



Mercedes-Benz

Informacja prasowa

21 października 2021 r.

„Best Global Brands 2021”: Mercedes-Benz po raz kolejny najcenniejszą marką samochodów luksusowych na świecie

Mercedes-Benz ugruntował swoje czołowe miejsce i pozostał jedyną europejską marką w pierwszej dziesiątce zestawienia „Best Global Brands 2021”. W najnowszej edycji rankingu wartości marek publikowanego przez renomowaną amerykańską firmę konsultingową Interbrand, producent spod znaku trójramiennej gwiazdy zajmuje ósme miejsce – niezmiennie od 2018 r. Wartość marki względem poprzedniego badania wzrosła o 3%, do 50,866 mld dolarów. Oznacza to, że już szósty rok z rzędu Mercedes-Benz pozostaje najcenniejszą marką samochodów luksusowych na świecie – i jedyną taką w pierwszej dziesiątce.

Nasza niezmienna obecność w pierwszej dziesiątce i coraz większa wartość naszej marki to sukcesy, z których jesteśmy w zespole Mercedes-Benz naprawdę dumni. Wynik ten stanowi kolejne potwierdzenie naszego strategicznego kierunku – zarówno dla samej firmy, jak i pod względem pozycjonowania naszej marki. We wszystkich swoich markach Mercedes-Benz przechodzi od tradycyjnego pojmowania luksusu do jego nowoczesnej interpretacji, która kładzie nacisk na aspekty takie jak przystępność, innowacyjność i indywidualność, buduje świadomość świata pełnego nowych możliwości i wzbudza entuzjazm dla zrównoważonej mobilności – skomentowała Bettina Fetzter, wiceprezes Mercedes-Benz AG ds. komunikacji i marketingu.

Mercedes-Benz przygotowuje się, by wszędzie tam, gdzie pozwolą na to warunki rynkowe, przejść na zasilanie w pełni elektryczne. Cele firmy zawierają się w hasłach „Lead in Electric” (z ang. przywództwo w napędzie elektrycznym) oraz „Lead in Car Software” (z ang. przywództwo w samochodowym oprogramowaniu).

Ranking najcenniejszych marek świata

Już od 1999 roku amerykańska firma konsultingowa Interbrand prowadzi badanie „Best Global Brands”. Starannie przygotowane zestawienie 100 najcenniejszych marek na świecie powszechnie uchodzi za punkt odniesienia i ważny wskaźnik wykorzystywany przez dyrektorów generalnych globalnych firm. Renomowany ranking bazuje na trzech podstawowych kryteriach: „Wyniki finansowe produktów lub usług danej marki”, „Rola marki w procesie podejmowania decyzji zakupowych” oraz „Siła marki, jeśli chodzi o zabezpieczenie przyszłych zwrotów dla firmy”. Używana do oceny metodologia, certyfikowana zgodnie z ISO 10668, stanowiła pierwszy powszechnie akceptowany standard porównywania marek i umożliwia ich obiektywną klasyfikację w oparciu o kryteria finansowe. Więcej informacji na temat badania oraz Interbrand można znaleźć na stronie: www.bestglobalbrands.com.

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).

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.