



Mercedes-Benz

Informacja prasowa
5 stycznia 2022 r.

Mercedes-Benz oraz SUPERPLASTIC ogłaszają nowe partnerstwo i prezentują postać Superjamnika na targach CES 2023

- Mercedes-Benz na nowo interpretuje kultową figurkę psa z kiwającą głową wspólnie z SUPERPLASTIC – globalną marką z branży rozrywkowej, która tworzy animowane gwiazdy i zapewnia cyfrowe doświadczenia
- Superjamnik debiutuje w animowanym, krótkometrażowym filmie oraz jako 2,5-metrowa postać na stoisku Mercedes-Benz na targach CES
- Współpraca wpisuje się w strategię Mercedes-Benz, mającą na celu odkrywanie nowych dziedzin sztuki i rozrywki oraz zapewnianie klientom niezapomnianych wrażeń związanych z marką

Mercedes-Benz robi ekscytujący krok w kierunku cyfrowej rozrywki, łącząc siły z marką SUPERPLASTIC – znaną ze swojego uniwersum syntetycznych celebrytów, ożywionych dzięki oryginalnym treściom w mediach społecznościowych, a także z limitowanych serii zabawek i odzieży. SUPERPLASTIC współpracuje z utalentowanymi artystami oraz międzynarodowymi markami. To, co na pierwszy rzut oka może wydawać się sprzeczne, w rzeczywistości stanowi wyśmienite połączenie nowoczesności z tradycją oraz cyfrowego i fizycznego świata.

Obie marki spotykają się na targach CES 2023, aby zainicjować współpracę, która obejmie wprowadzenie do uniwersum SUPERPLASTIC zupełnie nowej postaci – Superjamnika (niem. Superdackel). To heroiczne alter ego psa z kiwającego głową (niem. Wackeldackel), ikony popkultury zdobiącej wnętrza samochodów na całym świecie.

Superjamnik pojawi się w mediach społecznościowych 5 stycznia 2023 r. Kulminacyjnym punktem jego debiutu podczas targów CES będzie [animowany, krótkometrażowy film](#), w którym poza nową postacią wystąpią główni bohaterowie SUPERPLASTIC: Janky i Guggimon. Film opowiada, jak późną nocą Janky i Guggimon „wypożyczają” Mercedesa z salonu dealerskiego i odkrywają, że w samochodzie jest pies z kiwającą głową. Cała trójka wyrusza na przejażdżkę ulicami Nowego Jorku, a po drodze spotyka... kosmicznego wieloryba. Pod wpływem nowych przyjaciół nieśmiały i stateczny pies przybiera nową osobowość – Superjamnika.

Obie marki połączyły siły, aby stworzyć nieoczekiwane historie oraz doświadczenia. Po pierwszych rozmowach na temat potencjalnej współpracy partnerzy szybko zdali sobie sprawę, że idealnym głównym bohaterem ich

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).

historii będzie pies z kiwającą głową. W końcu ludzie na całym świecie uwielbiają personalizować swoje samochody oraz doświadczenia związane z mobilnością, a te – podobnie jak auta – stają się coraz bardziej cyfrowe.

„Na potrzeby cyfrowej ery Mercedes-Benz na nowo odkrył i zinterpretował zarówno swoją markę, jak i swoje samochody. Dlaczego kultowy pies z kiwającą głową też nie miałby przejść aktualizacji? Serdecznie witamy Superjamnika w rodzinie Mercedes-Benz!” – powiedziała Bettina Fetzer, wiceprezes Mercedes-Benz AG ds. komunikacji i marketingu.

Paul Budnitz, założyciel i dyrektor generalny SUPERPLASTIC, dodał, że jest równie podekscytowany współpracą. „Od zawsze byłem fanem psa z kiwającą głową, od dawna wożę jego klasyczną wersję na desce rozdzielczej mojego zabytkowego Mercedesa 230 CE. Kiedy Mercedes-Benz zwrócił się do nas z propozycją zaproszenia go do świata SUPERPLASTIC, nie wahaliśmy się ani chwili. Ten pies jest ikoną popkultury i entuzjastów motoryzacji, a możliwość wymyślenia go na nowo na potrzeby cyfrowej epoki stanowiła ekscytujące wyzwanie dla naszego zespołu”. Następnie Paul Budnitz dodał: „Uwielbiamy wyciągać marki z ich strefy komfortu. Mercedes okazał się tu fantastycznym współpracownikiem, a nasze partnerstwo jest bardzo symbiotyczne. Janky, Guggimon i inne animowane gwiazdy z uniwersum SUPERPLASTIC mogą podróżować po świecie w najwspanialszych luksusowych samochodach na świecie, przedstawiając milionom fanów nowego Superjamnika”.

Bettina Fetzer zgadza się, że partnerstwo z SUPERPLASTIC daje Mercedes-Benz możliwość odkrywania nowych obszarów w świecie kultury i rozrywki. „Bierzemy pod uwagę zgłębianie obszarów i gatunków, które w przypadku naszej marki można uznać za niekonwencjonalne. Mamy jednak jasny cel: rzucić wyzwanie typowym oczekiwaniom i nawiązać kontakt z pionierami kultury oraz nową publicznością” – podsumowała wiceprezes ds. komunikacji i marketingu.

Zarówno fani Mercedes-Benz, jak i SUPERPLASTIC będą mieli okazję poznać Superjamnika w prawdziwym życiu: na stoisku Mercedes-Benz na targach CES pojawi się jego 2,5-metrowa figura, która pozwoli odwiedzającym przyjrzeć się nowej postaci z bliska i zrobić kilka zdjęć godnych publikacji w mediach społecznościowych.

Co dalej czeka Superjamnika i jego towarzyszy z SUPERPLASTIC w 2023 roku? Mnóstwo przygód! „To będzie emocjonująca wycieczka, więc zachęcamy fanów, by nas śledzili!” – mówią Fetzer i Budnitz. Informacje o kolejnych przygodach Superjamnika, Janky’ego i Guggimona będą pojawiać się [tutaj](#) od 5 stycznia.

Informacje na temat SUPERPLASTIC

SUPERPLASTIC to globalna marka rozrywkowa, która tworzy i zarządza listą światowej sławy syntetycznych celebrytów, influencerów oraz partnerstw, od firmy Gucci po Fortnite i nie tylko. SUPERPLASTIC jest liderem w dziedzinie luksusowych artystycznych zabawek, muzyki, mody i Web3, z niezliczonymi wspólnymi projektami oraz doświadczeniami na styku sfer cyfrowej i fizycznej.

Zaangażowanie kulturalne Mercedes-Benz

Poprzez swoją działalność kulturalną i liczne partnerstwa Mercedes-Benz promuje najlepsze praktyki. Stawia przy tym na współpracę z twórcami, którzy odzwierciedlają i bronią wartości takich jak wyjątkowy i odpowiedzialny design, kreatywność oraz innowacyjność. Producent samochodów ze Stuttgartu jest aktywny na światowych rynkach i prowadzi inicjatywy z najbardziej znaczącymi nazwiskami z różnych branż, takich jak muzyka, sztuka i moda. W ten sposób świat Mercedesa staje się platformą do spotkań i komunikacji z kreatywnymi pionierami w swoich dziedzinach.

Kontakt dla mediów:

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

Najważniejsze informacje o Mercedes-Benz AG

Mercedes-Benz AG odpowiada za globalną działalność Mercedes-Benz Cars i Mercedes-Benz Vans, zatrudniając na całym świecie około 172 000 pracowników. Prezesem Zarządu Mercedes-Benz AG jest Ola Källenius. Firma koncentruje się na rozwoju, produkcji i sprzedaży samochodów osobowych, dostawczych oraz usług związanych z pojazdami. Ponadto aspiruje do bycia liderem w dziedzinie elektromobilności oraz samochodowego oprogramowania. Portfolio produktów obejmuje markę Mercedes-Benz wraz z markami Mercedes-AMG, Mercedes-Maybach, Mercedes-EQ, Klasa G oraz produkty marki smart. Marka Mercedes me oferuje dostęp do cyfrowych usług Mercedes-Benz. Mercedes-Benz AG to jeden z największych producentów luksusowych samochodów osobowych na świecie. W 2021 roku sprzedał około 1,9 mln aut osobowych i blisko 386,2 tys. pojazdów dostawczych. W obu tych segmentach biznesowych Mercedes-Benz AG stale rozwija swoją światową sieć produkcyjną, która obecnie liczy około 35 zakładów produkcyjnych na czterech kontynentach, a równocześnie przygotowuje się do spełnienia wymagań elektromobilności. W tym samym czasie firma tworzy i rozbudowuje globalną sieć produkcji akumulatorów, zlokalizowaną na trzech kontynentach. Naczelną zasadą strategii Mercedes-Benz i samej firmy jest zrównoważony rozwój, co oznacza tworzenie trwałej wartości dla wszystkich interesariuszy: klientów, pracowników, inwestorów, partnerów biznesowych oraz całego społeczeństwa. Za podstawę służy tu zrównoważona strategia biznesowa Mercedes-Benz Group. W ten sposób firma bierze odpowiedzialność za ekonomiczne, ekologiczne i społeczne skutki swojej działalności biznesowej i patrzy na cały łańcuch wartości.