



Mercedes-Benz

Informacja prasowa

6 października 2023 r.

Nowa globalna kampania Mercedes-Benz: „Definicja klasy od 1886 roku”

Koncepcja kampanii

- Mercedes-Benz definiuje klasę najbardziej pożądanych samochodów świata od 137 lat – od czasu, gdy Carl Benz wynalazł automobil.
- Pionierski duch i pragnienie niezwykłości sprawiają, że marka spod znaku trójkątnej gwiazdy niezmiennie kształtuje przełomowe technologie, niepowtarzalny design, komfort i bezpieczeństwo.
- Wizjonerskie myślenie i pasja – oto motory napędowe nieustannego, innowacyjnego rozwoju samochodów Mercedes-Benz.
- Nowa kampania wizualizuje dziedzictwo marki, łącząc historię i przyszłość z pomocą kultowych modeli z różnych epok.
- Atrakcją, która wybiega w przyszłość, jest nowy Concept CLA, który reprezentuje innowacyjną elektryczną klasę pojazdów przyszłości – i stanowi wstęp do świata Mercedes-Benz.
- Kampania w kreatywny sposób, z przymrużeniem oka, reinterpretuje typowe dla marki określenie „klasa”. „Klasa” jest tu reprezentowana dosłownie – przez klasę szkolną, z jej typowymi stereotypowymi postaciami, takimi jak klasowy ulubieniec, nerd, królowa balu, fajny gość oraz sportowiec.
- Zdjęcia są utrzymane w stylu tradycyjnych klasowych zdjęć i skupiają się na przedstawieniu szkolnej klasy podczas sesji fotograficznej.
- Uczniowie odkrywają przełomowe modele Mercedes-Benz, a wśród nich:
 - 300 SL Gullwing jako ikona estetyki z 1954 r.;
 - Klasa G jako niepowtarzalna legenda off-roadu z 1979 r.;
 - Klasa S z 1981 r., pierwszy seryjnie produkowany samochód z poduszką powietrzną;
 - EQS – pierwszy elektryczny samochód luksusowy i nowicjusz w gamie;
 - nowy Concept CLA jako pionier przyszłej klasy elektrycznych Mercedesów

Szczegóły kampanii i miks mediów

- „Definicja klasy od 1886 roku” to 360-stopniowa kampania marki Mercedes-Benz prowadzona na całym świecie.
- Kampania ruszyła bezpośrednio przed tegorocznymi targami IAA MOBILITY 2023, na początku września, wraz z pierwszymi outdoorowymi pokazami w Monachium, Düsseldorfie, Hanowerze, Dreźnie, Kolonii i Stuttgarcie; następnie będzie prowadzona na całym świecie.

Mercedes-Benz Group AG | 70546 Stuttgart | telefon +49 7 11 17-0 | faks +49 7 11 17-222 44 | dialog@mercedes-benz.com | group.mercedes-benz.com

Mercedes-Benz Group AG, Stuttgart | Siedziba i Sąd Rejestrowy: Stuttgart, nr w Rej. Handl.: 19360

Prezes Rady Nadzorczej: Bernd Pischetsrieder

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

Więcej informacji na temat oficjalnego zużycia paliwa i oficjalnych wartości emisji CO₂ nowych samochodów osobowych można znaleźć w „Przewodniku po zużyciu paliwa, emisjach CO₂ i zużyciu energii elektrycznej” dla nowych samochodów osobowych, bezpłatnie dostępnym we wszystkich punktach sprzedaży

i od Deutsche Automobil Treuhand GmbH, pod adresem www.dat.de.



oraz Mercedes-Benz są zastrzeżonymi znakami towarowymi Mercedes-Benz Group AG (Stuttgart, Niemcy).

- Sercem kampanii jest sześć wizualizacji – każda z nich przedstawia jeden z wybranych samochodów bohaterów kampanii wraz ze szkolnymi postaciami.
- Główny film kampanii miał swoją premierę na targach IAA i jest pokazywany w mediach społecznościowych Mercedes-Benz od 3 września, w wersjach o różnej długości. Polska wersja jest dostępna pod adresem: <https://www.youtube.com/watch?v=QiWg0x4KoZE>.
- Kampanii można doświadczyć fizycznie w Studio Odeonsplatz by Mercedes-Benz w Monachium od 5 września do końca października 2023 r., gdzie prezentowane są wybrane przetomowe modele z gwiazdą.
- W Polsce kampania jest prowadzona głównie na nośnikach DOOH (ang. digital out of home), koncentrujących się na obleganych miejscach, takich jak centra handlowe czy lotniska; dodatkowo przez tydzień (2-8 października) będzie prezentowana na warszawskim wieżowcu Warsaw Spire – jednym z najwyższych biurowców w Europie.
- W drugiej połowie września działania DOOH zostaną wsparte emisjami w internecie. Szeroko zakrojone działania w social mediach oraz dużych portalach horyzontalnych pozwolą w pełni przedstawić zamysł kampanii.

Okres trwania

- W Polsce kampania trwa od 18 września do 18 października 2023 r.

Realizacja

- Pomysł, koncepcja i realizacja: team x.
- Koncepcja i realizacja kampanii w Studio Odeonsplatz by Mercedes-Benz w Monachium: Liganova.
- W Polsce zakupem i planowaniem mediów zarówno DOOH, jak i digital zajmuje się dom mediowy OMD, natomiast za przygotowanie kreacji odpowiedzialna jest agencja kreatywna BBDO.

Kontakt dla mediów:

Tomasz Mucha, tel. +48 22 312 72 22, e-mail: tomasz.mucha@mercedes-benz.com

Najważniejsze informacje o Mercedes-Benz AG

Mercedes-Benz Group AG jest jedną z odnoszących największe sukcesy firm motoryzacyjnych na świecie. Dzięki Mercedes-Benz AG grupa jest jednym z wiodących światowych dostawców wysokiej klasy samochodów osobowych i aut dostawczych z segmentu premium. Mercedes-Benz Mobility AG oferuje finansowanie, leasing, subskrypcję oraz wynajem pojazdów, zarządzanie flotą, cyfrowe usługi ładowania i płatności, pośrednictwo ubezpieczeniowe, a także innowacyjne usługi z zakresu mobilności. Założyciele firmy, Gottlieb Daimler i Carl Benz, przeszli do historii, gdy w 1886 r. wynaleźli samochód. Mercedes-Benz – jako pionier samochodowej inżynierii – postrzega kształtowanie przyszłości mobilności w bezpieczny i zrównoważony sposób zarówno jako swoją motywację, jak i obowiązek. Firma koncentruje się zatem na innowacyjnych i ekologicznych rozwiązaniach technologicznych, jak również na budowie bezpiecznych i doskonałych pojazdów. Mercedes-Benz nadal systematycznie inwestuje w rozwój efektywnych układów napędowych i wyznacza kurs na całkowicie elektryczną przyszłość: marka spod znaku trójramienną gwiazdy dąży do tego, by do 2030 r., o ile pozwolą na to warunki rynkowe, przejść na napędy w pełni elektryczne. Przechodząc od priorytetu prądu do koncepcji „tylko prąd”, wiodący na świecie koncern motoryzacyjny przyspiesza swój rozwój w kierunku całkowicie elektrycznej, opartej na oprogramowaniu przyszłości. Jego wysiłki koncentrują się również na inteligentnej łączności pojazdów, autonomicznej jeździe i nowych koncepcjach mobilności. Mercedes-Benz traktuje to bowiem jako swoją aspirację oraz zobowiązanie do wywiązywania się z odpowiedzialności wobec społeczeństwa i środowiska. Firma sprzedaje swoje pojazdy i świadczy usługi niemal we wszystkich krajach świata, a jej zakłady produkcyjne znajdują się w Europie, Ameryce Północnej i Łacińskiej, Azji oraz Afryce. Oprócz Mercedes-Benz, najcenniejszej luksusowej marki motoryzacyjnej na świecie (źródło: badanie Interbrand, 3.11.2022 r.), portfolio obejmuje marki: Mercedes-AMG, Mercedes-Maybach, Mercedes-EQ i Mercedes me, a także marki Mercedes-Benz Mobility: Mercedes-Benz Bank, Mercedes-Benz Financial Services oraz Athlon. Spółka jest notowana na giełdach we Frankfurcie i Stuttgarcie (symbol MBG). W 2022 r. grupa zatrudniała około 170 000 pracowników i sprzedała około 2,5 miliona pojazdów. Jej przychody wyniosły 150,0 mld euro, a EBIT – 20,5 mld euro.