



Mercedes-Benz

Informacja prasowa

7 października 2021 r.

„Kultura miejska w Muzeum Mercedes-Benz”: kolejna edycja latem 2022 r.

- Udana premiera nowego plenerowego formatu z programem liczącym około 100 wydarzeń
- Można już dokonywać rezerwacji na lato 2022 r.

Barwny letni program kulturalny liczący około 100 wydarzeń: od połowy czerwca do końca września br. „Kultura miejska w Muzeum Mercedes-Benz” oferowała gościom zróżnicowany wachlarz plenerowych imprez, od koncertów po występy kabaretowe. Koncepcja okazała się udana – muzeum udostępniało otwartą scenę artystom, teatrom, klubom, stowarzyszeniom oraz innym partnerom i instytucjom organizującym swoje własne wydarzenia. Wszystko odbywało się zgodnie z obowiązującymi restrykcjami dotyczącymi pandemii.

„Wprowadziliśmy »Kulturę miejską w Muzeum Mercedes-Benz«, aby artyści i goście mogli spotykać się i cieszyć wspólnymi wspaniałymi chwilami w czasie, który nie jest łatwy” – powiedziała Bettina Haussmann, dyrektor Muzeum Mercedes-Benz. „Okazało się, że pomysł odpowiadał wszystkim zaangażowanym: publiczności, partnerom, no i nam. Cieszę się, że w tym niezwykłym czasie mogło powstać coś zupełnie nowego. Chcielibyśmy zatem kontynuować ten projekt w 2022 r. i dodać »kulturę miejską« do programu naszych własnych popularnych wydarzeń, które – mamy nadzieję – będą mogły znów się odbywać. Jest wśród nich koncertowe lato, kino plenerowe oraz zloty dla klasycznych aut wszystkich marek”.

Organizatorzy już dziś mogą zgłaszać się do udziału w projekcie „Kultura miejska w Muzeum Mercedes-Benz” w sezonie 2022 – najłatwiej zrobić to za pośrednictwem formularza na stronie www.mercedes-benz.com/stadtkultur.

Koncerty, teatr, komedia, taniec, wspólne oglądanie meczów Mistrzostw Europy w piłce nożnej, spektakle i wykłady – program „Kultury miejskiej w Muzeum Mercedes-Benz” na mijający sezon był niezwykle bogaty. Pomimo nie zawsze sprzyjającej pogody wydarzenia, na przykład muzyczne, zostały bardzo dobrze przyjęte przez publiczność. Dotyczy to zwłaszcza 25 imprez klubowych, na które „rozeszły się” wszystkie bilety.

Komentarze na temat „Kultury miejskiej w Muzeum Mercedes-Benz”

„Jesteśmy bardzo wdzięczni, że mogliśmy wykorzystać możliwości plenerowej sceny Muzeum Mercedes-Benz, unikając ograniczeń obowiązujących w zamkniętych pomieszczeniach. Analogowe i hybrydowe wydarzenia, takie jak NESENBACH czy ZOOM IN MONTEVERDI, które mogliśmy tam organizować, miały dla nas wielką siłę artystyczną i istotne znaczenie społeczne”

Elena Tzavara, JOIN

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; rejestr handlowy nr 762873

Przewodniczący Rady Nadzorczej: Manfred Bischoff

Zarząd: Ola Källenius (Prezes), Jörg Burzer, Renata Jungo Brüngger, Sajjad Khan, Sabine Kohleisen, Markus Schäfer, Britta Seeger, 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 Daimler AG (Stuttgart, Niemcy).

„Wspaniała lokalizacja była iskrą dla pomysłu letnich improwizacji Kanonenfutter. Okazało się, że plener i duża scena mogą mieć również rodzinny charakter. Cieszymy się już na myśl o powrocie w przyszłym roku”

Janis Goldschmitt, Teatr Improv Kanonenfutter

„Możliwość zorganizowania wydarzenia na plenerowej scenie była dla Panopticum doskonałą okazją do aktywnego działania – biorąc pod uwagę obecne środki związane z koronawirusem”

Juliane Blanck, Panopticum e.V.

„W czasach pandemii Muzeum Mercedes-Benz dało nam artystom niezwykłą możliwość organizowania imprez plenerowych w cudownej lokalizacji, zgodnie z restrykcjami dotyczącymi pandemii koronawirusa – dziękujemy!”

Marius Lehnert, Discotronic

„Wyjątkowa lokalizacja, świetna współpraca, przyjazna interakcja – trzy raz »tak« dla całego zespołu”

Sebastian Simon, Klub Lehmann

„Niesamowite doświadczenie. Zarówno załoga, jak i dźwięk okazały się doskonałe. Chciałbym, żeby więcej miejsc i zespołów było tak zorganizowanych, tak profesjonalnych. I chciałbym ponownie tu pracować”

Dane Drewis, piosenkarz

„Możliwość grania koncertów plenerowych przy zachowaniu pandemicznych restrykcji, z pełną infrastrukturą na miejscu, to dla nas – jako organizatorów – świetna sprawa”

Stefan Buck, SBEntertainment GmbH & Co.KG

„Jesteśmy klubem, więc letnie imprezy na otwartym powietrzu w Muzeum Mercedes Benz były dla nas jedyną okazją do ożywienia ducha Freund + Kupferstecher pomimo pandemii – przynajmniej na jeden wieczór. Jesteśmy bardzo wdzięczni za tę możliwość”

Felix Klenk, Freund + Kupferstecher

Kontakt dla mediów:

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

Mercedes-Benz AG w skrócie

Mercedes-Benz AG odpowiada za globalną działalność biznesową Mercedes-Benz Cars i Mercedes-Benz Vans, zatrudniając na całym świecie ponad 170 000 pracowników. Prezesem Zarządu Mercedes-Benz AG jest Ola Källenius. Firma koncentruje się na rozwoju, produkcji i sprzedaży samochodów osobowych i dostawczych oraz związanych z pojazdami usług. Ponadto, dzięki swoim pionierskim innowacjom, aspiruje do miana lidera w dziedzinie łączności, zautomatyzowanej jazdy oraz alternatywnych układów napędowych. Gama produktów obejmuje markę Mercedes-Benz wraz z submarkami Mercedes-AMG, Mercedes-Maybach, Mercedes-EQ, Klasą G oraz markę smart. Mercedes-Benz AG jest jednym z największych producentów osobowych aut premium. W 2020 r. sprzedał blisko 2,1 miliona samochodów osobowych i ponad 375 tysięcy pojazdów dostawczych. W swoich dwóch segmentach biznesowych stale rozwija światową sieć produkcyjną, liczącą około 35 zakładów na czterech kontynentach, a jednocześnie przygotowuje się do spełnienia wymogów w zakresie elektromobilności. W tym samym czasie, na trzech kontynentach, firma buduje globalną sieć produkcji akumulatorów. Decydującą rolę w obu segmentach odgrywa zrównoważony rozwój. Dla Mercedes-Benz AG oznacza to generowanie wartości trwałej dla wszystkich interesariuszy: klientów, pracowników, inwestorów, partnerów biznesowych oraz całego społeczeństwa. Podstawę stanowi tu zrównoważona strategia biznesowa Daimlera, w ramach której firma bierze odpowiedzialność za ekonomiczne, ekologiczne i społeczne skutki swojej działalności biznesowej z uwzględnieniem całego łańcucha wartości.