



Mercedes-Benz

Pressefoto
13. Dezember 2024

Der Beginn einer neuen Ära bei Mercedes-Benz Vans

Die Vision einer neuen Ära von Mercedes-Benz Vans. Nur ein erster, kurzer Blick - aber definitiv nicht der letzte.

(Teaser Bild auf der Media Site zu finden)

Ab 2026 werden alle neu entwickelten Vans von Mercedes-Benz auf der neu entwickelten, modularen und skalierbaren Van Electric Architecture (VAN.EA) basieren – und eine neue Ära bei Mercedes-Benz Vans einläuten.

VAN.EA erlaubt eine klare Differenzierung zwischen privat positionierten Vans im Luxussegment und gewerblich positionierten Transportern im Premiumsegment. Das Portfolio der privat positionierten Vans wird vom hochwertigen Familien-Van über exklusive VIP-Shuttles bis hin zu luxuriösen Limousinen mit enormen Raumangebot reichen. Mit der Erweiterung des Modellportfolios in den Top-End-Bereich definiert Mercedes-Benz Vans ein einzigartiges eigenes Segment.

Das Showcar ist die Mercedes-Benz' Vision eines luxuriösen und eleganten Vans und gibt einen Ausblick, wie sich höchste Kundenansprüche erfüllen lassen. Die Vision wird im Frühjahr 2025 ihre Weltpremiere feiern.

Kontakt:

Benjamin Oberkersch, Tel.: +49 (0) 151 58 62 00 19, benjamin.oberkersch@mercedes-benz.com

Florian Hofmann, Tel.: +49 (0) 160 86 93 546, florian.hofmann@mercedes-benz.com

Ralph Wagenknecht, Tel.: +49 (0) 160 86 58 077, ralph.wagenknecht@mercedes-benz.com

Weitere Informationen von **Mercedes-Benz** sind auf www.mercedes-benz.com und auf unserem **LinkedIn-Kanal** unter [Mercedes-Benz AG | LinkedIn](#) verfügbar.

Presse-Informationen und Digitale Services für Journalisten und Multiplikatoren finden Sie zudem auf unserer **Onlineplattform Mercedes-Benz Media** unter media.mercedes-benz.com.

Mercedes-Benz AG im Überblick

Die Mercedes-Benz AG ist Teil der Mercedes-Benz Group AG mit insgesamt rund 166.000 Beschäftigten weltweit und verantwortet das globale Geschäft von Mercedes-Benz Cars und Mercedes-Benz Vans. Ola Källenius ist Vorsitzender des Vorstands der Mercedes-Benz AG. Der Fokus des Unternehmens liegt auf der Entwicklung, der Produktion und dem Vertrieb von Pkw und Vans sowie fahrzeugnahen Dienstleistungen. Darüber hinaus strebt das Unternehmen die führende Position bei Elektromobilität und Fahrzeug-Software an. Das Produktportfolio umfasst die Marke Mercedes-Benz mit Mercedes-AMG, Mercedes-Maybach und G-Klasse mit ihren vollelektrischen Modellen sowie Produkte der Marke smart. Die Mercedes-Benz AG gehört weltweit zu den größten Herstellern von Luxus-Pkw. Im Jahr 2023 wurden rund zwei Millionen Pkw und 447.800 Vans abgesetzt. In diesen beiden Geschäftsfeldern entwickelt die Mercedes-Benz AG das weltweite Produktionsnetzwerk mit mehr als 30 Produktionsstandorten auf vier Kontinenten kontinuierlich weiter und richtet sich dabei auf die Anforderungen der Elektromobilität aus. Parallel dazu wird das globale Batterie-Produktionsnetzwerk auf drei Kontinenten auf- und ausgebaut. Nachhaltigkeit ist das Leitprinzip der Mercedes-Benz Strategie und bedeutet für das Unternehmen, dauerhaft Wert für alle Stakeholder zu schaffen: für Kunden, Beschäftigte, Investoren, Geschäftspartner und die Gesellschaft als Ganzes. Grundlage dafür ist die nachhaltige Unternehmensstrategie der Mercedes-Benz Group. Damit übernimmt das Unternehmen Verantwortung für die wirtschaftlichen, ökologischen und sozialen Auswirkungen seiner Geschäftstätigkeit und hat die gesamte Wertschöpfungskette im Blick. Als international tätiges Unternehmen zählen Chancengleichheit, Vielfalt, Offenheit und Respekt zu den Grundüberzeugungen von Mercedes-Benz. Dies

Mercedes-Benz AG | 70546 Stuttgart | T +49 711 17 0 | F +49 711 17 2 22 44 | dialog@mercedes-benz.com | www.mercedes-benz.com

Mercedes-Benz AG, Stuttgart | Sitz und Registergericht: Stuttgart, HRB-Nr.: 762873

Vorsitzender des Aufsichtsrats: Martin Brudermüller

Vorstand: Ola Källenius, Vorsitzender; Jörg Burzer, Renata Jungo Brüngger, Sabine Kohleisen, Markus Schäfer, Britta Seeger, Hubertus Troska, Harald Wilhelm

zeigen wir in der Art und Weise wie wir denken, handeln und kommunizieren. Grundsätzlich schließen alle gewählten Begriffe selbstverständlich alle Geschlechter und Identitäten ein.