



Mercedes-Benz

Mercedes-Benz niezmiennie liderem segmentu aut premium w Polsce w 2020 r.

Informacja prasowa

14 stycznia 2021 r.

Mimo wielkich wyzwań związanych z pandemią w ubiegłym roku Mercedes-Benz dostarczył w Polsce blisko 20 tysięcy nowych aut osobowych – i już czwarty rok z rzędu objął czołową pozycję w segmencie premium, wyprzedzając wszystkich swoich rywali.

W rezultacie producent uzyskał rekordowy, blisko 5-proc. udział w polskim rynku nowych samochodów. To między innymi zasługa świeżej, atrakcyjnej gamy modelowej, systematycznie przygotowywanej na wyzwania elektromobilności – i to z akceptacją klientów. W 2020 r. Mercedes-Benz Polska spełnił wyśrubowane cele emisji CO₂ dla naszego rynku, a udział hybryd plug-in i aut elektrycznych w sprzedaży osiągnął nowy rekordowy poziom. Znakomite wyniki uzyskały również sportowe modele Mercedes-AMG – w 2020 r. co 9. nowy Mercedes rejestrowany w Polsce to właśnie wariant AMG.

Miniony rok przyniósł nieoczekiwane i niewyobrażalne trudności w związku z pandemią koronawirusa. Mercedes-Benz Polska wraz ze swoimi dealerami szybko zareagował jednak na panujące ograniczenia, wprowadzając wygodne, często oparte na cyfrowych technologiach rozwiązania w komunikacji z klientami – tak, aby zapewnić zdrowie i bezpieczeństwo zarówno im, jak i pracownikom salonów oraz serwisów. Równocześnie producent ze Stuttgartu nie zwalniał tempa, jeśli chodzi o ofensywę modelową – wystarczy wspomnieć tu premiery odnowionej Klasy E z niespotykaną jak dotąd liczbą hybrydowych wersji plug-in, nowe modele Mercedes-AMG,

a nade wszystko premierę „najjaśniejszej gwiazdy”, czyli nowej generacji Klasy S.

Sprzedaż nowych osobowych Mercedesów w Polsce w 2020 r.

W rezultacie w ubiegłym roku nowe Mercedesy cieszyły się w naszym kraju niezmiennie wysokim popytem. Od stycznia do grudnia 2020 r. zarejestrowano w Polsce 19 656 osobowych aut z gwiazdą. Wynik ten czwarty rok z rzędu zapewnił Mercedes-Benz tytuł najchętniej wybieranej marki nowych samochodów premium na polskim rynku.

„Pomimo trudności i wyzwań, przed którymi wszyscy stanęliśmy w związku z pandemią koronawirusa - jako firma i jako społeczeństwo - Mercedes-Benz zdał egzamin. Utrzymaliśmy pozycję lidera sprzedaży marek premium, jesteśmy najmocniejszą motoryzacyjną marką w mediach (TOP MARKA 2020), mamy świetny produkt oferowany przez nowoczesną i dobrze rozbudowaną sieć dilerką. To cała tajemnica sukcesu. Mamy też za sobą rekordowy rok w segmencie elektromobilności - nasza gama pojazdów xEV rozrosła się do prawie 30 wariantów aut zelektryfikowanych i elektrycznych. I co najważniejsze, są one chętnie wybierane i doceniane przez rynek” – powiedział Wolfgang Bremm von Kleinsorgen, prezes Mercedes-Benz Polska oraz dyrektor zarządzający działem samochodów osobowych w klastrze Europa Centralna (Polska, Czechy, Słowacja, Węgry, Rumunia).

Nawet jeśli odliczyć Klasę V i jej elektryczny odpowiednik – EQV (łącznie 915 szt.), Mercedes-Benz wciąż pozostaje zdecydowanym liderem zestawienia segmentu aut premium w Polsce i wyprzedza konkurencyjne marki. A jeśli

uwzględnić sprzedaż osobowych wersji modeli Mercedes-Benz Vans (Citan, Vito, Marco Polo oraz Sprinter – łącznie 632 szt.), liczba rejestracji w 2020 r. przekracza pułap 20 tysięcy sztuk i wynosi 20 288 samochodów.

Przekłada się to na rekordowy udział Mercedesa w polskim rynku motoryzacyjnym – w 2020 r. wyniósł on 4,74%, co oznacza wzrost o 0,82 p.p.

Najchętniej wybierane modele Mercedes-Benz w Polsce w 2020 r.

Najchętniej wybieranymi modelami z gwiazdą wśród polskich klientów w 2020 r. były rodziny SUV-ów GLC i GLC Coupe (3965 egz.) oraz GLE i GLE Coupe (2391 aut), za którymi uplasowała się gama Klasa A z nadwoziem hatchback (2195 szt.).

Rosnąca popularność zelektryfikowanych i elektrycznych Mercedesów

Ofensywa modelowa Mercedes-Benz konsekwentnie koncentruje się na transformacji w kierunku mobilności elektrycznej – a oferta producenta systematycznie wzbogaca się o kolejne pojazdy zelektryfikowane oraz elektryczne. Poza w pełni zasilanymi prądem modelami EQC i EQV nabywcy mają do wyboru szeroką gamę hybryd plug-in w licznych segmentach rynku, w tym wśród popularnych aut kompaktowych oraz SUV-ów. Jak pokazują ubiegłoroczne wyniki, samochody te są coraz częściej wybierane przez klientów: w 2020 r. udział pojazdów typu xEV (elektryczne i zelektryfikowane) w sprzedaży Mercedes-Benz w Polsce osiągnął rekordowy poziom.

W rezultacie polski oddział producenta zrealizował wyśrubowane unijne cele emisji CO₂ dla naszego rynku.

Rekordowe wyniki Mercedes-AMG w Polsce w 2020 r.

Dla Mercedes-AMG ubiegły rok minął pod znakiem licznych nowości, m.in. w segmencie aut kompaktowych. Do rodziny aut sportowych dołączył najmocniejszy w historii limitowany model, AMG GT Black Series o mocy 720KM, a rodzina SUV-ów AMG została kompletnie odświeżona o wersje GLA 45 AMG, GLB 35 AMG, GLE 63 i GLS 63 AMG. Sportowe samochody z gwiazdą były w Polsce kupowane jeszcze chętniej niż w 2019 r. Lista najchętniej wybieranych modeli obejmowała: A 45S 4Matic+, G 63 oraz A 35 4Matic. W 2020 r. zarejestrowano na naszym rynku 1750 nowych aut Mercedes-AMG (+8%). Oznacza, że co dziewiąty nowo rejestrowany w Polsce Mercedes jest sygnowany przez submarkę z Affalterbach. W rezultacie nasz rynek jest czwartym co do wielkości rynkiem zbytu AMG w Europie po Niemczech, Wielkiej Brytanii i Szwajcarii.

Mercedes-Benz z tytułem Top Marka 2020

Siła marki spod znaku trójramiennej gwiazdy ma swoje odzwierciedlenie w doniesienia medialnych. W ubiegłorocznej, trzynastej edycji rankingu Top Marka Mercedes-Benz okazał się najsilniejszą medialnie marką motoryzacyjną w Polsce. Badanie co roku sporządzają magazyn „Press” oraz „PRESS-SERVICE Monitoring Mediów”, analizując publikowane przez rok materiały z prasy, internetu i mediów społecznościowych dotyczące 500 marek z 50 branż. Tym razem łącznie było to ponad 97 mln informacji. Na podstawie szeregu wskaźników wyłoniono najmocniejsze medialnie marki, którym przyznano tytuły Top Marka 2020. W kategorii marek motoryzacyjnych bezdyskusyjnie wygrał Mercedes-Benz, a w ogólnym zestawieniu zajął 8. miejsce, wyprzedzając m.in. telewizję TVN i Polsat.

Kontakt dla mediów:

Ewa Łabno-Falęcka

e-mail: ewa.labno-falecka@daimler.com

tel. +48 22 312 72 00

Tomasz Mucha

e-mail: tomasz.mucha@daimler.com

tel. +48 22 312 72 22

Mercedes-Benz AG w skrócie

Mercedes-Benz AG odpowiada za globalną działalność biznesową Mercedes-Benz Cars i Mercedes-Benz Vans, zatrudniając na całym świecie ponad 173 000 pracowników. Prezesem Zarządu Mercedes-Benz AG jest Ola Källenius. Firma koncentruje się na rozwoju, produkcji i sprzedaży samochodów osobowych i dostawczych oraz usług. Ponadto, dzięki swoim pionierskim innowacjom, aspiruje do miana lidera w dziedzinie łączności, zautomatyzowanej jazdy oraz alternatywnych układów napędowych. Gama produktów obejmuje markę Mercedes-Benz wraz z submarkami Mercedes-AMG, Mercedes-Maybach i Mercedes me, a także markę smart oraz markę produktowo-technologiczną w segmencie elektromobilności – EQ. Mercedes-Benz AG jest jednym z największych producentów osobowych aut premium. W 2019 r. sprzedał blisko 2,4 miliona samochodów osobowych i ponad 438 tysięcy pojazdów dostawczych. W swoich dwóch segmentach biznesowych stale rozwija światową sieć produkcyjną, liczącą ponad 40 zakładów na czterech kontynentach, a jednocześnie przygotowuje się do spełnienia wymogów w zakresie elektromobilności. W tym samym czasie, na trzech kontynentach, firma buduje globalną sieć produkcji akumulatorów. Decydującą rolę w obu segmentach odgrywają działania zrównoważone. Dla Mercedes-Benz AG zrównoważony rozwój oznacza generowanie wartości trwałej dla wszystkich interesariuszy: klientów, pracowników, inwestorów, partnerów biznesowych oraz całego społeczeństwa. Podstawę stanowi tu zrównoważona strategia biznesowa Daimlera, w ramach której firma bierze odpowiedzialność za ekonomiczne, ekologiczne i społeczne skutki swojej działalności biznesowej z uwzględnieniem całego łańcucha wartości.