziom 955 301 szt. (+6,4%). Najwyższymi wskaźnikami wzrostu mogą pochwalić się Klasa E z nadwoziami Limuzyna i Kombi oraz SUV-y. W rodzimych Niemczech w 2017 r. klienci odebrali ponad 300 000 nowych Mercedesów (+3,5%). Nowe rekordy sprzedaży producent ustanowił na wielu rynkach, m.in. w Wielkiej Brytanii (+6,4%), we Francji (+9,7%), w Hiszpanii (+11,9%), Belgii (+15,1%), Szwajcarii (+7,7%), Szwecji (+15,4%), Polsce (+42,4%), Austrii (+15,2%) oraz Portugalii (+6,2%).

Azja i Pacyfik: kolejny rok odnotowano tu najwyższy wzrost

W rejonie Azji i Pacyfiku Mercedes-Benz dostarczył nabywcom 875 250 aut, więcej niż rok wcześniej (+19,2%). Po raz kolejny największym pojedynczym rynkiem zbytu nie tylko w Azji, ale i na całym świecie okazały się Chiny, z wynikiem 587 868 szt. Oznacza to 25,9-proc. wzrost oraz nowy rekord sprzedaży w Państwie Środka. Najwyższy w historii poziom liczby dostaw zanotowano także na rykach Korei Południowej (+20,0%), Japonii (+0,4%), Australii (+2,8%), Tajwanu (+8,1%), Indii (+15,9%), Tajlandii (+22,7%) oraz Malezji (+2,3%).

Region NAFTA z historycznym rekordem sprzedaży – ponad 400 000 szt.

W krajach NAFTA w okresie styczeń-grudzień ub.r. Mercedes-Benz przekazał klientom 400 320 aut (+1,3%), osiągając nowy rekordowy poziom. Tym samym producent był w 2017 roku najpopularniejszą marką premium w regionie. Szczególnie silny wzrost odnotowano w Kanadzie (+12,2%) oraz Meksyku (+21,9%) – w skali roku na obu rynkach dostarczono najwięcej samochodów w historii. Także w USA sprzedaż jednostkowa plasowała się na wysokim poziomie. W 2017 r. nabywcy odebrali tam prawie 340 000 pojazdów, czyli podobnie jak przed rokiem (-0,9%). Nieznaczny spadek wynika przede wszystkim z mniejszego popytu na limuzyny. W istotnym segmencie SUV-ów Mercedes-Benz zwiększył sprzedaż jednostkową w Stanach Zjednoczonych do nowego rekordowego poziomu.

Po raz kolejny w ciągu jednego roku dostarczono ponad 620 000 kompaktowych Mercedesów

W 2017 rok kompaktowe modele stanowiły ponad jedną czwartą sprzedanych osobowych aut Mercedes-Benz. Na rok przed zmianą generacji Klasy A na zakup nowych Klas A, B, CLA, CLA Shooting Brake lub GLA zdecydowało się ponad 620 000 klientów na całym świecie. Dwa największe rynki zbytu kompaktowych samochodów z gwiazdą to Chiny i Niemcy. Ich popularność demonstruje również liczba 5 555 555 egzemplarzy Klasy A wyprodukowanych od 1997 r., od chwili debiutu Mercedes-Benz w tym segmencie.

Niebawem producent ze Stuttgartu będzie kontynuował ten sukces wraz z nową generacją kompaktowych modeli. Już w 2018 r. ich produkcja rozpocznie się w pięciu fabrykach na trzech kontynentach.

Klasa C: niezmiennie bestseller Mercedes-Benz

W czwartym roku sprzedaży obecnej generacji Klasy C z nadwoziami Limuzyna i Kombi pozostaje ona dla Mercedes-Benz modelem wolumenowym – w ub.r. znalazła ponad 415 000 nabywców. Około jedna czwarta z nich przypada na wersję z wydłużonym rozstawem osi, produkowaną oraz sprzedawaną wyłącznie w Chinach. Opracowanie samochodu w Państwie Środka i przeznaczonego dla tamtejszych nabywców dowodzi, jak ważne jest spełnianie potrzeb klientów: w przypadku Klasy C w ub.r. Chiny były zarówno największym, jak i najszybciej rosnącym zbytu.

Nowa Klasa E w pierwszym pełnym roku sprzedaży bije wszelkie rekordy

Od stycznia do grudnia ub.r. klienci odebrali ponad 350 000 egzemplarzy Klasy E z nadwoziami Limuzyna i Kombi. Oznacza to 40,0-proc. wzrost uzyskany w pierwszym pełnym roku sprzedaży nowej generacji modelu. I chociaż Mercedes-Benz nieprzerwanie poszerza swoje portfolio, nigdy dotąd nie sprzedano tylu Klas E co w ub.r. W Chinach sprzedaż odmiany Limuzyna „podszybła” o ponad 100% – tamtejsi nabywcy wybierają głównie wersję z przedłużonym rozstawem osi. Stanowi ona odpowiedź Mercedes-Benz na życzenia chińskich klientów, którzy cenią dużą ilość przestrzeni w drugim rzędzie siedzeń. Od 2017 r. wydłużona Klasa E jest po raz pierwszy dostępna nie tylko w Chinach, ale i w Indiach.

Udany start odnowionej Limuzyny Klasy S

Nowa Klasa S z nadwoziem Limuzyna zadebiutowała w połowie 2017 r. i cieszy się odtąd wysoką popularnością. W czwartym kwartale ub.r. zanotowała dwucyfrowy wzrost popytu. W całym roku, pomimo zmiany generacyjnej, sprzedano 70 000 egzemplarzy modelu. Znakomite wyniki osiąga Mercedes-Maybach Klasy S, ucieleśniający najwyższy poziom ekskluzywności i jakości. Od chwili premiery na początku 2015 r. znalazł on ponad 25 000 nabywców, z czego ponad dwie trzecie pochodzi z Chin.

14-proc. wzrost w najszybciej rosnącym segmencie – klienci na całym świecie chętnie wybierali SUV-y z gwiazdą

Z wynikiem ponad 805 000 egzemplarzy i 14-proc. wzrostem SUV-y miały znaczący wkład w ubiegłoroczny sukces Mercedes-Benz. Na segment ten przypadała ponad jedna trzecia wszystkich sprzedanych Mercedesów. Nowe rekordy sprzedaży to głównie zasługa dużego wzrostu zainteresowania modelami tego segmentu w Chinach, Niemczech, Francji, USA i Wielkiej Brytanii. Najpopularniejszymi SUV-ami Mercedes-Benz w 2017 r. były GLC oraz GLA. Także GLC Coupé w pierwszym pełnym roku dostępności miał istotny wkład w sukces SUV-ów z gwiazdą.

Duży wzrost popytu na samochody marzeń

Mercedes-Benz ma dziś w swojej ofercie 12 samochodów marzeń – a ich popularność w 2017 r. przekroczyła poziom notowany rok wcześniej o imponujący wskaźnik 22,4%. Od stycznia do grudnia na drogi wyjechało blisko 170 000 nowych coupé, roadsterów i kabrioletów Mercedesa. Szczególnie dużym wzięciem cieszą się Klasy C Coupé oraz Cabriolet. U dealerów są już

dostępne też nowe Klasy E Coupé i Cabriolet, a w 2018 r. dołączą do nich odnowione dwudrzwiowe Klasy S. Swoją premierę na targach branżowych w Los Angeles świętował niedawno najnowszy CLS Coupé, pionier nowego designu Mercedes-Benz.

Klasa V oraz Klasa X przyprawiają klientów o szybsze bicie serca

W 2017 r. Klasa V ustanowiła nowy rekord sprzedaży – ponad 58 000 sztuk (+25,7%). Ośmioosobowy model jest szczególnie popularny wśród klientów z Niemiec, a najsilniejszy wzrost jego sprzedaży odnotowano w Chinach.

W listopadzie ub.r. na pierwszych rynkach z sukcesem ruszyła sprzedaż najnowszego modelu w gamie Mercedes-Benz – Klasy X. Na zakup pierwszego pick-upa z gwiazdą jak dotąd zdecydowało się ponad 1900 klientów (na razie tylko w Europie). W tym roku samochód zadebiutuje na kolejnych rynkach, przyczyniając się do dalszej ekspansji Mercedes-Benz. Na początku 2018 r. pojawi się w sprzedaży w RPA i Australii, a w 2019 r. – w Argentynie i Brazylii.

W ciągu jednego roku AMG sprzedało ponad 130 000 samochodów

W roku swoich 50. urodzin marka aut sportowych i o wysokich osiąгах – Mercedes-AMG – po raz pierwszy w swojej historii osiągnęła sześciocyfrową sprzedaż jednostkową. Od stycznia do grudnia dostarczono łącznie 131 970 samochodów AMG, co przekłada się na 33,0-proc. wzrost r/r. Szczególnym zainteresowaniem klientów z całego świata cieszyły się bazowe modele o wysokich osiąгах. Jedną z największych ubiegłorocznych atrakcji była rynkowa premiera Mercedes-AMG GT R, nowego topowego modelu w

portfolio AMG. We wszystkich trzech kluczowych regionach – Europie, Azji i Pacyfiku oraz NAFTA – firma z siedzibą w Affalterbach osiągnęła najwyższe wyniki sprzedaży w historii. Wyjątkowo wysokie, bo ponad 40-proc. wzrosty popytu zanotowano na głównych rynkach zbytu: w USA, Niemczech oraz Kanadzie.

smart: udany rok z wysoką sprzedażą jednostkową

Po rekordowym roku 2016 także ten miniony należał do najbardziej udanych w historii smarta – pod względem wielkości sprzedaży jednostkowej to drugi najlepszy rok w ostatniej dekadzie. Na całym świecie nowe smarty fortwo lub forfour odebrało ponad 135 000 klientów (-6,5%). Nowy rekord sprzedaży ustanowiono w Chinach, gdzie dostarczono 23 097 egzemplarzy obu modeli, więcej niż przed rokiem (+9,8%). Tylko w weekend, na który przypadał Dzień Singla (popularne święto w Państwie Środka), w ciągu 48 godzin przez internet złożono ponad 1400 zamówień.

Marka smart pozostaje pionierem elektrycznej mobilności. Teraz zelektryfikowane jest całe jej portfolio – oferta obejmuje trzy modele wyłącznie na prąd, w tym pierwszy na świecie w pełni elektryczny kabriolet.auta te spotkały się z bardzo przychylnym odbiorem wśród klientów, a statystyki wpływających zamówień są bardzo obiecujące. Potwierdza to słuszność decyzji, by od 2020 roku w Europie i Ameryce Północnej smarty sprzedawane były jedynie z napędem elektrycznym. Niedługo później strategia ta zostanie wdrożona na pozostałych rynkach. Zapowiedź tego, jak smart chce dalej na wielu obszarach kształtować przyszłość miejskiej mobilności, stanowił w pełni

autonomiczny i elektryczny pojazd koncepcyjny smart vision EQ fortwo, zaprezentowany podczas ostatnich targów we Frankfurcie.

Pomyślna działalność podstawowa stanowi podstawę dla rozwoju mobilności jutra

Dzięki sukcesom podstawowej działalności Mercedes-Benz producent może prowadzić systematyczne inwestycje w mobilności jutra. Cele średnioterminowej perspektywy zakładają dalsze torowanie drogi dla mobilności zrównoważonej i przyjaznej środowisku. Aby stale ograniczać emisję spalin, już teraz Mercedes-Benz oferuje swoim klientom atrakcyjną gamę ukierunkowanych na przyszłość silników spalinowych. W 2018 r. do aktualnego portfolio wprowadzone zostaną nowe generacje jednostek wysokoprężnych i benzynowych. Równolegle oddział aut osobowych kontynuuje elektryfikację układów napędowych. Główną rolę odegra tu 48-woltowa pokładowa instalacja elektryczna oraz kolejna generacja hybryd plug-in, które już dziś umożliwiają klientom jazdę lokalnie bezemisyjną. W tym roku pokazane zostanie seryjne wcielenie modelu EQC, a w 2019 wdrożony zostanie pierwszy całkowicie elektryczny SUV nowej marki produktowo-technologicznej EQ. W ub.r. sporządzono szeroko zakrojone plany produkcji aut elektryczny. Modele EQ będą wytwarzane w istniejących fabrykach, na tych samych liniach produkcyjnych, co samochody konwencjonalne. Dodatkowo, Daimler AG tworzy sieć służącą produkcji akumulatorów. Składa się na nią pięć fabryk na trzech kontynentach.

Równocześnie koncern kładzie nacisk na rozwój ekosystemu dla elektrycznej mobilności. Obejmuje on nie tylko sam pojazd, ale całe portfolio związanych z

nim produktów i usług, sięgające od inteligentnych usług poprzez przechowywanie energii na potrzeby prywatne i komercyjne aż po przyjazny środowisku recykling. Celem zaoferowania nabywcom aut elektrycznych kompleksowej obsługi premium poszerzana jest też gama inteligentnych rozwiązań w zakresie ładowania akumulatorów. Jednym z istotnych posunięć jest tu utworzenie spółki joint venture IONITY, mającej na celu rozwój publicznej infrastruktury szybkiego ładowania, zlokalizowanej przy głównych trasach Europy.

Doświadczenie marki premium w zakresie sprzedaży i usług: online oraz offline

„W 2018 r. Mercedes-Benz Cars nadal największy priorytet nadaje strategii »Best Customer Experience«. Chcemy, aby nasi klienci byli usatysfakcjonowani i przygotowujemy dla nich liczne innowacje. W szczególności oznacza to konsekwentną cyfryzację i personalizację wszystkich kontaktów związanych ze sprzedażą oraz obsługą posprzedażną” – mówi Britta Seeger, Członek Zarządu Daimler AG odpowiedzialna za marketing i sprzedaż Mercedes-Benz Cars.

Mercedes-Benz oferuje klientom fascynujące doświadczenie, zarówno online, jak i offline. Aby dotrzeć do nabywców w ich własnych środowiskach życia, producent korzysta ze zróżnicowanych formatów. Cyfrowa marka Mercedes me pozwala im kontaktować się z Mercedes-Benz z dowolnego miejsca i o dowolnej porze – poprzez aplikację, stronę internetową lub bezpośrednio z samochodu. Wszystkie istniejące lub wdrażane w przyszłości usługi oferowane są pod wspólnym szyldem, na platformie internetowej Mercedes

me. Jak dotąd z takiego spersonalizowanego dostępu korzysta już ponad 1 mln klientów na 36 rynkach, a w 2018 r. dołączą do nich kolejne. Jedną z najnowszych funkcji Mercedes me jest „Cyfrowe przewidywanie”. Od 2017 r. pozwala ona klientom na bieżąco śledzić status produkcji zamówionego przez nich pojazdu. Mają oni w ten sposób podgląd kolejnych etapów, od chwili zamówienia aż po odbiór. Mercedes-Benz coraz częściej wykorzystuje cyfrowe formaty także w przypadku sprzedaży aut. Od 2016 r. nabywcy w Niemczech mogą korzystać z internetowego salonu samochodowego, a od lipca 2017 r., klikając myszką, mogą nabyć również auto używane. Celem na rok 2025 jest zwiększenie udziału światowej sprzedaży aut online do 25%.

Pomijając wszystkie cyfrowe aktywności Mercedes-Benz, w przyszłości kluczowy pozostanie osobisty kontakt z klientem w salonach sprzedaży. Tak jak dotąd, partnerzy Mercedes-Benz stanowią kręgosłup działalności sprzedażowej i odpowiadają za kompetentny kontakt z nabywcami. Z tego powodu w 2017 r. firma rozpoczęła modernizację swoich placówek. Salon przyszłości będzie łączył zalety światów cyfrowego i analogowego. Przykładowo, wprowadzone zostaną media pozwalające dokładnie obejrzeć wybrany samochód w cyfrowej rzeczywistości. W rezultacie proces doradztwa i sprzedaży zapewni nieznane dotąd doświadczenie marki oraz produktu. W obszarze obsługi posprzedażnej wdrożone zostaną nowe formy kontaktu z klientem. Przykładowo, przeglądy będzie można umawiać online.

Jedno jest dla Mercedes-Benz jasne: klienci i ich osobiste potrzeby są w centrum zainteresowania całego procesu zakupu i eksploatacji samochodu. Nieważne, w jakiej formie – każdy kontakt z Mercedes-Benz powinien

stanowiąc dla nich specjalne doświadczenie, czy to w świecie realnym, czy cyfrowym.

Wyniki sprzedaży jednostkowej Mercedes-Benz Cars

	Grudzień 2017 r.	Zmiana (%)	Styczeń- grudzień 2017 r.	Zmiana (%)
Mercedes-Benz	193 534	+1,7	2 289 344	+9,9
smart	11 895	-19,1	135 025	-6,5
Mercedes-Benz Cars	205 429	+0,2	2 424 369	+8,8
Sprzedaż jednostkowa Mercedes-Benz na poszczególnych rynkach				
Europa	75 423	-4,0	955 301	+6,4
- w tym: Niemcy	21 582	-14,3	303 528	+3,5
Azja i Pacyfik	72 685	+5,7	875 250	+19,2
- w tym: Chiny	48 140	+12,2	587 868	+25,9
NAFTA	40 367	+9,1	400 320	+1,3
- w tym: USA	35 203	+10,0	337 246	-0,9

Kontakt:

Aleksander Rzepecki

e-mail: aleksander.rzepecki@daimler.com

tel. +48 22 312 72 22