



Mercedes-Benz

Informacja prasowa

10 maja 2022 r.

## 25 lat Mercedes-Benz Polska – pionierskie osiągnięcia i zrównoważona przyszłość

Mercedes-Benz świętuje ćwierćwiecze swojej oficjalnej działalności na polskim rynku. Dynamiczny rozwój Mercedes-Benz Polska w tym okresie to zasługa połączenia uznanych produktów, wysokiej jakości obsługi oraz wyjątkowego wizerunku, którym producent cieszy się w naszym kraju od ponad 100 lat – pierwszy pojazd marki Benz pojawił się bowiem nad Wisłą już w 1904 r. Dziś Mercedes konsekwentnie realizuje w Polsce swoją strategię zrównoważonego luksusu, jako lider w sprzedaży aut luksusowych i zelektryfikowanych.

Historia motoryzacji w Polsce nierozdzielnie łączy się z Mercedesem. Samochody firm, które stworzyły dzisiejszy koncern ze Stuttgartu, były obecne na naszych drogach już w pierwszych dekadach XX wieku – pojazdy Daimlera sprzedawała i serwisowała wtedy na przykład placówka we Wrocławiu. A od okresu międzywojennego Mercedes-Benz regularnie prezentował swoje modele na targach w Poznaniu.

Początkiem współczesnej działalności marki w Polsce było stworzenie spółki Mercedes-Benz Polska – jako joint venture Mercedes-Benz AG oraz Sobiesław Zasada Ltd. Nastąpiło to 25 października 1996 r. Pierwszą lokalizacją firmy był „Dom bez kantów” przy ulicy Królewskiej, nad ówczesnym salonem Mercedes-Benz Sobiesława Zasady, gdzie do dzisiaj można podziwiać odnowiony kilka lat temu neon Mercedesesa.

Sprzedaż Mercedes-Benz Polska systematycznie rosła. W 1999 r. polskim klientom dostarczono 1674 samochody, rok później – 2132, w 2002 r. – 3220, a w 2003 r. – już 3527 aut. Dalsza ekspansja marki wiązała się między innymi z rosnącą popularnością użytkowych pojazdów z gwiazdą, które wspierały i wspierają rozwój polskiej przedsiębiorczości. Impuls sprzedażowy zapewnił tu model Vito.

Rok 2000 przyniósł miły, lokalny akcent – swoją premierę na targach Poznań Motor Show miała nowa wówczas generacja Klasy C (W 203). Cztery lata później Polska świętowała przystąpienie do struktur Unii Europejskiej, a pracownicy centrali Mercedes-Benz Polska w Warszawie przeprowadzili się z budynku Ilmet przy rondzie ONZ do nowej, imponującej siedziby przy ulicy Daimlera 1.

W 2008 r. firma Mercedes-Benz Polska została doceniona jako najlepsza spółka w gronie mniejszych organizacji handlowych w UE. W tym samym roku sprzedaż osiągnęła już poziom 4344 samochodów. Trzy lata później wprowadzono Lease & Drive – Mercedes-Benz jako pierwsza marka w Polsce zaproponowała klientom produkt

Mercedes-Benz Group AG | 70546 Stuttgart | telefon +49 7 11 17-0 | faks +49 7 11 17-22244 | [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).

leasingowy o charakterze wynajmu długoterminowego z niską miesięczną ratą i gwarantowaną wartością końcową.

Rok 2013 to nie tylko kolejny wzrost sprzedaży do 5570 samochodów, ale także otwarcie Stacji Mercedes. Ten przełomowy projekt kulturalno-marketingowy Mercedesa na warszawskim Powiślu pozwolił mocniej przemówić marce do młodszych klientów i przyciągnąć zupełnie nowe grupy nabywców. W tym samym czasie wystartował pierwszy sezon programu szkoleniowego AMG Driving Academy Poland, który jest realizowany do dziś i wciąż łączy podnoszenie umiejętności kierowcy z możliwością testowania potencjału sportowych Mercedesów-AMG w zamkniętych, bezpiecznych warunkach toru wyścigowego.

W 2016 r. firma Mercedes-Benz Polska świętowała 20 urodziny. W tym samym roku sprzedaż nowych samochodów osiągnęła poziom 11 787 egzemplarzy, w kolejnym wzrosła do 16 789 sztuk, a w 2018 otarła się o granicę 20 000 aut (19 609). Przekoczono ją już rok później – w 2019 r. polscy nabywcy odebrali ponad 20 000 nowych Mercedesów.

Strategia zrównoważonego rozwoju firmy jest realizowana zarówno w skali makro, jako transformacja w kierunku elektromobilności w połączeniu z redukcją śladu węglowego, jak i w skali mikro – na poziomie lokalnym. Pracownicy Mercedes-Benz Polska mają na koncie wiele proekologicznych inicjatyw, począwszy od eliminacji plastikowych opakowań i sortowania śmieci, aż po stworzenie pasieki na dachu warszawskiej siedziby firmy. Obecnie „pracuje” tam około 300 tys. pszczół.

"Jestem dumny ze wszystkich dealerów, partnerów serwisowych i własnego zespołu, dzięki którym w ciągu ostatnich 25 lat Mercedes-Benz mógł stale umacniać swoją pozycję w Polsce.

Mercedes-Benz jest dziś ikoną nowoczesnego luksusu, marką pożądaną, i rozwijającą się w sposób zrównoważony dla środowiska. Sukces ten nie byłby możliwy bez zaangażowania naszych pracowników, bez naszej sieci dealerskiej, która dba o najwyższy poziom obsługi, a przede wszystkim bez klientów, którzy nam zaufali i wybrali nasze samochody. Chciałbym im wszystkim podziękować – mówi Wolfgang Bremm von Kleinsorgen, prezes Mercedes-Benz Polska i szef Mercedes-Benz Cars Central & Eastern Europe.

"Wchodzimy w kolejne ćwierć wieku w świetnej formie - Polska jest już 13 rynkiem dla samochodów osobowych Mercedes na świecie, a nawet jesteśmy w czołówce Europy, jeśli chodzi o sprzedaż niektórych modeli. Należymy do największych lokalnych rynków dla nowej Klasy S, AMG GT 4-door Coupe lub GLE Coupe, a także modeli Mercedes-AMG. Nie chodzi tylko o same produkty, ale także o nasze inicjatywy: promujemy bezpieczną jazdę poprzez cykl szkoleń AMG i Mercedes-Benz Safety Experience czy zrównoważone korzystanie z samochodów podczas eventów EQ Tour, a dzięki karcie Mercedes me Charge i aplikacji Mercedes me oferujemy naszym klientom łatwe, intuicyjne ładowanie – dodaje prezes Mercedes-Benz Polska MBPL. "Przez następną ćwierć wieku firma Mercedes-Benz pozostanie wierna naszej pionierskiej misji: jako wynalazca samochodu, koncentrując się na kształtowaniu mobilności jutra i budowaniu najbardziej pożądaných samochodów".

Pozycję Mercedes-Benz Polska odzwierciedlają statystyki. W ciągu kilku ostatnich lat firma trzykrotnie zwiększyła sprzedaż na naszym rynku, w 2021 r. osiągając blisko 4,5-procentowy udział w rynku. Dziś Mercedes jest liderem w segmentach modeli luksusowych oraz zelektryfikowanych aut premium. Tylko w ubiegłym roku producent dostarczył w Polsce rekordową liczbę prawie 2200 samochodów z napędami alternatywnymi; stanowiły one około 11% wszystkich dostaw. Już teraz gama zelektryfikowanych Mercedesów-EQ obejmuje m.in. hybrydy plug-in o zasięgu do 100 km -Klasy C, Klasy S oraz GLE, a także w 100% elektryczne modele SUV

(EQA, EQB, EQC), limuzyny EQE i EQS, van dla rodziny EQV oraz zasilane prądem dostawcze modele Mercedes-Benz Vans. A już niebawem do oferty dołączy elektryczny luksusowy EQS SUV.

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 Group AG**

Mercedes-Benz Group AG to jeden z odnoszących największe sukcesy koncernów motoryzacyjnych na świecie. Grupa obejmująca Mercedes-Benz AG jest jednym z największych oferentów samochodów osobowych luksusowych i klasy premium oraz samochodów dostawczych. Mercedes-Benz Mobility AG oferuje kredyty, leasing, abonamenty samochodowe, wynajem samochodów, zarządzanie flotą, usługi cyfrowe związane z ładowaniem i płatnościami, pośrednictwo w zakresie ubezpieczeń oraz innowacyjne usługi mobilnościowe. Założyciele firmy, Gottlieb Daimler i Carl Benz, przeszli do historii, konstruując w 1886 roku pierwszy samochód. Motywacją i zobowiązaniem dla Mercedes-Benz, jako pioniera motoryzacji, jest kształtowanie przyszłości mobilności w sposób bezpieczny i zgodny z ideą zrównoważonego rozwoju. Firma stawia przy tym na innowacyjne i zielone technologie oraz na bezpieczne, wysokiej jakości pojazdy, które fascynują i zachwycają. Mercedes-Benz nieprzerwanie inwestuje w rozwój wydajnych napędów oraz wyznacza kierunek ku całkowicie elektrycznej przyszłości: Marka z trójramienną gwiazdą dąży do osiągnięcia celu, jakim jest motoryzacja w pełni elektryczna – wszędzie tam, gdzie pozwolą na to warunki rynkowe. Obierając ten strategiczny cel – przejście od „Electric first” do „Electric only” – Mercedes-Benz przyspiesza transformację prowadzącą do motoryzacji bezemisyjnej i opartej na oprogramowaniu. Ponadto przedsiębiorstwo intensywnie rozwija rozwiązania w zakresie inteligentnej łączności sieciowej swoich pojazdów i autonomicznej jazdy, a także nowe koncepcje mobilności. Odpowiedzialność za społeczeństwo i środowisko naturalne Mercedes-Benz postrzega jako wyzwanie oraz zobowiązanie. Mercedes-Benz oferuje swoje pojazdy i usługi w niemal wszystkich krajach świata, a jego zakłady produkcyjne zlokalizowane są w Europie, Ameryce Północnej i Łacińskiej, Azji oraz Afryce. Oprócz Mercedes-Benz, najcenniejszej na świecie luksusowej marki motoryzacyjnej (źródło: badanie Interbrand, 20.10.2021 r.), oraz Mercedes-AMG, Mercedes-Maybach, Mercedes EQ i Mercedes me, portfolio marek obejmuje również marki Mercedes-Benz Mobility: Mercedes-Benz Bank, Mercedes-Benz Financial Services i Athlon. Przedsiębiorstwo notowane jest na giełdach we Frankfurcie i Stuttgarcie (skrót giełdowy MBG). W 2020 roku koncern zatrudnił łącznie ok. 288 500 pracowników i sprzedał 2,8 mln pojazdów. Obroty w tym okresie kształtowały się na poziomie 154,3 mld euro, a zysk operacyjny EBIT wyniósł 6,6 mld euro.