



Mercedes-Benz

Informacja prasowa

26 lipca 2022 r.

Garaż przyszłości w kampanii Mercedes-Benz Showcasing Innovations - nowatorskie rozwiązania marki

18 lipca w Polsce wystartowała holistyczna kampania 360 stopni prezentująca awangardowe rozwiązania technologiczne Mercedes-Benz - zatytułowana Showcasing Innovations. Jej celem jest budowa wizerunku marki pełnej innowacji i przybliżenie nowych technologii.

Kampania będzie sukcesywnie rozwijać się na poszczególnych platformach trafiając do odbiorcy w wieku powyżej 25 lat zainteresowanego motoryzacją. W niemal surrealistycznych wizualizacjach zobaczymy cztery innowacje w pełni elektrycznego modelu EQE, które ilustrują wartości marki, takie jak komfort, bezpieczeństwo i jakość:

- Aerodynamika, na przykładzie elektrycznie chowanych klamek
- Ekran MBUX Hyperscreen, dostosowujący się do preferencji użytkownika dzięki sztucznej inteligencji
- DIGITAL LIGHT, czyli reflektory z możliwością wyświetlania na jezdni wskazówek i symboli ostrzegawczych
- Napęd elektryczny o zasięgu wystarczającym na długą podróż bez obaw o ładowanie

Celem kampanii jest budowa wizerunku marki jako pełnej innowacyjnych rozwiązań i nowych technologii. Działania mediowe opierają się na szeroko rozumianym dotarciu cyfrowym, w którym zawarte są między innymi kampanie Google, social media oraz reklamy natywne. Wychodząc poza Internet w komunikacji wykorzystano także prasę tradycyjną oraz DOOH.

Rozwiązania przyszłości

Kampania Showcasing Innovation jest pełna wyjątkowych i nieszablonowych formatów mediowych. Mercedes-Benz jako pierwsza marka w Polsce wykorzysta rozwiązanie VOX In-Image Ad AI z technologią computer vision pozwalające rozpoznawać elementy widniejące na zdjęciach. W sierpniu ruszą działania Rich Media z wykorzystaniem żyroskopu, dzięki którym użytkownik będzie mógł przy użyciu swojego telefonu obejrzeć auto z dowolnej strony. Format przeznaczony wyłącznie na urządzenia mobilne, poprzez ruch telefonem oraz zmianę jego pozycji, umożliwia obejrzenie Mercedesa zarówno z zewnątrz, jak i wewnątrz. A w środku użytkownik będzie mógł z perspektywy kierowcy zapoznać się z pulpitem samochodu oraz elementami wyświetlacza MBUX Hyperscreen. Dzięki kliknięciu w Heat Pointy

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).

umieszczone w kreacjach możliwe będzie bliskie zapoznanie się ze wszystkimi innowacjami i pionierskimi technologiami, jakie oferuje model EQE marki Mercedes-Benz.

Wśród wyjątkowych rozwiązań znalazła się także mini-gra, która w angażujący sposób przedstawia jedną z technologii dostępnych w aucie, czyli Head-Up Display. Użytkownik ma za zadanie wykonywać zadania, takie jak skręcanie czy hamowanie, w zależności od informacji wyświetlanych na wyświetlaczu w polu widzenia drogi, co pozwoli mu aktywnie zapoznać się z możliwościami i funkcjami tego rozwiązania.

W Magicznym Garażu

Garaż przyszłości znany z kampanii można zobaczyć osobiście w Studio Odeonsplatz by Mercedes-Benz w Monachium, gdzie odwiedzający mogą udać się w wirtualną podróż wybierając jeden z wielu interaktywnych scenariuszy. Stylistyka w jakiej utrzymana jest ekspozycja, jest zgodna z tą znaną z filmu oraz całej kampanii, dzięki czemu doświadczanie jej jest jeszcze bliższe. Interaktywność tej wyjątkowej instalacji, jaką jest Magiczny Garaż, pozwala osobiście poznać możliwości innowacyjnych rozwiązań i swobodnie zanurzyć się w świat nowych technologii Mercedes-Benz.

Kontakt dla mediów:

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