



MAYBACH

Informacja prasowa
4 października 2021 r.

Sto lat produkcji samochodów Maybach. Światowa premiera limitowanej edycji specjalnej „Edition 100”

- Kamienie milowe marki Mercedes-Maybach w kontekście historycznym.
- Światowa premiera limitowanej edycji specjalnej „Edition 100”.
- Mercedes-Maybach jako marka twórcza o najwyższych standardach, współpracująca z silnymi partnerami.

„To co jest dobre, musi też być piękne” – tak brzmiało credo Wilhelma i Karla Maybachów u początków XX wieku. Ojciec i syn uznawani są za niezwykle utalentowanych konstruktorów, pionierów motoryzacyjnego luksusu i prekursorów w kwestiach stylu. Wychodząc od tej pozornie prosto brzmiącej formuły, stworzyli coś bardzo złożonego, łącząc perfekcję i sztukę z innowacyjnością, zarówno techniczną, jak i wykonawczą. Marka Maybach jest ich symbolem po dzień dzisiejszy. Marka Mercedes-Maybach rozwija się dalej, wprowadzając kolejne modele – wkrótce także elektryczne. Na monachijskich targach IAA Mobility 2021 Mercedes-Maybach zaprezentował model „Concept EQS”, zapowiadając w ten sposób swój pierwszy w pełni elektryczny model seryjny, który ma być dostępny od 2023 r. Ten koncepcyjny SUV będzie oparty konstrukcyjnie na modułowej architekturze dla pojazdów elektrycznych Mercedes-Benz klasy luksusowej i wyższej. Z okazji swojego setnego jubileuszu Mercedes-Maybach prezentuje „Edition 100” – edycję specjalną najnowszych modeli Klasy S i GLS, limitowaną do 100 egzemplarzy każdego z nich. Modele z tej specjalnej serii będzie można zamawiać od czwartego kwartału 2021 r.

Wilhelm Maybach, urodzony w 1846 r., był bliskim współpracownikiem Gottlieba Daimlera i początkowo pracował dla firmy Daimler-Motoren-Gesellschaft. Wśród wielu innowacji skonstruował także pierwszego Mercedesa, który w 1901 r. triumfował na wyścigach Tygodnia Nicejskiego. Sukces ten zapewnił Maybachowi honorowy tytuł „Króla konstruktorów” – „Roi des Constructeurs”. Wraz z najstarszym synem, Karlem, łączył on postęp techniczny z piękną formą, zamierzając tworzyć „najlepsze z najlepszych”. „Ta myśl nie opuszcza mnie w dzień i w nocy, niczym stały impuls: doskonałość techniki”, mówił Wilhelm Maybach.

Na berlińskiej wystawie samochodowej we wrześniu 1921 r. spółka Maybach Motorenbau GmbH zaprezentowała swój pierwszy produkowany seryjnie samochód – model W 3, sprawiający wrażenie ruchomego dzieła sztuki. Był to pierwszy produkowany seryjnie niemiecki samochód wyposażony w układ hamulcowy działający na cztery koła, przekładnię planetarną i wewnątrz wykończone najlepszymi materiałami. Wzbudził zachwyt publiczności i stał się legendą. Czasopismo „Motor” pisało: „Na motoryzacyjnym firmamencie wschodzi nowa gwiazda”.

Mercedes-Benz AG, 70546 Stuttgart, Niemcy
Telefon +49 711 17 - 0, faks +49 711 17 - 22244, dialog.mb@daimler.com, www.mercedes-benz.com
Siedziba i sąd rejestrowy: Stuttgart; nr w Rej. Handl.: HRB762873
Przewodniczący Rady Nadzorczej: Bernd Pischetsrieder
Zarząd: Ola Källenius (Prezes), Jörg Burzer, Renata Jungo Brüngger, Sabine Kohleisen, Markus Schäfer, Britta Seeger, Harald Wilhelm

Dalsze informacje na temat oficjalnie ustalonych wartości zużycia paliwa i emisji CO₂ w nowych samochodach osobowych są dostępne w publikacji „Zużycie paliwa i prądu oraz emisje CO₂ w nowych samochodach osobowych”, dostępnej nieodpłatnie we wszystkich punktach sprzedaży oraz w spółce DAT Deutsche Automobil Treuhand GmbH, na stronie internetowej www.dat.de.



oraz Mercedes-Benz oraz Maybach – to zarejestrowane marki handlowe spółki Daimler AG, Stuttgart, Niemcy

W latach 20-tych i 30-tych marka Maybach stała się wyrazem charakteru i pozycji społecznej oraz uosobieniem technicznego i rzemieślniczego wyrafinowania – krótko mówiąc, sztygo na miarę luksusu. Od tej pory królowie, przemysłowcy i artyści podróżowali z szoferem okazałymi limuzynami i majestatycznymi limuzynami typu Pullman, a także przemierzali świat eleganckimi coupé, kabrioletami i roadsterami. Każdy model Maybacha miał wyjątkowe wyposażenie, łączące precyzję wykonania z wytwornym blaskiem. W roku 1928 pewien indyjski maharadża polecił nawet ozdobić swą limuzynę złotem i rubinami.

Po śmierci Karla Maybacha w 1960 r. spółkę Maybach Motorenbau GmbH przejęła Daimler-Benz AG. W roku 2002 MAYBACH odrodził się jako niezależna marka; klienci na całym świecie nabywali legendarne pojazdy, takie jak Maybach 57, Maybach 62 i Maybach 62 Landaulet, do początków roku 2013. Znów motoryzacyjna doskonałość stała się motorem działania zarówno dla inżynierów, projektantów, jak i klientów.

Od 2014 r. Mercedes-Maybach jest marką Mercedes-Benz. Oprócz seryjnych modeli Mercedes-Maybach Klasy S i GLS, marka wprowadziła na rynek również model S 600 Pullman oraz limitowane modele specjalne, takie jak S 650 Kabriolet czy G 650 Landaulet. Jej najważniejszymi rynkami są Chiny, Rosja, Korea Południowa, USA i Niemcy.

Każdy z modeli nawiązuje do tradycji marki – tworzenia „najlepszych z najlepszych” – i powstaje w dialogu z klientami w Center of Excellence w Sindelfingen koło Stuttgartu. Na życzenie, w ramach programu Mercedes-Maybach Manufaktur, nasi specjaliści dokonują również indywidualizacji pojazdów, dbając o najdrobniejsze szczegóły. Sztuka rzemieślnicza i perfekcja na najwyższym poziomie!

„Chodzi o mistrzowskie, pełne pasji, łączenie nawet najdrobniejszych detali, które nadaje luksusowemu autu miano Maybacha – w powiązaniu z najnowocześniejszą techniką Mercedes-Benz. Każdy Mercedes-Maybach jest synonimem wyrafinowanego luksusu we wszystkich jego aspektach – z myślą o naszych klientach, poszukujących czegoś bardzo wyjątkowego” – mówi Philipp Schiemer, Head of Top End Vehicle Group Mercedes-Benz AG i dyrektor generalny Mercedes-AMG GmbH.

Nowe modele dla prawdziwych entuzjastów – Mercedes-Maybach wprowadza na rynek „Edition 100”

Obchodząc swój setny jubileusz, marka kontynuuje podróż w kierunku maksymalnej indywidualności, niezależności i komfortu, prezentując dwa zaawansowane technologicznie modele.

Najwyższej klasy SUV GLS z silnikiem V8 o mocy 557 KM (średnie zużycie paliwa w cyklu WLTP: 13,0-13,4 l/100 km, średnia emisja CO₂: 296 - 305 g/km) łączy sportową sylwetkę z luksusem limuzyny – jest o 33 centymetry wyższy od klasycznego sedana, oferuje wyjątkowo przestronne wnętrze z 1,10-metrową przestrzenią na nogi i pneumatyczne zawieszenie. Jego wnętrze jest wygłuszone i wykończone najlepszą skórą. Elektrycznie wysuwane listwy przyprogowe zapewniają najwyższy komfort wsiadania i wysiadania.

Luksusowa Limuzyna Klasy S Mercedes-Maybach z silnikiem V12 o mocy 612 KM (średnie zużycie paliwa w cyklu WLTP: 13,4-14,4 l/100 km, średnia emisja CO₂: 326-304 g/km) doskonale nadaje się do podróżowania z szoferem. Wśród największych atrakcji jej wyposażenia trzeba wymienić wygłuszony tył z wyposażeniem First Class, obejmującym system nagłaśniający Burmester 4D Surround, funkcje ogrzewania i masażu w fotelach oraz zaawansowane technologicznie ekrany funkcji informacyjno-rozrywkowych. Model ten ma rozstaw osi o 18 centymetrów dłuższy od rozstawu długiej Klasy S i po raz pierwszy wyposażony jest w napęd na wszystkie koła.

Oba te modele w przepiękny sposób uhonoruje teraz „Edition 100” – uszlachetniona edycja o limitowanej liczbie egzemplarzy. Charakterystyczne elementy Maybacha, np. imponującą osłonę chłodnicy, zdobi tu emblemat marki. Zarówno Klasa S, jak i GLS są ręcznie lakierowane w tych samych dwóch barwach – kolorze srebrnym

high-tech i błękitie żeglarskim – oraz otrzymały specjalnie zaprojektowane skórzane wykończenie wnętrza w kolorach biel kryształowa designo/srebrnoszary pearl.

Logo marki wraz z inskrypcją „Edition 100” widnieje na słupkach C (Klasa S) lub D (GLS), a także różnych schowkach i iluminowanych panelach we wnętrzu. Napis „Edition 100” zdobi też osłony piast kół. Kute obręcze kół GLS i obręcze kół Klasy S połyskują w nowym szarym wykończeniu.

Ekskluzywność modeli specjalnych podkreśla dodatkowo pokrowiec na samochód z ikonicznym podwójnym M, jak również elegancka walizeczka w rozmiarze aktówki, wykonana ręcznie z miękkiej, krystalicznie białej lub czarnej skóry – na klucze i dokumenty. W związku z edycją jubileuszową również wieloletni partnerzy marki Mercedes-Maybach projektują ściśle limitowane serie specjalne swoich wyrobów. Przykładowo partner licencyjny marki Maybach, Icons of Luxury, oferuje wysadzone diamentami wieczne pióro z kolekcji Maybach the Peak, natomiast manufakturowy wytwórca wyrobów ze srebra i jachtów, Robbe & Berking – kieliszek do szampana ze specjalnie zaprojektowanym grawerunkiem.

Modele „Edition 100” będą dostępne u dealerów na pierwszych rynkach od początku 2022 r., a na kolejnych w przeciągu roku. Oba modele, w limitowanych ilościach, znajdą się w ofercie także na rynku polskim

Mercedes-Maybach jako marka twórcza – ekspresja osobistego stylu życia

Już przed stu laty Karl Maybach współpracował z najlepszymi firmami specjalistycznymi, aby przy budowie nadwozi sprostać życzeniom swoich klientów i dostosować się do ich stylu. Łączył wysoką jakość techniczną z indywidualnym wzornictwem i perfekcyjnym wykonaniem. Każdy jego samochód był inny. Każdy z producentów nadwozi uzupełniał znakomitą konstrukcję układu jezdnego i silników wysokiej jakości wyposażeniem i ręcznie wykonaną zabudową. Klienci postrzegali swoje samochody jako oryginalne kreacje z charakterem. Powstawały eleganckie unikaty, arcydzieła przeznaczone dla koneserów i kolekcjonerów.

U początków luksusu Maybacha leży nieustanna innowacyjność – tak wtedy, jak i dziś. Wymaga ona inspiracji, impulsów z zewnątrz, od kreatywnych partnerów – takich jak pierwsi konstruktorzy nadwozi. Dla marki Mercedes-Maybach najwyższy luksus w nowoczesnej formie zawsze oznaczał promowanie kreatywności i starania, aby estetyka w harmonii z techniką stawiała się indywidualnym doświadczeniem.

Mercedes-Maybach polega na kompetencjach swoich partnerów, silnej kreatywnej sieci tradycyjnych przedsiębiorstw, manufaktur i wizjonerów.

„Postrzegamy się jako «Creator Brand», markę twórczą”, mówi Philipp Schiemer. „Każdy nasz pojazd był konfigurowany i produkowany z zamysłem niemal artystycznym. Klienci i producenci od zawsze wykazywali się wspólną kreatywnością – chcemy zachować tego ducha i jeszcze go wzmacniać w przyszłości”.

Ekskluzywne doznania z marką Maybach we wszystkich dziedzinach życia

W roku jubileuszowym odbędzie się również premiera specjalnej serii kieliszków do szampana z manufaktury srebra Robbe & Berking. Zdobi je wypukłe logo Maybach na podstawie i szlachetny grawerunek logo Maybach z napisem „100 Years”. Z myślą o koneserach i miłośnikach klasyki projektanci z Flensburga tworzą też z ogromną starannością odpowiednie pucharki do wody lub drinków. Nie tylko dla posiadaczy aut Mercedes-Maybach.

Od 2008 r. ta firma z tradycjami zajmuje się ponadto budową i renowacją drewnianych jachtów żaglowych we własnej stoczni Robbe & Berking Classics. Obie firmy łączy zamiłowanie do piękna i podróży. „Duże i małe arcydzieła tych dwóch firm należą do najlepszych w swoim rodzaju na świecie. Obie manufaktury wytwarzają z wyselekcjonowanych materiałów unikalne produkty o ponadczasowej elegancji. Ich doskonałość budzi emocje nie tylko wśród kolekcjonerów, ale także u klientów na całym świecie”, mówi Oliver Berking, dyrektor zarządzający Robbe & Berking Silbermanufaktur seit 1874 GmbH & Co. KG.

Odpowiednie akcesoria lifestylowe, takie jak ekskluzywne torby podróżne, galanteria skórzana, odzież, artykuły gospodarstwa domowego i okulary „made in Germany” urozmaicają klientom życie także po wyjściu z samochodu. Icons of Luxury, partner licencyjny Maybacha, opracowuje kolekcje sygnowane kultowym emblematem marki. Wykorzystuje do tego celu materiały wyselekcjonowane zgodnie z zasadami zrównoważonego rozwoju, takie jak naturalny róg, szlachetne drewno, tytan, kaszmir czy gatunki skóry, spełniające najwyższe standardy ekologiczne. Elegancja i prostota produktów są wyrazem fascynacji marką i zaspokajają pragnienie osobistej ekspresji. „Dążymy do tego, aby ekskluzywne emocje, jakie budzi Maybach, przenosić także w możliwie wiele innych dziedzin życia”, wyjaśnia prezes firmy Jutta Kahlbetzer.

Z okazji stulecia marki, w ramach kolekcji Maybach The Peak zaprezentowano limitowaną edycję wiecznego pióra ze stalówką z 18-karatowego złota – numerowanego i umieszczonego w eleganckim drewnianym pudełku. Klips pióra zdobi wg wyboru sto czarnych lub białych diamentów, końcówkę skuwki wykonano z masy perłowej, a korpus lakierowano w kolorze niebieskim metalizowanym, charakterystycznym dla modeli „Edition 100”.

Pomagać innym w wyborze najlepszej dla nich przyszłości

Ulrich Schmid-Maybach, prawnuk Wilhelma i wnuk Karla Maybacha, w czwartym pokoleniu reprezentuje wartości tej rodzinnej firmy: kreatywność, innowacyjność, jakość i entuzjazm. „Nie ma większego luksusu niż wiedzieć, że ma się to, co najlepsze”, mówi Schmid-Maybach. „Samoświadomość Maybacha jako «największego wynalazcy» sięga do jego własnych źródeł i znaku jakości «Made in Germany»”. Do tego źródła, które pozwala stworzyć coś z niczego, aby przekazać tę mądrość następnym pokoleniom oraz promować kulturę kreatywności i innowacyjności”.

Maybach Foundation, fundacja założona przez Schmid-Maybacha w 2005 roku, jest organizacją non-profit, upamiętniającą dzieło życia Wilhelma i Karla Maybachów, na przykład poprzez wirtualne Muzeum Maybachów. Ponadto, w ramach swoich programów mentorskich, wspiera ona również następne pokolenie innowatorów. Sam Wilhelm Maybach korzystał ze wsparcia Gottlieba Daimlera, co dało początek koncepcji mentoringu. W jej ramach Maybach Foundation skupia swoją uwagę na bardzo uzdolnionych młodych ludziach, którzy rozwinęli szczególne talenty w danej dziedzinie. Maybach Foundation działa w najróżniejszych obszarach: społeczeństwo, etyka, nauka, technika, sztuka i zrównoważony rozwój. Ulrich Schmid-Maybach precyzuje: „Twoja najlepsza możliwa przyszłość pomaga innym odnaleźć ich własną”.

Fundację wspierają światowej sławy artyści, np. pisarz Paulo Coelho, muzyk Quincy Jones czy malarz i reżyser Julian Schnabel, chcąc inspirować dziedzictwem założycieli i przenosić je w przyszłość.

„Zamierzamy pogłębiać dialog z wybitnymi osobowościami – artystami, architektami czy przedsiębiorcami”, mówi Philipp Schiemer. „Podobnie jak oni, nie przestajemy doskonalić naszych produktów. Po stu latach marka odkryje się na nowo – jako ekologiczna, artystyczna, wizjonerska. Z większą liczbą modeli, w tym elektrycznych”.

Żywe tradycje, nielimitowany luksus oraz wizje, wytyczające drogę kolejnym innowacjom z domu Mercedes-Maybach.

Kontakt dla mediów:

Tomasz Mucha

e-mail: tomasz.mucha@daimler.com

tel. +48 22 312 72 22

Najważniejsze informacje o Mercedes-Benz AG

Mercedes-Benz AG odpowiada za globalną działalność biznesową Mercedes-Benz Cars i Mercedes-Benz Vans, zatrudniając na całym świecie ponad 170 tys. pracowników. Prezesem Zarządu Mercedes-Benz AG jest Ola Källenius. Firma koncentruje się na rozwoju, produkcji i sprzedaży samochodów osobowych i dostawczych oraz usług. Ponadto aspiruje do miana lidera w dziedzinie elektromobilności i oprogramowania dla pojazdów. Gama produktów obejmuje markę Mercedes-Benz wraz z markami Mercedes-AMG, Mercedes-Maybach, Mercedes-EQ, Klasą G i marką smart. Marka Mercedes me otwiera dostęp do cyfrowych usług Mercedes-Benz. Mercedes-Benz AG jest jednym z największych na świecie producentów luksusowych samochodów osobowych. W roku 2020 sprzedał ok. 2,1 mln samochodów osobowych i niemal 375 tys. samochodów dostawczych. W swoich dwóch segmentach biznesowych Mercedes-Benz AG stale rozwija światową sieć produkcyjną, liczącą ok. 35 fabryk na czterech kontynentach, a także przygotowuje się do spełnienia wymogów w zakresie elektromobilności. Równocześnie na trzech kontynentach firma tworzy i rozbudowuje globalną sieć produkcji akumulatorów. Zrównoważony rozwój jest wiodącą zasadą strategii Mercedes-Benz i oznacza generowanie wartości trwałej dla wszystkich interesariuszy – klientów, pracowników, inwestorów, partnerów biznesowych oraz całego społeczeństwa. Mercedes-Benz AG opiera swoje działania na zrównoważonej strategii biznesowej koncernu Daimler, w ramach której przedsiębiorstwo bierze odpowiedzialność za ekonomiczne, ekologiczne i społeczne skutki swojej działalności biznesowej z uwzględnieniem całego łańcucha wartości.