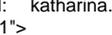




Absatzjubiläum bei Mercedes-Benz

Absatzjubiläum bei Mercedes-Benz
Weltweit über 100.000 CLA in Kundenhand - Insgesamt 800.000 Kompaktwagen verkauft.
Das kompakte viertürige Coupé ist besonders in Deutschland und den USA beliebt. Ola Källenius: "100.000 verkaufte CLA und insgesamt 800.000 neue Kompakte zeigen ganz klar: Mit unserer Modelloffensive im Kompaktwagensegment treffen wir genau ins Schwarze." Stuttgart - Seit seiner Markteinführung in Europa im April 2013 hat Mercedes-Benz über 100.000 CLA an Kunden in aller Welt übergeben. Insgesamt hat die Marke mit dem Stern von ihrer neuen Kompaktwagen generation bereits über 800.000 Fahrzeuge verkauft. Allein seit Anfang des Jahres waren es über 250.000 A-, B-, GLA- und CLA-Klassen. "100.000 verkaufte CLA und insgesamt 800.000 neue Kompakte zeigen ganz klar: Mit unserer Modelloffensive im Kompaktwagen segment treffen wir genau ins Schwarze", sagte Ola Källenius, Mitglied des Bereichsvorstandes Mercedes-Benz Cars zuständig für Vertrieb. "Die Modelle sind Monat für Monat einer unserer wichtigsten Wachstumstreiber weltweit." Im Rahmen der Wachstumsstrategie "Mercedes-Benz 2020" führt der Stuttgarter Premiumhersteller zurzeit die größte Modelloffensive seiner Unternehmensgeschichte durch. Ziel ist es, loyale Kunden weiterhin an die Marke zu binden und gleichzeitig für neue Zielgruppen noch attraktiver zu werden. Die neuen Kompaktwagenmodellen beweisen: Die Strategie zeigt konkrete Erfolge. Vor allem mit dem CLA und der A-Klasse gewinnt Mercedes-Benz weltweit neue und deutlich jüngere Kunden. Große Erfolge erzielt der CLA auf seinem wichtigsten Einzelmarkt, den USA. Jedes vierte Fahrzeug der Baureihe wird von einem amerikanischen Kunden gefahren. Seit der Markteinführung vor knapp einem Jahr wurden in den USA rund 27.000 CLA verkauft. Zum ersten Mal ist dort ein Modell für knapp 30.000 US-Dollar erhältlich. Mit dem CLA bietet Mercedes-Benz dort erstmals ein Fahrzeug im Kompaktwagen segment an. Das kompakte Coupé ist damit das neue Einstiegsmodell der Marke. In den USA sind CLA-Fahrer im Schnitt 45 Jahre alt und damit rund zehn Jahre jünger als die amerikanischen Mercedes-Benz Kunden im Durchschnitt. Hier ist auch die Eroberungsrate des Modells besonders hoch: 8 von 10 Kunden sind zuvor ein Wettbewerbsfahrzeug gefahren. Seit September letzten Jahres ist auch der CLA als AMG-Modell erhältlich. Seit Marktstart des CLA 45 AMG konnte die Performance-Marke von Mercedes-Benz den Absatz im Hauptmarkt USA im vergangenen Jahr nachhaltig steigern: Mit einem Wachstum von rund 20 Prozent lag das Absatzvolumen deutlich über dem des Vorjahres. Nach dem CLA ist mit der B-Klasse Electric Drive seit Mitte Juli das zweite Kompaktmodell in den USA erhältlich. Das elektrisch angetriebene Premiumfahrzeug wird Ende 2014 auch in Europa eingeführt. Zusätzlich ergänzt als drittes Modell ab September der GLA die Kompaktwagenfamilie in den USA. Außerhalb der USA ist die größte Absatzregion der CLA-Klasse Westeuropa mit einem Anteil von rund 30 Prozent. Hier ist das kompakte Coupé seit Mitte April 2013 erhältlich. Auch in dieser Region überzeugt es die Kunden: Rund 50 Prozent der Käufer fuhren vorher ein Fahrzeug einer anderen Marke. Wichtigste Märkte in Europa sind Deutschland und Großbritannien. Mit einem cw-Wert von nur 0,22 gehört das viertürige Coupé zu den cw-Weltmeistern für Serienautos und ist damit das aerodynamischste Fahrzeug seines Segments. Die sportliche Positionierung des CLA unterstreichen die meisten Kunden noch: Die beliebteste Motorisierung ist der CLA 250, oft begleitet vom Night Paket als zusätzliche Ausstattung. Besonders oft wird eine Lackierung in calcitweiß gewählt. Passend dazu ist bei den Polsterungen die Kombination von Stoff und Ledernachbildung in schwarz/ anthrazit am beliebtesten. Ebenso häufig werden die Bi-Xenon Scheinwerfer und die Pre-Safe Bremse als besonderes Sicherheitsmerkmal bestellt. Der CLA wird seit Januar 2013 im Mercedes-Benz Werk in Kecskemet, Ungarn, produziert. Das 2012 eröffnete Werk fertigt darüber hinaus im Verbund mit dem deutschen Werk Rastatt die B-Klasse. Als drittes Produkt am ungarischen Standort wird zukünftig auch der neue CLA Shooting Brake vom Band laufen, der ab dem ersten Halbjahr 2015 als fünftes Mitglied die Kompaktwagenfamilie ergänzt. Weitere Informationen von Mercedes-Benz sind im Internet verfügbar: www.media.daimler.com und www.mercedes-benz.com Der Mercedes-Benz Vertrieb Deutschland (MBVD) steuert von seiner Zentrale in Berlin den Vertrieb und Service der Marken Mercedes-Benz, smart und Fuso in Deutschland. Mit rund 1.130 Mercedes-Benz, 360 smart sowie 160 Fuso Vertriebs- und Servicestützpunkten bietet der MBVD seinen Kunden ein bundesweit dichtes Betreuungsnetz. Weitere Informationen sind im Internet verfügbar unter www.mbvd.de Disclaimer: Dieses Mail kann vertrauliche Informationen enthalten. Wenn Sie nicht der Adressat sind, sind Sie nicht zur Verwendung der in dieser Mail enthaltenen Informationen befugt. Bitte benachrichtigen Sie uns sofort über den irrtümlichen Empfang. Ansprechpartner: Sofia Stauber Telefon: +49 711 17 40598 E-Mail: sofia.stauber@daimler.com Ansprechpartner: Katharina Bittner Telefon: +49 711 17-33806 E-Mail: katharina.bittner@daimler.com 

Pressekontakt

Mercedes

70327 Stuttgart

sofia.stauber@daimler.com

Firmenkontakt

Mercedes

70327 Stuttgart

sofia.stauber@daimler.com

Herausgeber einer fahrzeugbezogenen Tank- und Servicekarte für Mercedes-Benz Nutzfahrzeuge und Transporter