Persbericht

Contactpersoon: Telefoon:

|  |  |
| --- | --- |
| Huub Dubbelman | +31-30-2471347 |
|  | Mobiel: |
|  | +31-6-53 142 269 |

Datum:  
8 januari 2016

Vijfde recordjaar op rij voor Mercedes-Benz

* Mercedes-Benz verkocht afgelopen jaar 1.871.511 auto’s wereldwijd, een toename van 13,4%
* Sterkste decembermaand (178.017 auto’s) en beste kwartaal (495.159 auto’s) ooit
* C-Klasse blijft bestverkochte model
* Groei SUV’s en compacte modellen: voor het eerst meer dan een half miljoen verkochte auto’s in beide segmenten

Mercedes-Benz verkocht in 2015 meer auto’s in een jaar tijd dan ooit tevoren. In totaal verkocht het premiummerk afgelopen jaar 1.871.511 auto’s (+13,4%), waarmee Mercedes-Benz het vijfde recordjaar op rij noteerde. Bovendien eindigde de onderneming uit Stuttgart het jaar met de beste decembermaand (178.017 auto’s, +9,1%) en het beste kwartaal (495.159 auto’s, +8,8%) ooit.

Dr. Dieter Zetsche, voorzitter van de Raad van Bestuur van Daimler AG en hoofd van Mercedes-Benz Cars, in een verklaring: “Afgelopen jaar hebben we meer auto’s verkocht dan ooit. We hebben onze afzet in de drie belangrijkste regio’s – Europa, NAFTA en Azië-Pacific – verder vergroot. Met 373.459 auto’s heeft China zich bovendien ontwikkeld tot onze grootste afzetmarkt. Met een plus van 32,6% is Mercedes-Benz daar aanzienlijk sneller gegroeid dan de totale markt.”

Belangrijke redenen voor de groei in 2015 waren de SUV’s GLA, GLC, GLE, GLE Coupé (+26,6%) en compacte modellen A-Klasse, B-Klasse, CLA Coupé, CLA Shooting Brake en GLA (+25,8%) van Mercedes-Benz. Voor het eerst verkocht het merk in elk van die segmenten meer dan een half miljoen auto’s. Met 443.909 verkochte auto’s in 2015 blijft de C-Klasse het bestverkochte model van Mercedes-Benz.

**Recordjaar voor Mercedes-AMG**

Ook voor Mercedes-AMG was 2015 een recordjaar. Met 68.875 verkochte auto’s (+44,6%) bereikte het sportwagen- en high-performancemerk van Mercedes-Benz afgelopen jaar een nieuw hoogtepunt, met een ruimschootse verdubbeling van de verkopen in drie jaar tijd.

**smart breidt uit in 2016**

smart deed het in 2015 eveneens goed. Het merk verkocht afgelopen jaar 119.398 smarts, een plus van 32,9%. Met name in de twee grootste Europese markten – Duitsland en Italië – bleken de fortwo en forfour erg populair. Bovendien zag smart de verkopen in Groot-Brittannië, Frankrijk, Spanje en Zwitserland verdubbelen. In 2016 breidt smart het modelaanbod verder uit. In het voorjaar volgt de nieuwe smart fortwo cabrio, in de zomer de sterkere en sportieve BRABUS-versies van de fortwo en forfour en eind van het jaar de volledig elektrische uitvoeringen.

**‘Best Customer Experience’: opening nieuwe Mercedes me Stores en start van ‘She’s Mercedes’**

Met de verkoop- en marketingstrategie ‘Best Customer Experience’ focust Mercedes-Benz sinds 2013 op de klantwensen met op maat gesneden aanbiedingen. Daarbij wordt versterkt ingezet op digitalisering. Wezenlijk onderdeel van de strategie zijn de Mercedes me Stores, die met hun vele digitale presentatiemogelijkheden alsmede moderne gastronomie- en eventconcept jonge en nieuwe doelgroepen aantrekken. In 2015 werden weer vier nieuwe Mercedes me Stores geopend in Milaan, Tokio, Hongkong en München.

‘Best Customer Experience’ maakt deel uit van de groeistrategie ‘Mercedes-Benz 2020’, waarbij continu nieuwe mogelijkheden in kaart worden gebracht om kopers aan te spreken. In het kader daarvan werd in 2015 een initiatief gestart waarmee de behoeften en wensen van vrouwen nog scherper in beeld zijn. Mercedes-Benz’doelstelling is om in 2020 ook voor vrouwen het meest aantrekkelijke luxe automerk te zijn en het aandeel vrouwelijke kopers significant te doen stijgen. Het initiatief omvat naast het nieuwe communicatie- en inspiratieplatform ‘She’s Mercedes’ ([www.mercedes.me/she](http://www.mercedes.me/she)) onder andere netwerkevents voor vrouwen, trainingen voor verkoopmedewerkers en meer vrouwelijke verkopers. Parallel met ‘She’s Mercedes’ heeft Mercedes-Benz met de nieuwe lifestyle configurator een compleet nieuw model car configurator ontwikkeld, naast de klassieke configurator. De klant kan daarbij zijn voorkeur op het gebied van bijvoorbeeld inrichting, reizen of sport opgeven en krijgt op basis daarvan suggesties voor individueel geconfigureerde auto’s.

Meer informatie over Mercedes-Benz vindt u op:   
<http://media.mercedes-benz.nl>  
[www.facebook.com/mercedesbenz.nl](http://www.facebook.com/mercedesbenz.nl)  
<http://twitter.com/mercedesbenz_nl>

PC001