



Mercedes-Benz

Informacja prasowa

16 lutego 2022 r.

Mercedes-Benz w czołówce raportu TOP MOTO, nowa Klasa S z tytułem najlepszego auta luksusowego

Mercedes-Benz rozpoczął 2022 r. od prestiżowych wyróżnień. W raporcie motoryzacyjnych liderów w polskich mediach przygotowanym przez firmę PRESS-SERVICE Monitoring Mediów – TOP MOTO – marka spod znaku trójamiennej gwiazdy triumfuje w trzech kategoriach. Równocześnie nowa Klasa S zdobyła tytuł najlepszego samochodu luksusowego w plebiscycie Auto Lider, w którym oddano ponad 80 tys. głosów.

Kolejny rok z rzędu Mercedes-Benz triumfuje w raporcie TOP MOTO

Raport TOP MOTO to wiodąca analiza potencjału medialnego marek samochodów w Polsce. Za jego przygotowanie odpowiada PRESS-SERVICE Monitoring Mediów – jedna z najstarszych i największych na rynku polskich firm specjalizujących się w monitorowaniu mediów, a także opracowywaniu badań wspierających działania komunikacyjne, marketingowe i prowadzenie biznesu. Raport w szerokim zakresie analizuje wizerunek 15 czołowych marek samochodów w krajowym przekazie medialnym w okresie styczeń-grudzień 2021 r. Artykuły poddane tej analizie pochodzą z monitoringu tytułów prasowych, portali internetowych oraz stacji radiowych i telewizyjnych, a zebrane materiały szczegółowo oceniono pod kątem jakości, objętości oraz wydźwięku. Łącznie w 2021 roku odnaleziono ponad 363 tys. materiałów medialnych o wszystkich markach motoryzacyjnych. W badaniu nie uwzględniano mediów zagranicznych, relacji z wypadków i zdarzeń kryminalnych oraz informacji na temat samochodów ciężarowych.

W raporcie TOP MOTO za 2021 r., podobnie jak przed rokiem, Mercedes-Benz zajął najwyższe miejsca w trzech kategoriach. Tym razem są to:

Największa liczba publikacji - 52,2 tyś.

Największy zasięg - 46 955 679 670

Najwięcej publikacji w mediach motoryzacyjnych - prawie 18 tyś.

Łącznie liczba publikacji dotyczących marki i produktów spod znaku trójamiennej gwiazdy wzrosła rok do roku o 11%. Wzrósł także ich zasięg: był o 8,4% większy niż w 2020 r. Przytaczająca większość wiadomości – ponad 95% – to treści własne redakcji, a nie materiały prasowe Mercedes-Benz. Blisko 80% publikacji przypadało na media ogólnopolskie.

Wiodący udział w profilu publikacji miały media motoryzacyjne (34%), ekonomiczne (20%), specjalistyczne (20%) oraz ogólnoinformacyjne (13%).

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).

Wysokie noty za jakość i skuteczność komunikacji Mercedes-Benz w Polsce stanowią odzwierciedlenie kompleksowej strategii marki, obejmującej nie tylko informacje o nowych produktach, ale także m.in. treści poświęcone roli marki w historii motoryzacji oraz działania edukacyjne na rzecz szerzenia wiedzy z zakresu elektromobilności. Co istotne, Mercedes jest obecny w mediach praktycznie we wszystkich formach i bacznie śledzi najnowsze trendy komunikacyjne.

Raport TOP MOTO to jedna z najbardziej przekrojowych analiz medialnych branży motoryzacyjnej dostępna na polskim rynku. Jej zakres, zastosowane wskaźniki oraz cykliczność pozwalają markom nie tylko na porównanie potencjału komunikacyjnego z brandami konkurencyjnymi, ale także obserwowanie, czy następuje progres w ich własnych działaniach. Ważnym aspektem w tego typu opracowaniach jest także to, aby były one wykonywane przez niezależny podmiot badawczy i tak właśnie jest w tym przypadku - komentuje Sebastian Bykowski - prezes i dyrektor generalny PRESS-SERVICE Monitoring Mediów. Na świetny wynik Mercedesu składa się wiele elementów. Z pewnością warto podkreślić wzorcowo prowadzoną długofalową strategię marki, bardzo dobrą współpracę z mediami oraz angażowanie się w ciekawe inicjatywy zgodne z wartościami firmy. Jak widać taka polityka przekłada się nie tylko na pozycję lidera medialności, ale jest także doceniana przez klientów, czego odzwierciedleniem są wyniki plebiscytu Auto Lider – dodaje Bykowski.

Klasa S najlepszym autem luksusowym

Publikacja raportu TOP MOTO zbiegła się z ogłoszeniem wyników plebiscytu Auto Lider, który świętuje w tym roku swoją jubileuszową, dwudziestą edycję. W plebiscycie swoje głosy na najciekawsze modele i marki samochodów oddawali Czytelnicy najpoczytniejszych tradycyjnych magazynów motoryzacyjnych w Polsce: tygodnika „Motor” i miesięcznika „Auto Moto”, a także użytkownicy strony internetowej magazynauto.pl. Łącznie zgromadzono w nim ponad 80 tys. głosów. W kategorii najlepszego auta luksusowego pierwsze miejsce zdobył Mercedes-Benz Klasy S, który po raz kolejny ustanawia wzorce w dziedzinie bezpieczeństwa, komfortu i wydajności – nie tylko w segmencie pojazdów luksusowych, ale w całej branży motoryzacyjnej.

Kontakt dla mediów:

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

Najważniejsze informacje o Mercedes-Benz Group AG

Mercedes-Benz Group AG to jeden z odnoszących największe sukcesy koncernów motoryzacyjnych na świecie. Grupa obejmująca Mercedes-Benz AG jest jednym z największych oferentów samochodów osobowych luksusowych i klasy premium oraz samochodów dostawczych. Mercedes-Benz Mobility AG oferuje kredyty, leasing, abonamenty samochodowe, wynajem samochodów, zarządzanie flotą, usługi cyfrowe związane z ładowaniem i płatnościami, pośrednictwo w zakresie ubezpieczeń oraz innowacyjne usługi mobilnościowe. Założyciele firmy, Gottlieb Daimler i Carl Benz, przeszli do historii, konstruując w 1886 roku pierwszy samochód. Motywacją i zobowiązaniem dla Mercedes-Benz, jako pioniera motoryzacji, jest kształtowanie przyszłości mobilności w sposób bezpieczny i zgodny z ideą zrównoważonego rozwoju. Firma stawia przy tym na innowacyjne i zielone technologie oraz na bezpieczne, wysokiej jakości pojazdy, które fascynują i zachwycają. Mercedes-Benz nieprzerwanie inwestuje w rozwój wydajnych napędów oraz wyznacza kierunek ku całkowicie elektrycznej przyszłości: Marka z trójkątną gwiazdą dąży do osiągnięcia celu, jakim jest motoryzacja w pełni elektryczna – wszędzie tam, gdzie pozwolą na to warunki rynkowe. Obierając ten strategiczny cel – przejście od „Electric first” do „Electric only” – Mercedes-Benz przyspiesza transformację prowadzącą do motoryzacji bezemisyjnej i opartej na oprogramowaniu. Ponadto przedsiębiorstwo intensywnie rozwija rozwiązania w zakresie inteligentnej łączności sieciowej swoich pojazdów i autonomicznej jazdy, a także nowe koncepcje mobilności. Odpowiedzialność za społeczeństwo i środowisko naturalne Mercedes-Benz postrzega jako wyzwanie oraz zobowiązanie. Mercedes-Benz oferuje swoje pojazdy i usługi w niemal wszystkich krajach świata, a jego zakłady produkcyjne zlokalizowane są w Europie, Ameryce Północnej i Łacińskiej, Azji oraz Afryce. Oprócz Mercedes-Benz, najcenniejszej na świecie luksusowej marki motoryzacyjnej (źródło: badanie Interbrand, 20.10.2021 r.), oraz Mercedes-AMG, Mercedes-Maybach, Mercedes EQ i Mercedes me, portfolio marek obejmuje również marki Mercedes-Benz Mobility: Mercedes-Benz Bank, Mercedes-Benz Financial Services i Athlon. Przedsiębiorstwo notowane jest na giełdach we Frankfurcie i Stuttgarcie (skrót giełdowy MBG). W 2020 roku koncern zatrudniał łącznie ok. 288 500 pracowników i sprzedał 2,8 mln pojazdów. Obroty w tym okresie kształtowały się na poziomie 154,3 mld euro, a zysk operacyjny EBIT wyniósł 6,6 mld euro.