



Mercedes-Benz

Press Information

20 januari 2021

Mercedes-Benz Belgium Luxembourg

Doorbraak elektrifikatie met 19,2% xEV mix en digitale versnelling in uitdagend 2020

Inhoud

- |  |           |
|--|-----------|
| <b>1. Facts &amp; Figures Mercedes-Benz Cars 2020</b>  | Pagina 2  |
| <b>2. Elektrificatie wint terrein:</b><br>19,2% opteert voor een xEV   | Pagina 6  |
| <b>3. Digitalisering</b><br>Best Customer Experience 4.0 schakelt<br>versnelling hoger met virtuele showroom &<br>Mercedes me-apps | Pagina 8  |
| <b>4. De nieuwe strategie van Mercedes-Benz</b>  | Pagina 10 |
| <b>5. AMG en Motorsport</b><br>Mercedes-Benz vertaalt kennis Formule 1<br>en Formule E door naar serieproductie                    | Pagina 13 |
| <b>6. “Hey Mercedes, let’s talk”</b><br>Virtuele totaalervaring als alternatief voor<br>Autosalon van Brussel 2021                 | Pagina 14 |



## 1. Facts & Figures Mercedes-Benz Cars 2020

Ondanks de grote uitdagingen van de COVID-19-pandemie heeft Mercedes-Benz voor het vijfde achtereenvolgende jaar wereldwijd meer dan 2 miljoen auto's afgeleverd. Dankzij de voortschrijdende digitalisering in verkoop en service kon Mercedes-Benz inspelen op de snel veranderende situatie en de uiteenlopende wettelijke vereisten tijdens de pandemie.

In zijn streven naar CO<sub>2</sub>-neutraliteit schakelde Mercedes-Benz in 2020 een versnelling hoger. In 2020 werd wereldwijd belangrijke vooruitgang geboekt met een sterke stijging in de levering van xEV's. Meer dan 160.000 plug-in hybrids en volledig elektrische modellen werden door Mercedes-Benz Cars verkocht (+228,8%), waarvan 87.000 eenheden in het vierde kwartaal. Daarmee steeg het aandeel xEV's van 2% in 2019 naar 7,4% vorig jaar. De interne prognose voor 2020 geeft aan dat Mercedes-Benz de Europese CO<sub>2</sub>-doestelling voor personenwagens afgelopen jaar heeft gehaald.

In België werd de veelbelovende start van het jaar met een uitstekende Brussels Motor Show in de kiem gesmoord door de wereldwijde pandemie. Dankzij een goede doorstart kon Mercedes-Benz Cars het jaar afsluiten met 31.758 inschrijvingen (2019: 37.938), goed voor een recordmarktaandeel van 7,4% (2019: 6,9%). Daarbij is de motorisatiemix van de verkoop sterk veranderd. Het geëlektrificeerde verkoopvolume bedroeg 6.649 eenheden, een stijging van +613% ten opzichte van 2019. Met een xEV-aandeel van 19,2% doet Mercedes-Benz Cars het beduidend beter dan het marktgemiddelde van 14,4%. Daarbij stellen we vast dat de unieke combinatie diesel-electromotor in C- en in E-Klasse en bij de SUV's GLC en GLE bijzonder populair is en goed is voor meer dan 90% van de registraties.

**smart** leverde in totaal 38.391 auto's af aan klanten (-67,1%). De grootste markt voor het merk was Duitsland. Daar kreeg de sterke vraag naar volledig elektrische modellen een extra boost door de subsidie van de Duitse overheid, met een verdubbeling van de elektrische smart leveringen tot gevolg (+104,9%). In België liet het merk smart – dat sinds 2020 volledig elektrisch is gegaan – 152 registratieis noteren (2019: 224).

### **Compact cars**

Mercedes-Benz introduceerde in 2012 de compact cars en sindsdien noteren we een groeiend belang van dit segment in het succes van het merk. Met een aandeel van 55% zijn de A-Klasse Hatchback en Berline, B-Klasse, CLA Coupé en Shooting Brake, GLA en GLB in België populairder dan ooit en dit zowel bij particulieren als op de fleetmarkt. Als derde bestverkochte auto in België gooit met name de A-Klasse daarbij hoge ogen. Het sportieve design en de hoogtechnologische snufjes aan boord zijn een niet te onderschatten verkoopargument. Het MBUX infotainmentsysteem speelt een grote rol in de aankoopbeslissing bij jong en oud. Tevens is er het beschikbare motorengamma met onder meer de in eigen huis ontwikkelde viercilinder dieselmotor (OM 654q) van de nieuwste generatie. Deze nieuwe motor is bijzonder licht, compact, geluidsarm en voldoet aan de strengste emissienorm Euro 6d.

<https://media.mercedes-benz.be/alle-mercedes-benz-compact-cars-nu-uitgerust-met-nieuwste-generatie-viercilinder-dieselmotor/>

## **SUV's**

SUV's zijn al jaren een gevestigde waarde binnen het merk. Exact 25 jaar geleden – in januari 1996 – werd het eerste studiemodel gepresenteerd van wat een jaar later de M-Klasse zou worden; de start van een succesverhaal. In 2020 was het volledige SUV-segment in België goed voor een marktaandeel van 29% binnen het Mercedes-Benz portfolio. Absolute uitschieters waren dit jaar de GLC en GLE met zowel klassieke aandrijving als plug-in hybrid-aandrijving.

## **C-Klasse familie**

De C-Klasse is en blijft een topper op de fleetmarkt en liet met 3.750 eenheden een sterk resultaat noteren met een marktaandeel van 29% binnen het premium segment, ook al is het model aan het einde van zijn levenscyclus en met een aandeel van 12% een belangrijk model binnen ons merk. Begin 2021 wordt de nieuwe C-Klasse familie geïntroduceerd. Het nieuwe gamma met zowel klassieke verbrandingsmotoren als plug-in hybrid-aandrijving van de derde generatie – zal vanaf deze lente in de Belgische showrooms staan.

## **E-Klasse familie**

De E-Klasse werd in het voorjaar van 2020 vernieuwd waarbij de styling sportief werd aangescherpt en er tal van verbeteringen werden doorgevoerd – zoals het vernieuwde, haptische stuurwiel, de actieve afstandsassistent DISTRONIC met routegebaseerde snelheidsaanpassing, MBUX met LINGUATRONIC spraakbediening (standaard) en augmented reality. Deze elementen hebben ertoe bijgedragen dat de E-Klasse goed is voor een aandeel van 7.6% in het Mercedes-Benz Cars portfolio – tot marktleider in zijn segment kon uitgroeien.

## **Mercedes-AMG**

Dankzij het submerk Mercedes-AMG kan elk model in het gamma uiterst sportief worden uitgerust – van de compact cars met de 35 en 45 S AMG en de sportieve berlines en breaks zoals de E 53 of E 63 S AMG tot de SUV's met bijvoorbeeld de GLE 53 AMG.

Sinds 2015 brengt Mercedes-AMG ook de sportieve GT's op de markt en ook deze kunnen op een groeiende interesse rekenen. Dankzij een uitgebreid aanbod bleef het aandeel in 2020 stabiel op 3%. De prestaties van de compact cars met een aandeel van 37% en 18% voor de GT's is hier niet te onderschatten.

## **S-Klasse**

Vorig jaar was de S-Klasse wereldwijd opnieuw de bestverkochte luxe berline met circa 60.000 eenheden (-17,2%). De nieuwe S-Klasse, die in september door Mercedes-Benz werd gepresenteerd, werd door de klanten zeer positief ontvangen. Wereldwijd zijn er meer dan 40.000 orders binnengekomen, waarmee de orderontvangst na de start van de verkoop van zijn voorganger al is overtroffen. Ook in België en Luxemburg, waar we al een 100-tal bestellingen mochten noteren, zien we een grote interesse in de nieuwe S-Klasse.

De S-Klasse staat al generaties lang voor de fascinatie van Mercedes-Benz: legendarische en traditionele technische knowhow, die telkens opnieuw het luxesegment in de auto-industrie herdefinieert. Het vlaggenship creëert steeds weer nieuwe maatstaven op het gebied van kwaliteit, comfort, veiligheid en technologische innovaties.

Met de tweede generatie MBUX (Mercedes-Benz User Experience) of “Hey Mercedes” – inclusief 3D-bestuurdersdisplay – maakt de nieuwe S-Klasse gebruik van verregaande digitalisering en connectiviteit en dankzij het zelflerende systeem kan de auto empathisch reageren op de behoeften en wensen van de bestuurder en de passagiers. Daarnaast is de nieuwe S-Klasse uitgerust met de nieuwste generaties van het standaard rijassistentiepakket en van het PRE-SAFE®-systeem om de impact bij een eventuele botsing tot een minimum te beperken. Ook extra airbags moeten de veiligheid van de inzittenden maximaal waarborgen. Bij een zware botsing van opzij positioneert de nieuwe airbag in het midden zich tussen de bestuurder en de voorpassagier, waardoor het risico op contact met het hoofd wordt verminderd. De airbag is in het midden van de auto in de rugleuning van de bestuurdersstoel geïntegreerd. De buisvormige structuur van de innovatieve airbag achter is circa 16 liter groot, terwijl het totale volume van de geactiveerde airbag 70 liter bedraagt.

De S-Klasse mag dan wel een grote auto zijn, die 54 mm langer is dan zijn voorganger (+34 mm extra voor de lange versie), dankzij de ingenieuze achterasbesturing is hij in de stad net zo wendbaar als een compacte auto. De stuurhoek aan de achteras bedraagt maximaal 10 graden. De draaicirkel wordt met de achterasbesturing tot wel 2 meter kleiner.

<https://media.mercedes-benz.be/de-nieuwe-mercedes-benz-s-klasse-een-compleet-nieuwe-luxe-ervaring/>

#### **Mercedes-Benz Certified - approved pre-owned cars**

Het bijzondere jaar 2020 was voor Mercedes-Benz Certified een vrij stabiel jaar in het segment van de jonge premium used cars. De algemene Belgische markt liep met 5% terug ten opzichte van 2019, daar waar Mercedes-Benz Certified een volume van net geen 5.000 eenheden liet noteren. Tijdens de eerste lockdown zakte het verkoopvolume tot een dieptepunt. Dankzij het pijlsnelle V-vormige herstel werden in de maanden mei, juni en juli verkooprecords genoteerd waarna een stabilisering en dus normalisering optrad. Ook bij de used cars zet de elektrificatie zich door. Sinds 2020 is het aanbod van Mercedes-Benz Certified uitgebreid met zowel modellen met verbrandingsmotor als plug-in hybrids en volledig elektrische modellen.

Het merk Mercedes-Benz Certified, dat ruim vier jaar geleden op de Belgische markt werd geïntroduceerd, is een vaste waarde bij de Mercedes-Benz dealers. Jaar na jaar groeit het aantal nieuwe verkooppunten, wat garant staat voor meer keuze voor de klant en nog meer service op maat. Diezelfde klant weet Mercedes-Benz Certified en het uitgebreide aanbod aan used cars naar waarde te schatten omdat de auto's op meer dan 125 punten worden gecontroleerd alvorens ze aan de klant worden aangeboden. Dit betekent dat Mercedes-Benz Certified de geschiedenis van elke auto kent en erop toeziet dat deze in perfecte technische staat wordt aangeboden. Dit streven wordt onderstreept door het aanbod van een extra jaar garantie op elke used car, wat het totaal op twee jaar brengt. Optioneel kan de garantie tot vier jaar of tot 200.000 km worden verlengd.

#### **Dealernetwerk**

2020 werd net zoals 2019 gekenmerkt door de groei van de internationale groepen binnen het Belgische dealerlandschap. Door de aankoop van Groep Jam (Hasselt, Bree, Lommel en Dilsen-Stokkem) en Claes & Zonen (Sint-Truiden, Tongeren, Tienen) werd de Franse Group Maurin de tweede grootste speler in België. In juni werden twee vestigingen van de Group Sogalux verkocht aan internationale groepen, Car & Truck Charleroi aan de SAGA groep en Sogalux Namur en Arlon aan het Franse CAR Avenue.

Mercedes-Benz ontwikkelt zijn internationale verkoopnetwerk voortdurend verder om aan de individuele behoeften van klanten te voldoen, ook in het digitale tijdperk, op het hoge niveau dat het merk onderscheidt. Daarbij investeert ze zowel in de online Mercedes-Benz beleving als in de fysieke touchpoints, waarbij nieuwe

concepten worden ontwikkeld. De eerste verkooppunten ter wereld met de nieuwe merkidentiteit van Mercedes-Benz waren al te zien in steden als Hongkong, Peking, Boedapest of bij onze noorderburen in Den Haag. Sinds oktober 2020 is het nieuwe retailconcept geïmplementeerd in de nieuwe showroom van SAGA-Piret in Nivelles en andere dealers volgen in 2021.

### **Duaal leren: eerste lichting van 23 leerlingen behaalt diploma**

Mercedes-Benz startte in het schooljaar 2017/2018 in samenwerking met de dealers, onderwijsinstellingen en EDUCAM – het kennis- en opleidingscentrum in de autosector – met een duaal leertraject voor autotechniek. In juli 2020 studeerden 23 van de inmiddels 57 gestarte leerlingen af waarvan 80% meteen ook het Mercedes-Benz certificaat van onderhoudstechnicus behaalde. Het merk speelt op deze manier succesvol in op de trend van meer praktijkgericht onderwijs en geeft tegelijkertijd een boost aan het imago van de opleiding automechanica.

Dit combi-traject, waar lesdagen op school en sectorale opleidingen worden aangevuld met praktijkervaring in onze werkplaatsen, is een verrijking voor de jongeren én voor onze organisatie. De afgestudeerden behalen niet alleen hun schooldiploma autotechniek, ze krijgen meteen ook de titel onderhoudstechnicus bij Mercedes-Benz. Bovendien kunnen ze tijdens het traject ook hun sectoraal certificaat van EDUCAM behalen. Deze aanpak opent voor de deelnemers niet alleen de deur naar een vaste werkplek bij een van de erkende servicepunten van Mercedes-Benz, het is ook een opstap naar hun verdere ontwikkeling binnen de organisatie, al dan niet tot gecertificeerd diagnosetechnicus.

Dankzij deze aanpak zijn er sinds 2017 in totaal 57 leerlingen met duaal leren gestart; 60% in Wallonië voor een traject gespreid over drie jaren en 40% in Vlaanderen of Brussel voor een tweejarig gecombineerd leerwerkplan.

### **Pierre-Emmanuel Chartier nieuwe CEO van Mercedes-Benz Belgium Luxembourg en Mercedes-Benz Cars Nederland**

Op 1 september nam Pierre-Emmanuel Chartier, voormalig Hoofd Market Operations Mercedes-Benz Cars Portugal en CEO van Mercedes-Benz Portugal, de nieuwe verantwoordelijkheid van CEO op in de BeNeLux. Daarmee volgde hij Niels Kowollik op, die eind augustus CEO van de Mercedes-Benz organisatie in Zweden/Denemarken werd.

Pierre-Emmanuel Chartier begon zijn loopbaan in 1995 bij Mercedes-Benz Frankrijk, waar hij diverse managementfuncties vervulde in Marketing & Sales in de wholesale-organisatie en in de Own Retail. Na functies als Executive Assistant van de General Manager Mercedes-Benz Cars, District Manager, Product Manager en Head of smart Sales in Frankrijk werd hij in 2006 General Manager Own Retail Mercedes-Benz en smart in Zuid-Frankrijk. In 2011 nam hij de verantwoordelijkheid van Head of Sales Mercedes-Benz Cars & smart in Frankrijk op zich vóór hij in januari 2014 General Manager Own Retail Frankrijk werd. In september 2014 werkte Chartier mee aan de oprichting van de Region Overseas in Stuttgart, als Director of Operations en later als Customer Services Director. Sinds juli 2018 stond hij aan het hoofd van Mercedes-Benz Portugal en sinds 1 september 2020 zet hij zijn carrière voort in de BeNeLux.

## 2. Elektrificatie wint terrein: 19,2% opteert voor een xEV

In 2020 verdrievoudigde Mercedes-Benz zijn wereldwijde verkoop van xEV's en in België waren ze in 2020 goed voor 19,2%. Bij Mercedes-Benz Cars gaat het in 2021 boven alles om de versnelling van elektrificatie. In totaal staan er zes volledig elektrische modellen op de planning waarvan vier nieuwe modellen van Mercedes-EQ in 2021 worden geïntroduceerd: de EQA, EQB, EQE en EQS. De plug-in hybrid familie van Mercedes-Benz, die momenteel uit ruim twintig modelvarianten bestaat, wordt verder aangevuld met elektrische varianten van de C-Klasse en S-Klasse. Mercedes-Benz Cars verwacht dan ook het aandeel xEV's mondiaal verder op te drijven en daarbij de Europese CO<sub>2</sub>-doelstelling opnieuw te halen.

### **EQA**

Met de nieuwe EQA laat Mercedes-Benz zien hoe de EQ-strategie naar het segment van de compact cars kan worden overgebracht. De productieversie van het volledig elektrische neefje van de GLA staat op het nieuwe 'Electric first' MMA-platform (Mercedes-Benz Modular Architecture) dat werd ontwikkeld voor compacte en middelgrote modellen. De EQB, de volledig elektrische grote broer van de EQA, volgt later.

### **EQS**

De nieuwe generatie elektrische modellen in het luxe- en executivesegment is gebaseerd op een speciaal ontwikkelde EVA-architectuur (Electric Vehicle Architecture), die in elk opzicht schaalbaar is en in alle modelseries kan worden gebruikt. De wielbasis en spoorbreedte evenals alle andere systeemcomponenten, vooral de batterijen, zijn variabel dankzij het modulaire ontwerp. Het concept is geoptimaliseerd om aan alle eisen van een toekomstgerichte, volledig elektrische modelfamilie te voldoen. Deze voertuigarchitectuur maakt het voor Mercedes-Benz mogelijk om verschillende elektrische modellen te bouwen - van berlines tot grote SUV's.

De EQS is het eerste volledig elektrische model dat op dit nieuwe EVA-platform wordt gebouwd. De actieradius van de EQS zal tot 700 km (WLTP) gaan en hij zal onder meer worden uitgerust met het ultra-intelligente multimediasysteem inclusief MBUX Hyperscreen en een gecertificeerd systeem voor de luchtfilters. Het zijn slechts enkele voorbeelden van de innovatieve technologieën van het EVA-platform waarop vier modellen van Mercedes-EQ worden gebouwd.

<https://media.mercedes-benz.be/zes-nieuwe-eq-modellen-mercedes-benz-bevestigt-de-uitbreiding-van-de-line-up-van-elektrische-autos/>

<https://media.mercedes-benz.be/eqs-met-uniek-mbux-hyperscreen-de-grote-in-car-bioscoop/>

### **Derde generatie plug-in hybrid-technologie**

Mercedes-Benz biedt meer dan twintig modelvarianten met een plug-in hybrid-aandrijving aan. Ondertussen heeft de derde generatie zijn intrede gedaan; in het segment van de compact cars.

De combinatie van de elektromotor en de 1,33 liter viercilindermotor bij de compacte modellen levert een systeemvermogen van 160 kW (218 pk) en een systeemkoppel van 450 Nm op. Hét kenmerk van de elektromotor – de beschikbaarheid van het volledige koppel bij het weggrijden vanuit stilstand – heeft als positieve uitwerking dat de compacte plug-in hybrids direct reageren op het gaspedaal. De prestaties zijn zodoende indrukwekkend. De A 250 e bijvoorbeeld heeft slechts 6,6 seconden nodig om van 0 naar 100 km/h te accelereren. Naast een royale portie rijplezier zorgt de compacte aandrijving dus ook voor efficiëntie en dagelijks gebruiksgemak, met een actieradius tot 70 km (WLTP).

De GLE 350 de en GLE 350 e SUV & Coupé overtuigen met hun grote, volledig elektrische actieradius: dankzij een accucapaciteit van 31,2 kWh zijn ze in staat om meer dan bijna 100 km (WLTP) te rijden met een bijpassende rijstijl, dit is uniek voor een plug-in hybrid. Diezelfde technologie met een vergelijkbare actieradius zal terug te vinden zijn in de nieuwe S-Klasse PIH benzine die in het voorjaar van 2021 op de markt komt.

### **Intelligente rijstrategie ondersteunt de bestuurder**

De medewerkers van Mercedes-Benz Research hebben onder meer de input van de EQ Ready-app gebruikt om te bepalen hoe groot de afstanden zijn, die gemiddeld door bestuurders van een elektroauto worden afgelegd. Uit die analyse kwam naar voren dat een volledig elektrische actieradius van 50 km voldoende is voor 90% van alle ritten. Het aandeel van de langere ritten is steeds kleiner – meer dan 90% van alle ritten is korter dan 100 km en het overgrote deel van de ritten is korter dan 400 km. De plug-in hybrids van de derde generatie voorzien zodoende uitstekend in de behoefte.

Om er zeker van te zijn dat de tijd tussen twee laadbeurten zo groot mogelijk is en de laadtijd zo kort mogelijk, helpt de elektronica in de plug-in hybrid modellen de bestuurder om efficiënt te rijden volgens een intelligente, routegebaseerde rijstrategie. Het systeem identificeert en adviseert de delen van de route die het meest geschikt zijn voor de elektrische rijmodus en houdt daarbij gedurende de gehele route rekening met zaken als navigatiegegevens, topografie, snelheidsbeperkingen en verkeerscondities. De ECO-assistent ondersteunt de bestuurder als een soort coach en helpt zo elektriciteit en brandstof te besparen. Bestuurders die dit advies consequent opvolgen, kunnen hun verbruik tot wel 5% beperken vergeleken met een normaal rijprofiel.

### **Plug-in hybrid met CO<sub>2</sub>-besparingspotentieel**

De milieu-experts van Daimler laten alle uitstoot en het gebruik en verbruik van hulpbronnen gedurende de gehele levenscyclus meewegen bij de beoordeling van de milieuvriendelijkheid van een model; van de grondstoffenwinning via de productie en het gebruik tot de uiteindelijke recycling. Ondanks het hogere energieverbruik bij de productie van een plug-in hybrid is de milieubeoordeling gedurende de levenscyclus positief. Feit is dat de CO<sub>2</sub>-emissie die bij de productie van de derde generatie plug-in hybrids van Mercedes-Benz ontstaat, ongeveer 20% hoger is dan bij een vergelijkbaar model met conventionele aandrijflijn, voornamelijk vanwege de hoogvoltage-accu. Door het systematische gebruik van de plug-in functie, oftewel het regelmatig laden van de accu via het netwerk, in combinatie met de betere efficiëntie tijdens het rijden, wordt de CO<sub>2</sub>-emissie met 40% verlaagd. Als de startaccu uitsluitend met groene stroom wordt geladen, stijgt de CO<sub>2</sub>-besparing van de plug-in hybrids van Mercedes-Benz zelfs tot 70%. De grote accu's van de huidige generatie plug-in hybrids zorgen samen met de krachtige elektromotoren voor een efficiënte werking, ook als de volledig elektrische actieradius zelf volledig is opgebruikt.

### **Mercedes-AMG**

Mercedes-AMG is ervan overtuigd dat de behoefte aan individuele mobiliteit over de hele wereld zal blijven toenemen – inclusief de vraag naar buitengewone modellen en ervaringen. Het is de taak van AMG om de moderne luxe van Mercedes-Benz en de 'performance luxury', eigen aan Mercedes-AMG, opnieuw te definiëren. Daarbij bestaat er geen twijfel over dat begerenswaardige, eigentijdse luxe tegelijkertijd duurzaam en fascinerend moet zijn.

Daarom biedt ook Mercedes-AMG onder het label 'EQ Performance' straks in elk segment verschillende geëlektrificeerde varianten aan. De plannen strekken zich uit van geëlektrificeerde aandrijflijnen tot performance hybrids en volledig elektrische modellen uit Affalterbach.

### 3. Digitalisering

#### **Best Customer Experience 4.0 schakelt versnelling hoger met virtuele showroom & Mercedes me-apps**

Met 'Best Customer Experience 4.0' richt Mercedes-Benz zich op de veranderende wensen van de klant in het digitale tijdperk. Klanten moet een naadloze en comfortabele luxe-ervaring worden geboden wanneer zij in contact willen komen met Mercedes-Benz – ongeacht het tijdstip, de plaats of het kanaal dat zij gebruiken. Daarom combineert Mercedes-Benz zijn fysieke verkooppunten met digitale kanalen en komt het met innovatieve formats, panden en concepten. Tegelijkertijd verwacht Mercedes-Benz rond 2025 een kwart van de wereldwijde verkoop van personenwagens samen met zijn verkooppartners via online kanalen te realiseren. De digitalisering van de verkoop omvat ook de werkplaats en service: Mercedes-Benz verwacht dat 80% van alle serviceafspraken in 2025 online wordt geboekt.

#### **Online Sales platform**

Het online boeken van een proefrit of het plannen van een werkplaatsafspraak was al langer gemeengoed. Sinds de zomer van 2020 beschikken alle erkende Mercedes-Benz concessiehouders over een online verkoopplatform voor stockwagens. Deze online tool laat consumenten toe om via de website de Mercedes-Benz van hun dromen niet alleen te configureren, maar ook te reserveren. Met deze landelijke dekking zet Mercedes-Benz volop in op de verdere digitalisering van de business. Klanten die een Mercedes-Benz samenstellen via de online configurator krijgen ook een voorstel voor een direct leverbare stockwagen.

#### **Van app naar digitaal ecosysteem: nieuwe generatie Mercedes me-apps**

In 2015 introduceerde Mercedes-Benz de Mercedes me-app die de auto met de smartphone verbindt. In 2020 werd dit de basis voor de ontwikkeling van een digitaal ecosysteem waarbij nieuwe services snel en flexibel kunnen worden ontwikkeld. Het aanbod omvat drie apps: Mercedes me, Mercedes me Store and Mercedes me Service. Wereldwijd en ook in België zijn reeds meer dan 80% van de auto's geconnecteerd.

De nieuwe Mercedes me-apps zijn beschikbaar in veertig landen en combineren basisfunctionaliteiten met maximaal gebruiksgemak voor de klant. Deze nieuwe generatie maakt het klanten nog gemakkelijker om de klok rond contact op te nemen met Mercedes-Benz. Ze kunnen een serviceafpraak maken bij de erkende Mercedes-Benz concessiehouder van hun voorkeur of hun volgende reisbestemming via de app naar de auto sturen. Alle Mercedes me-apps zijn nauw met elkaar verbonden. Dit betekent dat slechts één keer inloggen met de Mercedes me-ID nodig is en gebruikers intuïtief en snel tussen de apps kunnen schakelen. Aan elke app worden specifieke functies toegewezen. Deze worden visueel en inhoudelijk aangepast aan de wensen van de klant.

De **Mercedes me-app** verbindt de smartphone met de auto. Hiermee kan belangrijke voertuiginformatie, zoals de kilometerstand, de actieradius of de bandenspanning, heel overzichtelijk worden weergegeven. Digitale functies maken het bovendien mogelijk de voorverwarmingsinstallatie, de softtop of de zijruiten per app te bedienen, en een nieuwe functie zorgt ervoor dat de koplampen worden geactiveerd, zodat de auto bijvoorbeeld op een donkere parkeerplaats makkelijk kan worden gevonden.

De Mercedes me Store-app biedt comfortabele toegang tot de digitale producten van Mercedes-Benz. De app geeft een overzicht van elk van de meer dan tachtig Mercedes me connect-services en on-demand functies. Deze kunnen op elk gewenst moment via de smartphone worden uitgebreid en verlengd.



De **Mercedes me Service-app** herinnert klanten tijdig aan serviceafspraken zoals onderhoud of reparatie. De app toont actieve waarschuwingslampjes en beveelt passende maatregelen aan, zoals het controleren van de bandenspanning bij het volgende tankstation. De afspraak met de werkplaats kan direct worden geboekt via de smartphone. De app biedt ook praktische how-to video's met nuttige informatie over een optimaal gebruik van de auto.

Mercedes-Benz biedt daarnaast ook de mogelijkheid om oudere modellen (tot en met 2002) uit te rusten met de Mercedes me Adapter. Na koppeling van de adapter met een smartphone zijn de connectiviteitservices daarmee niet langer alleen voorbehouden aan klanten die een nieuwe auto kopen. Meer dan een half miljoen auto's wereldwijd zijn inmiddels met de adapter uitgerust. Sinds augustus van dit jaar hebben klanten de mogelijkheid om de adapter zelf te installeren in hun Mercedes-Benz en hoeft er geen bezoek meer te worden gebracht aan een erkend servicepunt. Een speciaal onderdeel in de app leidt de gebruiker door de afzonderlijke stappen, zodat deze zelf de installatie kan uitvoeren. Dit maakt activering binnen enkele minuten mogelijk.

## 4. De nieuwe strategie van Mercedes-Benz

Mercedes-Benz heeft in 2020 de strategische koers uitgezet voor winstgevende groei in het luxesegment en streeft naar de leidende positie in elektrische aandrijvingen en voertuigsoftware. Om het volledige potentieel van het verkoopsucces om te zetten in winstgroei werd de strategie bijgesteld en in gang gezet. Mercedes-Benz wil de meest gewilde auto's ter wereld bouwen. Daarbij is het cruciaal om de sterke punten van Mercedes-Benz als luxemerkt te gebruiken om economische waarde te creëren, om de positionering van het productportfolio te vergroten en de productmix te verbeteren. Dit betekent onder meer dat er wordt ingezet op benutting van het volledige potentieel van de unieke submerken AMG, Maybach, G en EQ. De strategie heeft eveneens als doel zich te richten op de activiteiten die cruciaal zijn voor succes: elektrische modellen op specifieke platforms en eigen voertuigsoftware.

Met deze bijgestelde strategie bevestigt Mercedes-Benz zijn onvoorwaardelijke intentie om het gehele productportfolio te elektrificeren en de business volledig CO<sub>2</sub>-neutraal te maken in overeenstemming met de doelstellingen in Ambition 2039. De nieuwe Mercedes-Benz strategie is een uitgebreid programma met als doel de onderneming in technologisch en financieel opzicht vooruit te helpen en ze bestaat uit meerdere pijlers:

### **Denk en handel als een luxemerkt**

Luxe is altijd een belangrijk deel van het DNA van Mercedes-Benz geweest. In de toekomst zal het merk zich richten op een nieuwe vorm van luxe, waardoor het een integraal onderdeel wordt van alle producten, klantinteracties en digitale technologieën. Mercedes-Benz zal zijn productportfolio, merkcommunicatie en verkoopnetwerk opnieuw vormgeven om een echte luxe-ervaring te bieden – een luxe-ervaring die elektrisch, softwaregestuurd en duurzaam zal zijn.

### **Focus op winstgevende groei**

Mercedes-Benz gaat maatregelen nemen om zijn marktstrategie te verbeteren en te herijken. De maatregelen zullen zich richten op het optimaliseren van het evenwicht tussen verkoopvolume, prijs- en verkoopkanaalmix om te zorgen voor betere winstmarges bij de huidige en toekomstige modellen. Mercedes-Benz zal zijn middelen en kapitaal dat beschikbaar is voor productontwikkeling ook richten op de meest winstgevende delen van de markt en de segmenten waarin het merk concurreert, om zo een structureel hogere winstgevendheid te garanderen.

### **Uitbreiding klantenbestand met groeiende submerken**

Mercedes-Benz is volgens Interbrand het meest waardevolle luxe automerk ter wereld. Het blijft de leidende ster. Mercedes-Benz heeft echter ook bijzondere submerken: AMG, Maybach, G en EQ. De nieuwe strategie heeft als doel deze submerken naar een hoger niveau te tillen en hun ontwikkeling te versnellen, met duidelijke en doelgerichte plannen om hun volledige potentieel te benutten en een aanzienlijke EBIT-groei te realiseren.

AMG is klaar voor het volgende niveau met high-performance elektrificatie, wat vanaf 2021 zal worden uitgerold. De banden met de Formule 1 zullen volgend jaar ook intensiever worden, om de identiteit van AMG als het high-performance submerk van Mercedes-Benz te weerspiegelen. Maybach zal zich richten op de wereldwijde groeimogelijkheden, met een verdubbeling van het verkoopvolume en de toepassing van

elektrische aandrijflijnen. De vraag naar de legendarische G overtreft de huidige productiecapaciteit. De legende zal een nog grotere rol gaan spelen en ook elektrificatie staat op de agenda. Met het EQ-label gaat Mercedes-Benz een nieuw publiek aanspreken met vooruitstrevende hightech producten, gebouwd op specifieke elektrische platforms.

### **Klantwensen maximaal vervullen en inkomsten verhogen**

Mercedes-Benz streeft naar een levenslange relatie met zijn klanten. Het is de bedoeling om te bewerkstelligen dat klanten graag een Mercedes-Benz willen hebben en zo tevreden zijn over de relatie met het merk dat ze lang, het liefst voor altijd, bij het merk blijven. Vanaf nu zal Mercedes-Benz streven naar een nog sterkere loyaliteit, een hoger percentage herhalingsaankopen en een snelle groei van de inkomsten – uit services en onderdelen en ook steeds meer uit over-the-air (OTA)-updates en serviceabonnementen. Het groeiende aantal connected auto's biedt in de toekomst zeer aanzienlijke omzetmogelijkheden, aangezien er in 2025 in totaal 20 miljoen Mercedes-Benz modellen met volledige connectiviteit rond zullen rijden.

### **Leidende positie in elektrische aandrijflijnen en voertuigsoftware**

Mercedes-Benz wil het voortouw nemen op het gebied van elektrische aandrijflijnen en voertuigsoftware met ambitieuze doelstellingen op het gebied van productontwikkeling en de versnelde invoering van nieuwe technologie. Als onderdeel van de 'Electric First'-strategie heeft Mercedes-Benz vier geheel nieuwe elektrische modellen aangekondigd op basis van de Large Car Electric Vehicle Architecture (EVA). De luxe berline EQS is het eerste model dat is gebaseerd op deze nieuwe specifieke architectuur. De EQS komt in 2021 op de markt met een elektrische actieradius van meer dan 700 km (WLTP). Daarna volgen de EQE en de SUV's EQS en EQE. Ook modellen van AMG, Maybach en G worden voorzien van een elektrische aandrijflijn. Vanaf 2025 zullen meerdere modellen worden toegevoegd aan het portfolio van elektrische modellen op het tweede volledig nieuwe elektrische platform, de Mercedes-Benz Modular Architecture (MMA), dat is ontworpen voor compacte en middelgrote modellen.

Mercedes-Benz gaat nog meer van zijn middelen en knowhow op het gebied van productontwikkeling verschuiven naar elektrische aandrijving en daarnaast investeren in nieuwe technologieën en concepten om de elektrische actieradius te verbeteren en de efficiëntie te vergroten. De volgende generatie elektromotoren wordt in eigen huis ontwikkeld en zal voorzien zijn van geavanceerde inverter- en hoogspanningstechnologie. Het bedrijf maakt grote stappen op het gebied van accutechnologie – met eigen R&D en strategische samenwerking met partners als CATL, Farasis en Sila Nano. Nieuwe materialen en productieprocessen zullen de actieradius vergroten en de laadtijd en -kosten verminderen.

Mercedes-Benz kondigde ook een spannende volgende stap in de ontwikkeling van elektrische modellen aan, met het technologieprogramma Vision EQXX. Het doel is om een elektrisch model te bouwen dat beschikt over een spectaculaire efficiëntie en actieradius. Mercedes-Benz heeft zijn ontwikkelingsafdeling de opdracht gegeven om de grenzen van de elektrische actieradius en efficiëntie te verleggen. Dat gebeurt in de vorm van een cross-functioneel, multidisciplinair team dat werkzaam is in Stuttgart, ondersteund door specialisten van de Mercedes-Benz F1 HPP groep in het Verenigd Koninkrijk, die expertise op het gebied van elektromotoren plus een autosportachtige ontwikkelingssnelheid inbrengen. Hoewel Vision EQXX een technologieprogramma is, wordt verwacht dat het zal resulteren in innovaties die snel hun weg zullen vinden naar productiemodellen.

Op het gebied van voertuigsoftware heeft Mercedes-Benz een eigen MB.OS besturingssysteem aangekondigd. Dit zal in eigen beheer worden ontwikkeld en naar verwachting in 2024 worden gelanceerd. Dit gaat Mercedes-Benz in staat stellen om de besturing van alle voertuig domeinen en ook de interfaces naar de klant te

centraliseren. De eigen softwareontwikkeling zal een grotere snelheid en frequentere updates mogelijk maken en zal worden ontworpen rond modulaire architecturen die ervoor zorgen dat toekomstige ontwikkelingskosten beheersbaar blijven.

## 5. AMG en autosport – Mercedes-Benz vertaalt kennis Formule 1 en Formule E door naar serieproductie

In het bijzondere jaar 2020 behaalde het Mercedes-AMG Petronas F1 Team een dubbele winst. Lewis Hamilton won zijn zevende wereldtitel en evenaart daarmee het record van Michael Schumacher. Ook het team kon juichen. Voor de zevende keer stond het op het hoogste trapje in het klassement van de constructeurs. De constructeurstitel werd voor de zevende keer behaald; zes keer met Lewis Hamilton en eenmaal met Nico Rosberg.

Mercedes-Benz blijft in de Formule 1. De betrokkenheid in de autosport werd zorgvuldig onderzocht en de belangstelling voor de sport neemt wereldwijd toe. Vooral het aantal jonge fans groeit dankzij onder meer social media. Daarnaast fungeert de Formule 1 nog steeds als labo voor technologieën die later hun weg naar de serieproductie vinden. Tegelijkertijd doet Mercedes-Benz inspanningen om ook in de autosport zijn ecologische voetafdruk te verkleinen. Er wordt voluit ingezet op de plug-in hybrid-technologie en er zal op synthetische brandstoffen worden overgeschakeld. Kortom, Mercedes-Benz heeft een plan gemaakt met meer oog voor duurzaamheid en e-mobiliteit. Hetzelfde geldt trouwens voor AMG.

### **Mercedes-Benz EQ Formula E Team klaar voor tweede seizoen**

Het Mercedes-Benz EQ Formula E Team is klaar voor zijn tweede seizoen in het ABB FIA Formula E-wereldkampioenschap en start in het zevende seizoen van de volledig elektrische raceklasse met een ongewijzigde rijderssamenstelling, met de Nederlandse coureur Nyck de Vries en de Belgische piloot Stoffel Vandoorne. Daarmee heeft het team gekozen voor continuïteit achter het stuur. Stoffel en Nyck nemen plaats achter het stuur van een vernieuwde versie van de Mercedes-Benz EQ Silver Arrow 02, waarvan de carbon carrosserie is uitgevoerd in zilver met blauwe EQ-accenten. In grote lijnen is de racewagen een doorontwikkeling van die van het afgelopen seizoen. De grootste veranderingen zijn onder de motorkap te vinden, waar het team de aandrijflijn voor het nieuwe seizoen heeft vernieuwd.

De Formule E is meer dan alleen een spannende autosportklasse. Binnen een relatief kort tijdsbestek heeft de volledig elektrische raceklasse zich ontpopt als pionier voor technologische innovatie, efficiëntie, duurzaamheid en e-mobiliteit. Met zijn deelname aan de Formule E is Mercedes-Benz 's werelds enige autofabrikant die zowel in de Formule 1 als Formule E uitkomt. Deze strategie biedt Mercedes-Benz de mogelijkheid om de opgedane ervaringen op het circuit door te vertalen naar de openbare weg. De twee platforms zorgen gezamenlijk voor een belangrijke technologiesprong, waar het voltallige Mercedes-Benz portfolio van profiteert en die bijdraagt aan de mobiliteit van morgen.

<https://media.mercedes-benz.be/mercedes-benz-eq-formula-e-team-kiest-voor-continuïteit-in-seizoen-7/>

## 6. “Hey Mercedes, let’s talk” – virtuele totaalervaring als alternatief voor Autosalon van Brussel 2021

Onder het motto ‘Als mensen niet naar het Brusselse Autosalon kunnen, gaan wij naar hen’ startte Mercedes-Benz op 1 december het virtuele platform “Hey Mercedes, let’s talk”. Dit platform is het kloppend hart van een 360°-communicatieaanpak waarbij de wereld van Mercedes-Benz centraal staat. Tegelijkertijd biedt het bezoekers en geïnteresseerden een virtuele salonervaring – inclusief kennismaking met de saloncondities. Bezoekers kunnen dankzij de nieuwste digitale kanalen – waaronder chat – in contact treden met de erkende Mercedes-Benz concessiehouders of hun droomauto online bestellen.

Met dit grootscheepse initiatief biedt Mercedes-Benz een alternatief voor de traditionele en gekende Brusselse Autosalon. Januari 2021 staat hoe dan ook gelijk aan ‘automaand’. Bovendien zal, als de gezondheidssituatie het toelaat, elke erkende Mercedes-Benz concessiehouder – met inachtneming van de geldende hygiënemaatregelen – zijn deuren open om een lokale salonervaring te bieden.

### **“Hey Mercedes, let’s talk”**

Op het platform “Hey Mercedes, let’s talk” staat de dialoog met de fans van het merk centraal. Er is niet alleen informatie voor trouwe klanten of geïnteresseerden die ervan dromen hun eerste Mercedes-Benz te kopen. Het is ook een platform waar gelijkgestemden zich kunnen onderdompelen in de wereld van Mercedes-Benz; met aandacht voor design, innovatie en technologie, de duurzame mobiliteit van morgen en de toekomstvisie van het merk met de ster.

“De naam van het platform is een knipoog naar de MBUX gebruikersinterface “Hey Mercedes”, die opdrachten van de bestuurder uitvoert of ondersteuning kan bieden”, aldus Pierre-Emmanuel Chartier, CEO van Mercedes-Benz Belgium Luxembourg. “Tegelijkertijd onderkennen we vandaag de dag met z’n allen meer dan ooit het belang van sociaal contact, ondanks de fysieke afstand. Met dit platform krijgen klanten, fans en geïnteresseerden dan ook de kans om diverse facetten van het merk te leren kennen. Denk daarbij niet alleen aan onze Ambition 2039-visie over de verdere verduurzaming van onze mobiliteit, maar ook aan de fascinatie van het merk, waaronder bijvoorbeeld onze dreamcars of onze deelname aan de Formule 1 én Formule E. En het spreekt voor zich dat we uitkijken naar reacties en echt de dialoog met onze bezoekers willen aangaan.”

De opschorting van het Autosalon heeft voor een versnelling van de implementatie gezorgd. “We zetten al enige tijd vol in op digitale marketing en dus was het “Hey Mercedes, let’s talk”-platform een logische vervolgstap die we met het wegvallen van het fysieke Autosalon versneld inzetten”, aldus Peter Zijlstra, Marketing Manager bij Mercedes-Benz Belgium Luxembourg. “Dat betekent ook dat we dit platform als een blijver zien – ook na januari zal “Hey Mercedes, let’s talk” het kloppend hart blijven van onze 360°-communicatieaanpak. Het dynamische platform zal wekelijks worden aangevuld met nieuwe inhoudelijke elementen waarmee diverse facetten van onze merkidentiteit aan bod komen. Stay tuned is dus de boodschap.”

### **Virtuele Showroom – de wereld van Mercedes-Benz bij u thuis**

Tijdens de traditionele Salon-periode wordt nog een versnelling hoger geschakeld. Dankzij de Virtuele Showroom kan de bezoeker vanuit zijn zetel online bij het merk met de ster op bezoek gaan waar en wanneer hij maar wil. Niet zomaar een bezoek; hij komt er terecht in de vertrouwde Salon- en dealeromgeving van het merk met de ster. Met dezelfde look & feel als de fysieke showroom én met dezelfde service – van het opvragen

van productinformatie over het consulteren van een verkoper tot het boeken van een testrit of het configureren van zijn droomwagen.

“Daarmee geven we onze klanten en onze fans de mogelijkheid om onze modellen in hun vertrouwde omgeving te ontdekken”, vertelt Peter Zijlstra, Head of Marketing. “Tal van virtuele en online initiatieven zagen de afgelopen maanden het levenslicht. Vandaag gaan wij een stap verder. Of de klant nu fysiek naar onze showrooms komt of de showroom online bezoekt, de beleving en de mogelijkheden zijn identiek. We hebben immers het retailconcept, zoals iedereen het kent van bij onze dealers en van onze stand op het autosalon, tot in de kleinste details vertaald naar een online platform. We gaan daar zeer ver in. Zo draaien er zelfs productfilms mee in het platform – dezelfde als je in de showroom zou zien. De virtuele showroom evolueert dus mee in de tijd en wordt continue geactualiseerd.”

Niet alleen is de omgeving identiek, ook de serviceverstreking is dezelfde. Bezoekers kunnen er rondwandelen, informatie opzoeken, een model van dichtbij bekijken, in gesprek gaan met een informant, de auto van hun dromen configureren, een testrit boeken en zelfs een wagen op het online stockplatform reserveren. Mercedes-Benz Cars piloteert de lancering van het wereldwijde Mercedes-Benz concept van de Virtuele Showroom in de BeNeLux. Momenteel stelen A-Klasse, GLA, CLA, GLC, E-Klasse, S-Klasse & EQC met meerdere varianten de show in de Virtuele Showroom. Het aanbod wordt gaandeweg uitgebreid naar alle modellen in het Mercedes-Benz portfolio en dankzij het ‘black box’ concept kunnen ook de nieuwigheden ruim op voorhand worden aangekondigd.

### **Erkende Mercedes-Benz concessiehouders**

Livechat zal ook bij de erkende Mercedes-Benz concessiehouders maximaal worden ingezet en in grote mate bijdragen aan de realisatie van de Mercedes-Benz klantbelofte: Best Customer Experience. De concessiehouders zijn immers als geen ander in staat om concrete vragen van klanten te beantwoorden en koopintenties te begeleiden. Dit kan in de huidige context en – met inachtneming van de nodige veiligheidsmaatregelen – ook persoonlijk in de showroom waar elke concessiehouder een minisalon en dito beleving opzet, niet alleen op zondag 17 en 24 januari 2021 maar ook tijdens onze nocturnes op maandag 18 en vrijdag 22 januari tot 21.00 uur.

### **Geen salon, wel saloncondities**

Op meerdere modellen wordt de speciale uitvoering ‘Sport Edition’ aangeboden: deze Edition omvat al naargelang het model de sportieve PROGRESSIVE Line of de AMG Line, het Advantage pakket (met navigatie, spiegelpakket en parkeerpakket), het digitale combi-instrument en de dodehoekassistent. Dit aanbod geldt voor alle compact cars, de GLC, de C- en E-Klasse Berline en Break, de CLS en de GLE SUV alsmede voor alle motorvarianten inclusief de plug-in hybrids (behalve Mercedes-AMG).

Specifiek voor de plug-in hybrids of EQ-modellen is er keuze uit een gratis EVBox wallbox inclusief installatie, een gratis Powerdale intelligente laadkabel, een gratis Complete Care-servicecontract (reparatie & onderhoud, 3 jaar of maximaal 80.000 km), of een EQ-bonus met klantvoordeel. Dankzij de zeer interessante overnamepremies op nagenoeg het hele modellengamma kunnen klanten tijdens het Autosalon de inruilwaarde van hun huidige voertuig aanzienlijk verhogen. Tevens zijn er speciale acties op stockwagens

Om het aanbod compleet te maken biedt Mercedes-Benz Financial Services een reeks interessante financiële oplossingen aan zoals de financiering aan 0% voor de compact cars en de C-Klasse familie en een rentevoet van 0,49% op de rest van het gamma. Maar daarnaast ook de Select & Drive Renting aan 0,49% voor de compact cars en C-Klasse familie, een rentevoet van 0,99% voor de E-Klasse familie en 1,49% voor de rest van het gamma. Naast deze producten is er een all-in formule voor particulieren in de vorm van Select & Drive Private Lease. Ook op het gebied van verzekeringen biedt Mercedes-Benz Financial Services competitieve tarieven aan.

### **Saloncondities Mercedes-Benz Vans**

Mercedes-Benz Vans pakt in de periode van 1 december tot en met 31 januari 2021 uit met een 0% rentevoet op de gehele range volledig elektrische bestelwagens (maximaal 60 maanden, voorschot 15%) voor zakelijke klanten in België. Dit omvat de eVito, eVito Tourer, EQV en eSprinter. Ook is 4 jaar gratis onderhoud op alle eVans inbegrepen. Als alternatief kan worden gekozen voor een ecopremie of een gratis wallbox inclusief installatie.

Voor de Vito Gesloten Bestelwagen, Vito Tourer en Mixto, Sprinter Gesloten Bestelwagen, V-Klasse en Marco Polo geldt tevens een scherp verlaagde rente vanaf 0,49% (maximaal 48 maanden, voorschot 15%). Klanten die hier geen gebruik van maken, kunnen kiezen voor aantrekkelijke voorwaarden op het Complete-servicecontract, een gratis automatische transmissie op de Vito of Sprinter Gesloten Bestelwagen en 50% korting op een AMG-pakket voor de V-Klasse. Bovenop alle acties geeft Mercedes-Benz Insurance Services 5% korting op de verzekering bij elk financieringscontract. Ook particuliere klanten kunnen rekenen op diverse voordelen, waaronder een bijzonder interessante Private Lease-aanbieding van Mercedes-Benz Financial Services.