
Luxusstrategie zahlt sich für Mercedes-Benz weiter aus

Mercedes ist mit seiner Luxusstrategie weiterhin erfolgreich unterwegs. Im ersten Quartal 2023 konnte die Mercedes-Benz Group AG durch den Absatzanstieg von „Top-End-Fahrzeugen und Premium-Vans“ das Konzernergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT) auf 5,5 Milliarden Euro (Q1 2022: 5,2 Mrd.) steigern. Der Umsatz wuchs in den ersten drei Monaten um 8 Prozent auf 37,5 Milliarden Euro.

Dabei verhalf der Pkw-Sparte vor allem der hohe Absatz von Modellen der G-Klasse, Mercedes-AMG und Mercedes-Maybach zu einer gesteigerten Umsatzrendite von 14,8 Prozent. Insgesamt konnte Mercedes-Benz Cars im ersten Quartal 503.483 Fahrzeuge (Q1 2022: 487.008) ausliefern. Der Anteil von Elektrofahrzeugen betrug dabei 10 Prozent.

Der Absatz im Top-End-Segment stieg auf 91.772 Einheiten (+18 Prozent). Vor allem Mercedes-AMG trug hier mit einem Anstieg um 44 Prozent auf 40.330 Einheiten zum Ergebnis bei. Dagegen ging im Kernsegment, beeinflusst von Modell-Wechseln bei den absatzstärksten Modellen GLC- und E-Klasse, der Absatz mit 248.383 Einheiten um 11 Prozent zurück. Im Einstiegssegment stieg der Absatz dafür um 27 Prozent auf 163.328 Fahrzeuge. Auch die Marke smart verzeichnete mit 5.358 Einheiten ein Minus von 14 Prozent.

Mercedes-Benz Vans steigerte seinen weltweiten Absatz im ersten Quartal deutlich um 12 Prozent auf 98.885 Einheiten. Hier begünstigte die Auslieferungen von großen, gewerblichen Transportern eine Rendite von 15,6 Prozent. Der Anteil von vollelektrischen Transportern stieg dabei auf 3.570 Einheiten (Q1 2022: 2.925) und beträgt nun vier Prozent. (aum)

Bilder zum Artikel



Mercedes-Benz.

Foto: Auto-Medienportal.Net/Daimler



Mercedes-Benz, Stern auf Motorhaube.

Foto: Autoren-Union Mobilität/Mercedes-Benz
