



Mercedes-Benz
Presseinformation
Mittwoch, 20. Januar 2021

Mercedes-Benz Belgium Luxembourg

Durchbruch der Elektrifizierung mit 19,2% xEV-Mix und digitaler Beschleunigung im herausfordernden Jahr 2020

Inhalt

- | | |
|---|----------|
| 1. Fakten und Zahlen – Mercedes-Benz Cars 2020 | Seite 2 |
| 2. Die Elektrifizierung schreitet voran: 19,2 % xEV | Seite 5 |
| 3. Digitalisierung
Best Customer Experience 4.0
schaltet einen Gang höher mit
virtuellem Showroom und App-
Familie Mercedes me | Seite 7 |
| 4. Mercedes-Benz-Strategie | Seite 9 |
| 5. AMG Motorsport –
Mercedes-Benz überträgt Wissen aus der Formel
1 und Formel E in die Serienproduktion | Seite 12 |
| 6. Mercedes-Benz beim Luxemburger
Autofestival 2021 | Seite 13 |



1. Fakten und Zahlen - Mercedes-Benz Cars 2020

Trotz der großen Herausforderungen durch die COVID-19-Pandemie hat Mercedes-Benz im fünften Jahr in Folge mehr als zwei Millionen Autos weltweit ausgeliefert. Die fortgeschrittene Digitalisierung von Vertrieb und Service ermöglichte es Mercedes-Benz, auf die sich schnell ändernde Situation und die verschiedenen regulatorischen Anforderungen während der Pandemie zu reagieren. In seinem Streben nach CO₂-Neutralität hat Mercedes-Benz im Jahr 2020 einen Gang höher geschaltet. Im Jahr 2020 wurden weltweit bedeutende Fortschritte mit einem starken Anstieg bei Auslieferungen von xEV-Fahrzeugen erzielt. Mehr als 160.000 Plug-in-Hybride und vollelektrische Fahrzeuge wurden von Mercedes-Benz verkauft (+228,8 %), davon 87.000 Einheiten im vierten Quartal. Dadurch stieg der Anteil an xEV-Fahrzeugen von 2 % im Jahr 2019 auf 7,4 % im vergangenen Jahr. Die interne Berechnung zeigt, dass Mercedes-Benz das europäische CO₂-Ziel für Pkws erreicht haben wird.

In Luxemburg wurde der vielversprechende Jahresauftakt mit einem hervorragenden Autofestival durch die weltweite Pandemie im Keim erstickt. Ein guter Start bedeutet, dass Mercedes-Benz das Jahr mit 4.849 Zulassungen (2019: 5.395) abgeschlossen hat, was einem gestiegenen Marktanteil von 10,7 % (2019: 9,8 %) entspricht. Das bestätigt die Führung von Mercedes-Benz im Segment der Premiummarken. Mit einem Mix von 19,2% x-EV im Jahr 2022 wurde ein wichtiger Schritt zur Realisierung der Vision Ambition 2039 gemacht, die eine CO₂-neutrale Flotte bis 2039 vorsieht. Dabei hat sich der Motorisierungsmix des Umsatzes deutlich verändert. Der Absatz von elektrifizierten Fahrzeugen lag bei 6.649 Einheiten, ein Plus von 613 % gegenüber 2019. Mit einem xEV-Mix von 19,2 % schneidet Mercedes-Benz deutlich besser ab als der Marktdurchschnitt von 14,4 %.

Insgesamt wurden weltweit 38.391 Fahrzeuge der Marke smart an Kunden übergeben (-67,1%). Der größte Markt für smart war Deutschland. Dort wurde die starke Nachfrage nach reinen Elektromodellen durch die Förderung der Bundesregierung angekurbelt, was zu einer Verdoppelung der Auslieferungen von Elektro-Smarts führte (+104,9 %). In Belgien verzeichnete die Marke smart, die seit 2020 vollelektrisch ist, 150 Zulassungen (2019: 224).

Kompaktwagen

2012 führte Mercedes-Benz die Kompaktwagen ein, und seither stellen wir eine wachsende Bedeutung dieses Segments für den Erfolg der Marke fest. Mit einem Anteil von 55 % sind A-Klasse Kombilimousine und Limousine, B-Klasse, CLA Coupé und Shooting Brake, GLA und GLB in Luxemburg beliebter denn je, sowohl bei Privatpersonen als auch im Flottenmarkt. Als drittbestverkauftes Fahrzeug in Belgien ist die A-Klasse besonders beliebt. Das sportliche Design und die Hightech-Gadgets an Bord sind ein nicht zu unterschätzendes Verkaufsargument. Das Infotainmentsystem MBUX spielt bei der Kaufentscheidung von Jung und Alt eine große Rolle. Hinzu kommt die Motorenpalette, darunter die neueste Generation von 4-Zylinder-Dieselmotoren (OM 654q) aus eigener Entwicklung. Dieser neue Motor ist besonders leicht, kompakt, leise und erfüllt die strengste Abgasnorm Euro 6d.

<https://media.mercedes-benz.be/180-d-und-200-d-sind-bereit-fuer-die-zukunft/>

SUVs

SUVs sind seit Jahren ein fester Bestandteil der Marke. Vor genau 25 Jahren – im Januar 1996 – wurde die erste Studie der ein Jahr später entstehenden M-Klasse vorgestellt. Es war der Beginn einer Erfolgsgeschichte. Im Jahr 2020 hatte das gesamte SUV-Segment in Luxemburg einen Marktanteil von 29 % innerhalb des Mercedes-Benz-Portfolios. Absolute Renner waren in diesem Jahr GLC und GLE sowohl mit klassischem Antrieb als auch in der Plug-in-Hybrid-Version.

C-Klasse-Familie

Die C-Klasse bleibt ein Top-Performer im Flottenmarkt und verzeichnet mit 3.750 Einheiten und einem Marktanteil von 29 % im Premiumsegment ein starkes Ergebnis, obwohl sich das Modell am Ende seines Lebenszyklus befindet und einen Anteil von 12 % an der Marke hat. Anfang 2021 wird die neue C-Klasse-Familie vorgestellt. Die neue Baureihe, die sowohl traditionelle Verbrennungsmotoren als auch Plug-in-Hybride der dritten Generation umfasst, wird in den luxemburgischen Showrooms im Frühjahr erwartet.

E-Klasse-Familie

Die E-Klasse erhielt im Frühjahr 2020 einen neuen Look mit sportlichem Styling und zahlreichen Verbesserungen, wie dem neu gestalteten, haptischen Lenkrad, dem aktiven Abstandsassistenten DISTRONIC mit streckenbezogener Geschwindigkeitsanpassung, MBUX mit LINGUATRONIC-Sprachsteuerung (serienmäßig) und Augmented Reality. Diese Elemente trugen dazu bei, dass die E-Klasse-Familie mit 2.423 Einheiten Marktführer in ihrem Segment wurde – mit einem Anteil von 7,6 % am Portfolio von Mercedes-Benz Cars.

Mercedes-AMG

Dank der Submarke Mercedes-AMG kann jedes Modell der Baureihe extrem sportlich ausgestattet werden – von den Compact Cars mit 35 und 45 S AMG über die sportlichen Limousinen und Kombis wie den E 53 oder E 63 S AMG bis hin zu den SUVs mit zum Beispiel dem GLE 53 AMG.

Seit 2015 vertreibt Mercedes-AMG auch die sportlichen GTs, die sich ebenfalls eines wachsenden Interesses erfreuen. Dank einer breiten Palette blieb der Anteil im Jahr 2020 stabil bei 3%. Die Leistung der Kompaktwagen mit einem Anteil von 37 % und 18 % bei den GTs darf hier nicht unterschätzt werden.

S-Klasse

Im vergangenen Jahr war die S-Klasse mit rund 60.000 Einheiten (-17,2 %) erneut die weltweit meistverkaufte Luxuslimousine. Die neue S-Klasse, die im September von Mercedes-Benz vorgestellt wurde, kam bei den Kunden sehr gut an. Mit weltweit mehr als 40.000 Bestellungen wurde der Auftragseingang nach dem Verkaufsstart des Vorgängers bereits übertroffen. Auch in Belgien und Luxemburg, wo wir bereits rund 100 Bestellungen erhalten haben, sehen wir ein großes Interesse an der neuen S-Klasse.

Seit Generationen steht die S-Klasse für die Faszination von Mercedes-Benz: legendäres und traditionsreiches technisches Know-how, das das Segment der Luxuswagen in der Automobilbranche immer wieder neu definiert. Das Flaggschiff setzt immer wieder neue Maßstäbe in Bezug auf Qualität, Komfort, Sicherheit und technologische Innovationen.

Mit der zweiten Generation von MBUX (Mercedes-Benz User Experience) oder „Hey Mercedes“, einschließlich 3D-Fahrerdisplay, nutzt die neue S-Klasse weitreichende Digitalisierung und Konnektivität, und dank des selbstlernenden Systems kann das Auto empathisch auf die Bedürfnisse und Wünsche von Fahrer und Insassen reagieren. Darüber hinaus ist die neue S-Klasse mit den neuesten Generationen des serienmäßigen

Fahrerassistenzpakets und des Presafe-Moduls ausgestattet, um den Aufprall im Fall einer Kollision zu minimieren. Zusätzliche Airbags sollen zudem für maximale Sicherheit der Insassen sorgen. Bei einem schweren Seitenaufprall positioniert sich der neue Airbag in der Mitte zwischen Fahrer und Beifahrer und reduziert so die Gefahr eines Kopfaufpralls. Der Airbag ist in der Rückenlehne des Fahrersitzes in der Mitte des Fahrzeugs integriert. Die röhrenförmige Struktur des innovativen Heckairbags misst ca. x Liter, das Gesamtvolumen des ausgelösten Airbags beträgt 70 Liter.

Die S-Klasse ist zwar ein großes Auto – 54 mm länger als der Vorgänger (+34 mm zusätzlich bei der Langversion) –, aber dank der ausgeklügelten Hinterachslenkung ist die S-Klasse in der Stadt genauso agil wie ein Kompaktwagen. Der Lenkeinschlag an der Hinterachse beträgt maximal 10 Grad. Der Wendekreis wird durch die Hinterachslenkung um bis zu 2 Meter reduziert.

<https://media.mercedes-benz.be/die-neue-mercedes-benz-s-klasse/>

Pierre-Emmanuel Chartier ist neuer CEO von Mercedes-Benz BeLux und Mercedes-Benz Cars Niederlande

Am 1. September übernahm Pierre-Emmanuel Chartier, ehemaliger Head of Market Operations von Mercedes-Benz Cars Portugal und CEO von Mercedes-Benz Portugal, die neue Funktion als CEO in den Beneluxländern. Er trat damit die Nachfolge von Niels Kowolik an, der Ende August CEO von Mercedes-Benz Schweden/Dänemark wurde.

Pierre Emmanuel Chartier begann seine Karriere 1995 bei Mercedes-Benz Frankreich, wo er verschiedene Managementpositionen im Bereich Marketing und Vertrieb in der Großhandelsorganisation und im Own Retail innehatte. Nach Stationen als Assistent des Geschäftsführers von Mercedes-Benz Cars, Bezirksleiter, Produktmanager und Leiter des smart-Vertriebs in Frankreich wurde er 2006 General Manager von Own Retail Mercedes-Benz und smart in Südfrankreich. Im Jahr 2011 übernahm er die Verantwortung als Head of Sales von Mercedes-Benz Cars & smart in Frankreich, bevor er im Januar 2014 General Manager von Own Retail Frankreich wurde. Im September 2014 war Chartier am Aufbau der Region Overseas in Stuttgart beteiligt, zunächst als Director of Operations und später als Customer Services Director. Seit Juli 2018 stand er an der Spitze von Mercedes-Benz Portugal. Seit dem 1. September 2020 setzt er seine Laufbahn in Beneluxländern fort.

2. Die Elektrifizierung schreitet voran: 19,2 % entscheiden sich für einen xEV

Im Jahr 2020 verdreifachte Mercedes-Benz seinen weltweiten xEV-Absatz, und in Belgien betrug der Anteil an xEV-Fahrzeugen im gleichen Jahr 19,2 %. Das laufende Jahr 2021 steht bei Mercedes-Benz für eine deutliche Beschleunigung der Elektrifizierung. Mercedes-Benz hat sechs vollelektrische Modelle geplant, während vier neue Mercedes-EQ-Modelle im Jahr 2021 eingeführt werden sollen: EQA, EQB, EQE und EQS. Die Plug-in-Hybrid-Familie von Mercedes-Benz, die derzeit aus mehr als 20 Modellvarianten besteht, wird durch elektrische Tochtermodelle der C-Klasse und der S-Klasse weiter ergänzt. Mercedes-Benz Cars erwartet daher, seinen xEV-Anteil weltweit weiter zu erhöhen und das europäische CO₂-Ziel erneut zu erreichen.

EQA

Mit dem neuen EQA zeigt Mercedes-Benz, wie die EQ-Strategie auf das Kompaktwagensegment übertragen werden kann. Die Serienversion des vollelektrischen Cousins des GLA steht auf der neuen, für Kompakt- und Mittelklassemodelle entwickelten MMA-Plattform „Electric first“. Der EQB, der größere vollelektrische große Bruder des EQA, wird später folgen.

EQS

Die neue Generation von Elektroautos im Luxus- und Executive-Segment basiert auf einer speziell entwickelten EVA-Architektur, die in jeder Hinsicht skalierbar ist und in allen Modellreihen eingesetzt werden kann. Der Radstand und die Breite sowie alle anderen Systemkomponenten, insbesondere die Batterien, sind durch den modularen Aufbau variabel. Das Konzept wurde auf alle Anforderungen einer zukunftsorientierten, vollelektrischen Modellfamilie hin optimiert. Diese Fahrzeugarchitektur ermöglicht es Mercedes-Benz, eine Vielzahl von Elektroautos zu bauen – von der Limousine bis zum großen SUV.

Der EQS ist das erste vollelektrische Fahrzeug, das auf dieser neuen EVA-Plattform gebaut wird. Die Reichweite des EQS wird bis zu 700 km (WLTP) betragen. Er wird u. a. mit dem ultraintelligenten Multimediasystem MBUX Hyperscreen und einem zertifizierten Luftfiltersystem ausgestattet sein. Das sind nur einige Beispiele für die innovativen Technologien der EVA-Plattform, auf der vier Mercedes-EQ-Modelle aufgebaut sind.

<https://media.mercedes-benz.be/eqs-kommt-2021-und-ist-erstes-modell-auf-der-neuen-elektroarchitektur/>
<https://media.mercedes-benz.be/eqs-mit-einzigartigem-mbux-hyperscreen-ganz-grosses-auto-kino/>

Hybridtechnologie der dritten Generation

Mercedes-Benz bietet mehr als 20 Modellvarianten mit einem Plug-in-Hybridantrieb an. Mittlerweile hat die dritte Generation ihren Auftritt; im Segment der Kompaktwagen.

Die Kombination des Elektromotors mit dem 1,33-Liter-Vierzylindermotor bei den Kompaktmodellen ergibt eine Leistung von 160 kW (218 PS) und ein maximales Drehmoment von 450 Nm. Die Eigenschaft des Elektromotors – die Verfügbarkeit des vollen Drehmoments beim Anfahren – hat den positiven Effekt, dass die kompakten Plug-in-Hybride sofort auf das Gaspedal reagieren. Die Leistung ist also beeindruckend. So sorgt der A 250 e dafür, dass der klassische Sprint von 0 auf 100 km/h in nur 6,6 Sekunden absolviert wird. Neben einer großen Portion Fahrspaß sorgt der kompakte Antrieb deshalb auch für Effizienz und Alltagstauglichkeit mit einer Reichweite von bis zu 70 km (WLTP).

Der GLE 350 de und GLE 350 e SUV & Coupé beeindrucken durch ihre hohe rein elektrische Reichweite: Dank einer Batterie mit einer Kapazität von 31,2 kWh sind sie in der Lage, bei entsprechender Fahrweise fast 100 Kilometer (WLTP) zu fahren, was für einen Plug-in-Hybrid einzigartig ist. Die gleiche Technologie mit ähnlicher Autonomie wird in der neuen S-Klasse mit PiH-Benzinern zu finden sein, die im Frühjahr 2021 vorgestellt wird.

Intelligente Bedienungsstrategie unterstützt den Fahrer

Unter anderem nutzten die Mitarbeiter von Mercedes-Benz Research die Eingaben der EQ Ready App, um die durchschnittlich zurückgelegten Strecken der Fahrer von Elektroautos zu ermitteln. Die Analyse ergab, dass eine rein elektrische Reichweite von 50 Kilometern für 90 Prozent aller Fahrten ausreichend ist. Der Anteil der längeren Fahrten wird kleiner – über 90 Prozent aller Fahrten sind kürzer als 100 Kilometer und die große Mehrheit der Fahrten ist kürzer als 400 Kilometer. Die Plug-in-Hybride der dritten Generation erfüllen diese Anforderung daher perfekt.

Darüber hinaus unterstützt die Fahrzeugelektronik der Plug-in-Hybrid-Modelle den Fahrer mit einer intelligenten und streckenbezogenen Bedienungsstrategie, um eine sparsame Fahrweise an den Tag zu legen bzw. um eine möglichst lange Fahrzeit mit einer Batterieladung und möglichst kurze Ladezeiten zu gewährleisten. Diese Strategie empfiehlt den für die jeweilige Situation sinnvollsten elektrischen Fahrmodus und berücksichtigt dabei z. B. Navigationsdaten, Topografie, Geschwindigkeitsbegrenzungen und Verkehrsbedingungen für die gesamte geplante Route. Der so genannte ECO Assist unterstützt den Fahrer wie ein Coach und hilft, Strom und Kraftstoff zu sparen. Bei konsequenter Befolgung der ECO-Assist-Empfehlungen kann der Verbrauch um bis zu fünf Prozent gesenkt werden.

Plug-in-Hybrid mit CO₂-Einsparungspotenzial

Die Umweltexperten von Daimler betrachten bei der Beurteilung der Umweltverträglichkeit eines Automodells die Emissionen und den Ressourcenverbrauch über den gesamten Lebenszyklus: von der Rohstoffgewinnung über die Produktion und Nutzung bis hin zum Recycling. Trotz des höheren Energieverbrauchs bei der Herstellung eines Hybrids fällt die Ökobilanz positiv aus. Tatsache ist, dass die CO₂-Emissionen bei der Produktion eines Plug-in-Hybrids der dritten Generation von Mercedes-Benz um etwa 20 Prozent höher sind als bei einem vergleichbaren Modell mit konventionellem Antriebsstrang, was vor allem an der Hochvoltbatterie liegt.

Die konsequente Nutzung der Plug-in-Funktion, also das regelmäßige Aufladen der Batterie über das Netz, kombiniert mit einer verbesserten Effizienz beim Fahren, reduziert den CO₂-Ausstoß um 40 Prozent.

Wird die Starterbatterie ausschließlich mit Ökostrom geladen, steigt die CO₂-Einsparung der Plug-in-Hybridmodelle von Mercedes-Benz sogar auf 70 Prozent. Die großen Batterien der aktuellen Plug-in-Hybrid-Generation sorgen im Zusammenspiel mit den leistungsstarken Elektromotoren für einen effizienten Betrieb, auch wenn die rein elektrische Reichweite aufgebraucht ist.

Mercedes-AMG

Mercedes-AMG ist davon überzeugt, dass das Bedürfnis nach individueller Mobilität auf der ganzen Welt weiter wachsen wird, einschließlich der Nachfrage nach außergewöhnlichen Modellen und Erlebnissen. Es ist die Aufgabe von AMG, den modernen Luxus von Mercedes-Benz und den Performance-Luxus, der Mercedes-AMG innewohnt, neu zu definieren. Es besteht kein Zweifel, dass begehrenswerter, zeitgemäßer Luxus sowohl langlebig als auch faszinierend sein muss.

Deshalb bietet Mercedes-AMG demnächst in jedem Segment verschiedene elektrifizierte Alternativen unter dem Label „EQ Performance“ an. Die Pläne reichen von elektrifizierten Antriebssträngen über Performance-Hybride bis hin zu vollelektrischen Fahrzeugen aus Affalterbach.

3. Digitalisierung

Best Customer Experience 4.0 schaltet einen Gang höher mit virtuellem Showroom und App-Familie Mercedes me

„Mit Best Customer Experience 4.0“ geht die Marke Mercedes-Benz auf die veränderten Bedürfnisse der Kunden im digitalen Zeitalter ein. Kunden sollte ein nahtloses und komfortables Luxuserlebnis geboten werden, wenn sie mit Mercedes-Benz in Kontakt treten wollen – unabhängig von Zeit, Ort oder Kanal, den sie nutzen. Deshalb kombiniert Mercedes-Benz seine physischen Verkaufsstellen mit den digitalen Kanälen und wartet mit innovativen Händler- und Standortkonzepten auf. Gleichzeitig erwartet Mercedes-Benz, bis zum Jahr 2025 gemeinsam mit seinen Vertriebspartnern ein Viertel der weltweiten Pkw-Verkäufe über Online-Kanäle zu erreichen. Die Digitalisierung des Vertriebs umfasst auch die Werkstatt- und Kundendienstaktivitäten: Mercedes-Benz erwartet, dass bis 2025 80 Prozent aller Servicetermine online gebucht werden.

Online Sales platform

Die Online-Buchung einer Probefahrt oder eines Termins in der Werkstatt war bereits gängige Praxis. Ab Sommer 2020 haben alle Mercedes-Benz-Händler einen virtuellen Showroom. Mit diesem Online-Tool können Verbraucher den Mercedes ihrer Träume nicht nur konfigurieren, sondern auch über die Website bestellen. Mit dieser nationalen Abdeckung setzen wir voll auf die weitere Digitalisierung unseres Geschäfts. Kunden, die einen Mercedes über unseren „Online-Konfigurator“ zusammenstellen, erhalten auch ein Angebot für ein sofort lieferbares Fahrzeug aus dem Lager.

Von der App zum digitalen Ökosystem: Eine neue Generation von Mercedes-me-Apps

2015 brachte Mercedes-Benz die Mercedes-me-App auf den Markt, mit der ein Fahrzeug mit dem Smartphone verknüpft werden kann. Im Jahr 2020 wurde damit die Grundlage für die Entwicklung eines digitalen Ökosystems geschaffen, in dem neue Dienste schnell und flexibel entwickelt werden können. Die Mercedes-me-App besteht aus drei Komponenten: Mercedes me, Mercedes me Store und Mercedes me Service.

Die neuen Mercedes-Benz-Apps sind in vierzig Ländern verfügbar und verknüpfen grundlegende Funktionen mit maximalem Kundenkomfort. Diese neue Generation macht es für Kunden noch einfacher, Mercedes-Benz rund um die Uhr zu erreichen. Sie können einen Servicetermin bei ihrem bevorzugten Händler vereinbaren oder sogar ihr nächstes Reiseziel über die App an das Auto senden. Alle Mercedes-me-Apps sind eng miteinander verknüpft, sodass nur ein einziger Login auf Basis der Mercedes-me-ID erforderlich ist. Auch wenn jede App ihre eigenen Funktionen hat, kann der Benutzer schnell und intuitiv zwischen den drei Apps wechseln.

Die **Mercedes-me-App** verbindet das Smartphone mit dem Fahrzeug des Besitzers. Damit sind wichtige Statusinformationen wie beispielsweise Kilometerstand, Reichweite oder Reifendruck schnell abrufbar. Zusätzlich können über die App digitale Befehle an das vernetzte Auto gegeben werden. Denken Sie beispielsweise an das Einschalten der Standheizung, das Bedienen des Verdecks oder der Seitenfenster oder auch an das Aufleuchten der Scheinwerfer in einer dunklen Garage.

Die **Mercedes-me-Store-App** bietet einen komfortablen Zugriff auf die digitalen Produkte von Mercedes-Benz. Sie bietet einen schnellen Überblick über jeden der mehr als 80 digitalen Dienste und On-Demand-Funktionen von Mercedes me. Diese können jederzeit über das Smartphone erweitert werden.

Die **Mercedes-Me-Service-App** erinnert rechtzeitig an Servicetermine für Wartung oder Reparatur. Sie zeigt

aktive Warnhinweise an und empfiehlt entsprechende Maßnahmen, wie z. B. die Überprüfung des Reifendrucks an der nächsten Tankstelle. Der Termin mit der Werkstatt kann direkt über das Smartphone gebucht werden. Die App bietet außerdem praktische Anleitungsvideos mit interessanten Informationen zur idealen Nutzung des Fahrzeugs.

Darüber bietet Mercedes-Benz auch die Möglichkeit, ältere Modelle (bis einschließlich 2002) mit dem Mercedes-Benz-Adapter auszurüsten. Nach der Kopplung des Adapters mit einem Smartphone sind Konnektivitätsdienste also nicht mehr nur Kunden vorbehalten, die ein neues Auto kaufen. Mehr als eine halbe Million Autos weltweit sind inzwischen mit dem Adapter ausgestattet. Seit August dieses Jahres können Kunden den Adapter selbst in ihren Mercedes-Benz einbauen und müssen nicht mehr einen zertifizierten Servicepartner aufsuchen. Ein spezieller Bereich in der App führt den Anwender durch die einzelnen Schritte, sodass er die Installation selbst durchführen kann. Das ermöglicht eine Aktivierung innerhalb von Minuten.

4. Die überarbeitete Strategie von Mercedes-Benz

Mercedes-Benz hat die strategischen Weichen für profitables Wachstum im Luxussegment im Jahr 2020 gestellt und strebt die führende Position bei elektrischen Antrieben und Fahrzeugsoftware an. Um das volle Potenzial der Vertriebsprozesse in Gewinnwachstum umzusetzen, wurde die Strategie angepasst und eingeführt. Mercedes-Benz will die begehrtesten Autos der Welt bauen. Dabei ist es entscheidend, die Stärke von Mercedes-Benz als Luxusmarke zu nutzen, um wirtschaftlichen Wert zu schaffen, die Positionierung des Produktportfolios zu erhöhen und den Produktmix zu verbessern. Das bedeutet unter anderem, dass versucht wird, das Potenzial der einzigartigen Submarken AMG, Maybach, G und Q auszuschöpfen. Die Strategie zielt auch darauf ab, sich auf die Aktivitäten zu konzentrieren, die für den Erfolg entscheidend sind: Elektroautos auf spezifischen Plattformen und eigene Fahrzeugsoftware.

Mit dieser erneuerten Strategie bekräftigt Mercedes-Benz seine unbedingte Absicht, das gesamte Produktportfolio zu elektrifizieren und das Unternehmen im Einklang mit den in der Nachhaltigkeitsstrategie Ambition 2039 festgelegten Zielen vollständig klimaneutral zu stellen. Die neue Mercedes-Benz-Strategie ist ein umfassendes Programm, das das Unternehmen technologisch und finanziell voranbringen soll und sich aus mehreren Säulen zusammensetzt.

Denken und Handeln wie eine Luxusmarke

Luxus war schon immer ein wichtiger Teil der DNA von Mercedes-Benz. In Zukunft wird sich die Marke auf eine neue Form von Luxus konzentrieren und ihn zu einem integralen Bestandteil aller Produkte, Kundeninteraktionen und digitalen Technologien machen. Mercedes-Benz wird sein Produktportfolio, seine Markenkommunikation und sein Vertriebsnetz umgestalten, um ein echtes Luxuserlebnis zu bieten – ein Luxuserlebnis, das elektrisch, softwaregesteuert und nachhaltig sein wird.

Fokus auf profitables Wachstum

Mercedes-Benz wird Maßnahmen zur Verbesserung und Neuausrichtung seiner Marktstrategie ergreifen. Diese werden sich auf die Optimierung des Gleichgewichts zwischen Volumen, Preis und Kanalmix konzentrieren, um bessere Gewinnmargen bei aktuellen und zukünftigen Modellen zu gewährleisten. Mercedes-Benz wird außerdem seine Ressourcen und das für die Produktentwicklung verfügbare Kapital auf die profitabelsten Teile des Marktes und die Segmente, in denen die Marke konkurriert, konzentrieren, um eine strukturell höhere Rentabilität zu gewährleisten.

Ausweitung des Kundenbestands mit wachsenden Submarken

Mercedes-Benz ist laut Interbrand die wertvollste Luxusautomarke der Welt. Sie bleibt der Leitstern. Mercedes-Benz verfügt jedoch auch über besondere Submarken: AMG, Maybach, G und EQ. Die neue Strategie zielt darauf ab, diese Submarken auf die nächste Stufe zu heben – ihre Entwicklung zu beschleunigen, mit klaren und fokussierten Plänen, um ihr Potenzial freizusetzen und ein signifikantes EBIT-Wachstum zu erzielen.

AMG ist bereit für die nächste Stufe mit Hochleistungselektrifizierung, die ab 2021 eingeführt werden wird. Auch das Engagement in der Formel 1 wird im nächsten Jahr intensiviert, um die Identität von AMG als High-Performance-Submarke von Mercedes zu reflektieren. Maybach wird sich auf globale Wachstumschancen konzentrieren, seine Größe verdoppeln und elektrische Antriebe einführen. Die Nachfrage nach dem legendären G übersteigt die aktuelle Kapazität. Die Legende wird eine noch größere Rolle spielen, und auch die Elektrifizierung steht auf der Agenda. Mit dem EQ-Label wird Mercedes-Benz ein neues Publikum mit fortschrittlichen Hightech-Produkten ansprechen, die auf spezifischen elektrischen Plattformen gebaut sind.

Die Kundenzufriedenheit maximieren und den Umsatz steigern

Mercedes-Benz strebt eine lebenslange Beziehung zu seinen Kunden an. Ziel ist es, dass die Kunden gern einen Mercedes-Benz haben möchten und mit ihrer Beziehung zur Marke so zufrieden sind, dass sie ihr lange, am besten für immer, treu bleiben. Ab sofort strebt Mercedes-Benz eine noch stärkere Loyalität, einen höheren Prozentsatz an Wiederholungskäufen und ein schnelles Umsatzwachstum an – mit Dienstleistungen und Teilen und zunehmend auch mit Over-the-Air (OTA)-Updates und Abonnementdiensten. Die wachsende Zahl der vernetzten Autos bietet in Zukunft sehr bedeutende Umsatzmöglichkeiten, da bis 2025 insgesamt 20 Millionen Mercedes-Benz-Modelle mit voller Konnektivität auf den Straßen unterwegs sein werden.

Eine Führungsrolle bei elektrischen Antriebssträngen und Automobilsoftware

Mercedes-Benz will mit ehrgeizigen Produktentwicklungszielen und einer beschleunigten Einführung neuer Technologien eine Vorreiterrolle bei elektrischen Antriebssträngen und Automobilsoftware einnehmen. Als Teil seiner „Electric First“-Strategie hat Mercedes-Benz vier komplett neue Elektromodelle angekündigt, die auf der Large Car Electric Vehicle Architecture (EVA) basieren. Die Luxuslimousine EQS ist das erste Modell, das auf dieser neuen spezifischen Architektur basiert. Der EQS wird 2021 mit einer elektrischen Reichweite von mehr als 700 km (WLTP) auf den Markt kommen. Danach folgen der EQE und die SUVs EQS und EQE. Auch die Modelle von AMG, Maybach und G werden mit einem elektrischen Antriebsstrang ausgestattet. Ab 2025 wird das Portfolio der Elektromodelle um mehrere Modelle auf der zweiten komplett neuen Elektroplattform, der Mercedes-Benz Modular Architecture (MMA), erweitert, die für Modelle der Kompakt- und Mittelklasse konzipiert ist.

Mercedes-Benz wird noch mehr Ressourcen und Know-how in der Produktentwicklung auf den Elektroantrieb verlagern und in neue Technologien und Konzepte investieren, um die elektrische Reichweite zu verbessern und die Effizienz zu erhöhen. Die nächste Generation von Elektromotoren wird im eigenen Haus entwickelt und wird über fortschrittliche Umrichter- und Hochspannungstechnologie verfügen. Das Unternehmen macht große Fortschritte in der Batterietechnologie – im Bereich der Batterien werden eigene Forschungs- und Entwicklungsarbeiten durchgeführt sowie eng mit den wichtigen strategischen Partnern CATL, Farasis und Sila Nano zusammengearbeitet. Neue Materialien und Produktionsverfahren werden die Reichweite erhöhen und die Ladezeit und -kosten reduzieren.

Mercedes-Benz kündigte außerdem mit dem Technologieprogramm Vision EQXX einen spannenden nächsten Schritt in der Entwicklung von Elektromodellen an. Das Ziel ist es, ein Elektromodell mit spektakulärer Effizienz und Reichweite zu bauen. Mercedes-Benz hat seine Ingenieure beauftragt, die Grenzen der elektrischen Reichweite und Effizienz zu erweitern. Das geschieht in Form eines funktionsübergreifenden, multidisziplinären Teams mit Sitz in Stuttgart, das von Spezialisten der Mercedes-Benz F1 HPP Gruppe in Großbritannien unterstützt wird, die wiederum Fachwissen im Bereich Elektromotoren und eine motorsportähnliche Entwicklungsgeschwindigkeit mitbringen. Obwohl es sich bei Vision EQXX um ein Technologieprogramm handelt, wird erwartet, dass es zu Innovationen führt, die schnell ihren Weg in die Produktionsmodelle finden werden.

Im Bereich der Automobilsoftware hat Mercedes-Benz sein eigenes Betriebssystem MB.OS angekündigt. Dieses Betriebssystem wird intern entwickelt und soll 2024 auf den Markt kommen. Dadurch wird Mercedes-Benz in der Lage sein, die Kontrolle über alle Fahrzeugdomänen und auch die Verbraucherschnittstellen zu zentralisieren. Proprietäre Softwareentwicklung wird eine höhere Geschwindigkeit und häufigere Updates ermöglichen und um modulare Architekturen herum konzipiert sein, die sicherstellen, dass die zukünftigen Entwicklungskosten überschaubar bleiben.

5. AMG Motorsport – Mercedes-Benz überträgt Wissen aus der Formel 1 und Formel E in die Serienproduktion

Im außergewöhnlichen Jahr 2020 gelang dem Formel-1-Team von Mercedes-AMG Petronas ein Doppelsieg. Lewis Hamilton gewann seinen siebten Weltmeistertitel und stellte damit den Rekord von Michael Schumacher ein. Auch das Team konnte jubeln. Zum siebten Mal konnte es den Konstrukteursweltmeistertitel gewinnen. Diesen Titel hat das Team insgesamt sieben Mal gewonnen: sechsmal mit Lewis Hamilton und einmal mit Nico Rosberg.

Mercedes-Benz bleibt auch weiterhin in der Formel 1 aktiv. Das Engagement im Motorsport wurde sorgfältig erforscht, und das Interesse an diesem Sport wächst weltweit. Vor allem die Zahl der jungen Fans wächst, unter anderem dank der sozialen Medien. Darüber hinaus fungiert die Formel 1 nach wie vor als Labor für Technologien, die später ihren Weg in die Serienproduktion finden. Gleichzeitig bemüht sich Mercedes-Benz, seinen ökologischen Fußabdruck auch im Motorsport zu reduzieren. Die Hybridtechnologie wird vollständig zum Einsatz kommen, und es wird eine Umstellung auf synthetische Kraftstoffe erfolgen. Kurzum, Mercedes-Benz hat einen Plan mit mehr Fokus auf Nachhaltigkeit und e-Mobilität erstellt. Gleiches gilt übrigens für AMG.

Das Formel-E-Team Mercedes-Benz EQ ist bereit für seine zweite Saison

Das Formel-E-Team Mercedes-Benz EQ geht in seine zweite Saison in der ABB FIA Formel-E-Weltmeisterschaft und startet mit einem unveränderten Fahreraufgebot in die siebte Saison der vollelektrischen Rennklasse, zu dem Nyck de Vries und der Belgier Stoffel Vandoorne gehören. Damit hat sich das Team für Kontinuität hinter dem Steuer entschieden. De Vries und Vandoorne übernehmen das Steuer einer aktualisierten Version des Mercedes-Benz EQ Silberpfeils 02, dessen Karbonkarosserie in Silber mit blauen EQ-Akzenten ausgeführt ist. Generell ist das Auto eine Weiterentwicklung des Rennwagens der letzten Saison. Die größten Änderungen finden sich unter der Motorhaube, wo das Team den Antriebsstrang für die neue Saison überarbeitet hat.

Die Formel E ist mehr als nur eine spannende Motorsportklasse. Innerhalb relativ kurzer Zeit hat sich die vollelektrische Rennklasse als Vorreiter für technologische Innovation, Effizienz, Nachhaltigkeit und Elektromobilität etabliert. Mit der Teilnahme an der Formel E ist Mercedes-Benz der einzige Automobilhersteller der Welt, der sowohl in der Formel 1 als auch in der Formel E antritt. Diese Strategie bietet Mercedes die Möglichkeit, die auf der Rennstrecke gewonnenen Erfahrungen auf die öffentliche Straße zu übertragen. Zusammen stellen die beiden Plattformen einen großen Technologiesprung dar, von dem die gesamte Mercedes-Benz-Familie profitiert und der zur Mobilität von morgen beiträgt.

<https://media.mercedes-benz.be/mercedes-benz-eq-formel-e-team-setzt-in-saison-7-auf-kontinuitaet/>

57. Ausgabe des Autofestivals - in digitaler Form bei Merbag

Luxemburg. Das Autofestival findet diesmal in verlängerter, zweiwöchiger Form vom Montag, 25. Januar, bis Montag, 8. Februar, statt. Unter Einhaltung der notwendigen Sicherheitsmaßnahmen wartet Mercedes-Benz bereits vor dem Autofestival mit einer kleinen Vorschau auf. Nach der ersten digitalen Präsentation des EQA am 20. Januar gibt das erste Elektrokompaktfahrzeug in der „Black Box“ von Merbag sein Debüt. Abgesehen vom brandneuen EQA werden auf der Messe alle weiteren EQ-Modelle zu sehen sein, vor allem der EQC sowie die breite Palette an Plug-in-Hybrid-Fahrzeugen mit Benzinmotoren, darunter der A 250 e, der GLA 250 e, der CLA 250 e, aber auch Plug-in-Hybride mit Dieselantrieb wie der GLE 350, die es auf eine elektrische Reichweite von bis zu 100 km bringen.

Die EQ-Offensive von Mercedes nimmt weiter Fahrt auf. Mercedes-Benz hat es sich zum Ziel gesetzt, sich im Bereich Elektroantrieb und Automobil-Software mit ambitionierten Produktentwicklungen und der beschleunigten Einführung neuer Technologien an die Spitze zu setzen. Im Zuge der Strategie „Electric First“ kündigt Mercedes-Benz jetzt vier neue, vollelektrische Fahrzeuge an, die auf der umfassenden, zukunftsweisenden Electric Vehicle Architecture (EVA) aufbauen. Die Luxuslimousine EQS - die erste Fahrzeug mit diesem neuen, speziellen Aufbau - kommt 2021 auf den Markt und bietet eine elektrische Reichweite von über 700 km (WLTP). Die Modelle EQB, EQE, EQS-SUV und EQE-SUV sollen folgen. Darüber hinaus ist auch für Mercedes-AMG, Mercedes-Maybach und G die Elektrifizierung geplant.

Auch die neue S-Klasse wird beim Autofestival zu sehen sein. Seit Generationen verkörpert die S-Klasse die ganze Faszination der Marke Mercedes-Benz: legendäres technologisches Know-how mit Tradition, das das Luxussegment der Automobilbranche kontinuierlich neu definiert. Das Flaggschiff des Autobauers setzt immer wieder neue Standards in Sachen Qualität, Komfort, Sicherheit, und technologischer Innovation.

Mit der zweiten Generation der MBUX (Mercedes-Benz User Experience, auch bekannt als „Hey Mercedes“) - unter anderem mit 3D-Display - setzt die neue S-Klasse auf umfassende Digitalisierung und Konnektivität. Das selbstlernende System ermöglicht es dem Fahrzeug, intuitiv auf die Bedürfnisse und Wünsche von Fahrer und Insassen einzugehen. Darüber hinaus ist die neue S-Klasse serienmäßig mit der neuesten Generation an Fahrassistenzsystemen sowie einem voreingestellten Sicherheitsmodul ausgerüstet, das bei einem möglichen Zusammenstoß den Aufprall minimiert. Zusätzliche Airbags dienen der maximalen Sicherheit der Insassen. Bei einem schweren Seitenaufprall entfaltet sich der neue Airbag in der Mitte zwischen Fahrer und Beifahrer und mindert so die Gefahr von Kopfverletzungen. Der Airbag befindet sich in der Rückenlehne des Fahrersitzes in der Fahrzeugmitte. Das Volumen der innovativen Schlauchstruktur des Fondairbags beträgt etwa 16 Liter, wobei das Gesamtvolumen des geöffneten Airbags 70 Liter beträgt.

Als weitere Neuheiten werden 2021 Anfang des Jahres eine Limousine und ein T-Modell der C-Klasse vorgestellt. Die neue Produktpalette, wahlweise mit Verbrennungsmotoren oder Plug-in-Hybridantrieben der dritten Generation, kommt im Frühling in die Luxemburger Showrooms. Neben dem EQV aus der elektrischen V-Klasse wird das komplette eVan-Sortiment vom eVito bis zum

eSprinter vorgestellt. Aufgrund des aktuellen Campingbooms liegt ein Hauptaugenmerk auch auf dem Marco Polo, mit attraktiven Konditionen und sofort als Neu- oder Gebrauchtfahrzeug erhältlich.

Aus den bekannten Gründen erhalten die Zielkunden einen Vorführtermin, sofern die Hygienebedingungen es zulassen auch mit der Gelegenheit zu einer Testfahrt. Für Privat- und Geschäftskunden liegen während des Autofestivals gesonderte Broschüren aus. Alle Modelle werden auch in den neuen Vorführräumen zu sehen sein.

Sonderbedingungen vom 11. Januar bis zum 8. Februar 2021

Die Sondervariante „Sport Edition“ wird für diverse Modelle angeboten. Je nach Modell umfasst diese Edition die Sportlinie PROGRESSIVE oder die AMG-Linie, das Advantage-Pack (inklusive Navigation, Spiegel- und Park-Paket), eine digitale Instrumentenanzeige und einen Totwinkel-Assistenten. Dieses Angebot gilt für alle Kompaktautos, den GLC, die Limousine und den Kombi der C- und E-Klasse, den CLS und den GLE-SUV sowie alle Antriebsvarianten einschließlich Plug-in-Hybrid (ausgenommen Mercedes-AMG).

Speziell bei den Plug-in-Hybridmodellen haben Sie die Wahl zwischen einer EVBOX-Wandladestation inklusive Montage, einem Smart-Ladekabel POWERDALE, einem Complete-Care-Servicevertrag (Reparatur und Wartung, bis 3 Jahre oder maximal 80 000 km) oder einer EQ-Prämie. Dank äußerst attraktiver Rückkaufprämien auf fast die gesamte Modellpalette profitieren die Kunden während des Autofestivals von einem deutlich höheren Wiederverkaufswert ihres aktuellen Fahrzeugs. Dank Sonderangeboten für Neuwagen ab Hof können die Kunden am Steuer ihres nagelneuen Mercedes-Benz ins Jahr starten.

Als perfekte Abrundung der Aktionen bietet Ihnen Mercedes-Benz Financial Services eine Reihe attraktiver Finanzierungsoptionen an, darunter eine Finanzierung zu 0,49 % auf Kompaktwagen und C-Klasse-Modelle und einen Zinssatz von 0,99 % auf die übrigen Modelle. Ebenfalls im Angebot sind Select & Drive Renting zu 0,99 % für Kompaktwagen und Modelle der C-Klasse, ein Zinssatz von 1,49 % auf die Modelle der E-Klasse und 1,99 % auf das übrige Sortiment. Neben diesen Produkten gibt es für Privatkunden auch eine All-inclusive-Lösung unter dem Konzept Select & Drive Private Lease. Darüber hinaus bietet Mercedes-Benz Financial Services günstige Versicherungstarife an.

Kontakt

Bastien Van den Moortel
PR Product Manager Mercedes-Benz Cars
bastien.van_den_moortel@daimler.com
+32 2 724 1474

Helen Van Nuffelen
Corporate Communication Manager
helen.vannuffelen@daimler.com
+32 2 724 1477

Weitere Informationen zu Mercedes-Benz:
<https://media.mercedes-benz.be>