



Mercedes-Benz

Informacja prasowa

8 marca 2024 r.

Międzynarodowy Dzień Kobiet: kampania Mercedes-Benz „Bądź jedną z wielu” promuje równość szans dla kobiet

- Kontynuacja globalnej kampanii Mercedes-Benz w mediach społecznościowych przedstawia portrety trzech kobiecych osobowości.
- Kampania przybliży życie przedsiębiorczyni Ayi Jaff, szefowej kuchni Dalad Kambhu i menedżerki Mercedes-Benz Alexandry Straßburger.
- Kampania będzie prowadzona przez cały rok, jako zobowiązanie do wyrównywania szans.

Trzy kobiety z różnych środowisk przybliżają to, jak postrzegają siebie i swój punkt widzenia. Przedsiębiorczyni Aya Jaff, szefowa kuchni i właścicielka restauracji Dalad Kambhu oraz menadżerka Alexandra Straßburger występują w nowej kampanii Mercedes-Benz z okazji Międzynarodowego Dnia Kobiet. Pokazują, jak dzięki swoim umiejętnościom i osobowości odnalazły się w rzekomo męskich zawodach. Główny przekaz kampanii skupia się na inspiracji: tradycyjne wzorce powinny wreszcie odejść w przeszłość, aby kobiety mogły na równych zasadach realizować swoje marzenia i podążać za własnym powołaniem.

„Kontynuując kampanię »Bądź jedną z wielu« z okazji Międzynarodowego Dnia Kobiet, promujemy różnorodność i równość szans. Staramy się zachęcać kobiety, aby pewnie domagały się swojego miejsca w życiu. Jako marka o globalnym znaczeniu chcemy inspirować ludzi do patrzenia na rzeczy w nowy sposób i wykorzystać nasze zasięgi w mediach społecznościowych do promowania pozytywnych zmian, wykraczających poza dzisiejszy Międzynarodowy Dzień Kobiet” – powiedziała Bettina Fetzer, wiceprezeska Mercedes-Benz AG ds. komunikacji i marketingu.

Tym samym Mercedes-Benz kontynuuje swoją kampanię z okazji Międzynarodowego Dnia Kobiet 2023. „Bądź jedną z wielu” rozpoczyna się od trzech bohaterek o różnych ścieżkach życia, które z odwagą, determinacją i wytrwałością zrealizowały swoje marzenia. Kobiety i ich życie ukazano w postaci krótkich portretów filmowych.

„Promowanie kobiet to inwestycja w przyszłość. Aby zwiększyć zainteresowanie kobiet i dziewcząt zawodami tradycyjnie zdominowanymi przez mężczyzn, potrzebne są kobiece wzorce do naśladowania. W Mercedes-Benz od wielu lat konsekwentnie zwiększamy udział kobiet na stanowiskach kierowniczych wyższego szczebla. Dzięki temu nie tylko wykorzystujemy potencjał wysoko wykwalifikowanych specjalistek i menedżerek, ale także

Mercedes-Benz Group AG | 70546 Stuttgart | telefon +49 7 11 17-0 | faks +49 7 11 17-2 22 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).

precyzyjnie promujemy te istotne wzorce w naszej branży – bo chcemy być jeszcze bardziej różnorodni” – dodała Sabine Kohleisen, dyrektorka Mercedes-Benz Group AG ds. relacji pracowników i zatrudnienia.

Mercedes-Benz od wielu lat promuje równość szans i inkluzywną kulturę korporacyjną. Ważnym tematem w tym kontekście jest awans kobiet. Firma stosuje całościowe podejście: poczynając od rekrutacji poprzez rozwój i kwalifikacje aż po atrakcyjne ustalenia dotyczące czasu pracy. Plany na 2030 r. zakładają, że na całym świecie na stanowiskach kierowniczych wyższego szczebla w Mercedes-Benz będzie pracować 30% kobiet. Obecnie udział ten kształtuje się na poziomie prawie 26%. W ośmioosobowym zarządzie są trzy kobiety, stanowią więc 37,5%. W kampanii „Bądź jedną z wielu”, reprezentującej wiele kobiet sukcesu w firmie, występuje Alexandra Straßburger, szefowa Mercedes-Benz ds. globalnych operacji sprzedaży. Kampanię uzupełnia seria dialogów, podczas których inne inspirujące kobiety zatrudnione w Mercedesie dzielą się doświadczeniami ze swojej kariery zawodowej.

„Bądź jedną z wielu” – trzy kobiety o różnych ścieżkach życia, które dają poczucie odwagi

Kampania społecznościowa marki z okazji Międzynarodowego Dnia Kobiet 2024 prezentuje trzy osobowości. Pierwszą z nich jest Aya Jaff: „Kto korzysta ze wsparcia, może automatycznie wyznaczać sobie wyższe cele”. 28-latką jest założycielką i autorką bestsellerów. Sensację na scenie technologicznej wywoływała już wcześniej, jako programistka. W 2019 r. magazyn biznesowy Forbes umieścił ją w gronie najlepszych „30 under 30” (z ang. trzydzieści kobiet przed trzydziestką) w kategorii „Przywództwo”. To czyni ją jedną z najbardziej wpływowych młodych przedsiębiorczyń na świecie. Aya Jaff urodziła się w Iraku i przyjechała do Norymbergi w wieku trzech lat. Już jako dziecko była entuzjastką nowych technologii i interesowała się giełdą. Później założyła klub programistyczny i brała udział w tworzeniu internetowej gry giełdowej. Studiowała na Draper University dla założycieli startupów w Dolinie Krzemowej. Po powrocie do Niemiec założyła swój pierwszy startup. W 2020 r. ukazała się jej książka „Robienie pieniędzy: jak odkryć giełdę dla siebie”. W tym roku zorganizowała największą w Niemczech konferencję AI o nazwie data:unplugged.

Dalad Kambhu: „Nie dajcie się zniechęcić”

38-latką jest właścicielką i szefową kuchni tajskiej restauracji Kin Dee w Berlinie. Mimo braku kierunkowego wykształcenia swoją pasję do gotowania wywindowała aż na najwyższy poziom gastronomii. Dalad Kambhu to kobieta, która nigdy się nie poddaje – uwielbia eksperymenty i ciągle uczy się nowych rzeczy. Urodzona w Austin w Teksasie, dorastała w Bangkoku. W wieku 20 lat wróciła do Stanów Zjednoczonych, aby tam studiować i z powodzeniem pracować dorywczo jako modelka. Po ukończeniu studiów z wyróżnieniem postanowiła zamienić swoją pasję do gotowania – którą pielęgnowała w życiu prywatnym – w karierę i w 2015 r. przeprowadziła się do Berlina, gdzie spełniła swoje marzenie o otwarciu własnej, topowej restauracji.

Alexandra Straßburger: „Podążaj za głosem serca i rób to, co Cię inspiruje”

Jako szefowa ds. globalnych operacji sprzedaży 45-latką odpowiada w Mercedes-Benz za centralny proces zamówień klientów i jego cyfryzację. Pracę w firmie rozpoczęła jako stażystka w 2002 r. Dysponując dyplomem z zarządzania biznesem, w trakcie swojej kariery zajmowała liczne stanowiska, w tym szefowej ds. zarządzania produktem w Chinach. Wyjazd za granicę stał się dla niej kluczowym doświadczeniem, podczas którego mogła rozwijać się zarówno zawodowo, jak i osobiście. Po sprawowaniu kolejnych stanowisk kierowniczych Alexandra Straßburger w 2017 r. wróciła do Niemiec. Obecnie kieruje międzynarodowym zespołem. Różnorodność i odmienne perspektywy mają dla niej ogromną moc generowania nowych pomysłów i rozwiązań.

Szczegóły kampanii

Globalna kampania Mercedes-Benz rozpoczyna się 8 marca 2024 r., w Międzynarodowy Dzień Kobiet, i będzie prowadzona przez cały rok na różnych rynkach, w kanałach mediów społecznościowych Mercedes-Benz oraz na stronie [mercedesbenz.com](https://www.mercedesbenz.com):

- [Główny klip „Bądź jedną z wielu” 2024](#) z wycinkami krótkich portretów bohaterek, w różnych formatach dla wszystkich kanałów marki.
- [Główny klip 2023](#) w zmontowanej wersji prezentowany w ramach tegorocznej kampanii.

Twórcy:

- Agencja i postprodukcja: team x
- Firma produkcyjna: Katja Rivas Pinzón
- Reżyseria: team x
- Muzyka: amp music

Kontakt dla mediów:

Tomasz Mucha, tel. +48 698 697 222, e-mail: tomasz.mucha@mercedes-benz.com

Najważniejsze informacje o Mercedes-Benz AG

Mercedes-Benz Group AG jest jedną z odnoszących największe sukcesy firm motoryzacyjnych na świecie. Dzięki Mercedes-Benz AG grupa jest jednym z wiodących światowych dostawców wysokiej klasy samochodów osobowych i aut dostawczych z segmentu premium. Mercedes-Benz Mobility AG oferuje finansowanie, leasing, subskrypcję oraz wynajem pojazdów, zarządzanie flotą, cyfrowe usługi ładowania i płatności, pośrednictwo ubezpieczeniowe, a także innowacyjne usługi z zakresu mobilności. Założyciele firmy, Gottlieb Daimler i Carl Benz, przeszli do historii, gdy w 1886 r. wynaleźli samochód. Mercedes-Benz – jako pionier samochodowej inżynierii – postrzega kształtowanie przyszłości mobilności w bezpieczny i zrównoważony sposób zarówno jako swoją motywację, jak i obowiązek. Firma koncentruje się zatem na innowacyjnych i ekologicznych rozwiązaniach technologicznych, jak również na budowie bezpiecznych i doskonałych pojazdów. Mercedes-Benz nadal systematycznie inwestuje w rozwój efektywnych układów napędowych i wyznacza kurs na całkowicie elektryczną przyszłość: marka spod znaku tróiramiennej gwiazdy dąży do tego, by do 2030 r., o ile pozwolą na to warunki rynkowe, przejść na napędy w pełni elektryczne. Przechodząc od priorytetu prądu do koncepcji „tylko prąd”, wiodący na świecie koncern motoryzacyjny przyspiesza swój rozwój w kierunku całkowicie elektrycznej, opartej na oprogramowaniu przyszłości. Jego wysiłki koncentrują się również na inteligentnej łączności pojazdów, autonomicznej jeździe i nowych koncepcjach mobilności. Mercedes-Benz traktuje to bowiem jako swoją aspirację oraz zobowiązanie do wywiązywania się z odpowiedzialności wobec społeczeństwa i środowiska. Firma sprzedaje swoje pojazdy i świadczy usługi niemal we wszystkich krajach świata, a jej zakłady produkcyjne znajdują się w Europie, Ameryce Północnej i Łacińskiej, Azji oraz Afryce. Oprócz Mercedes-Benz, najcenniejszej luksusowej marki motoryzacyjnej na świecie (źródło: badanie Interbrand, 3.11.2022 r.), portfolio obejmuje marki: Mercedes-AMG, Mercedes-Maybach, Mercedes-EQ i Mercedes me, a także marki Mercedes-Benz Mobility: Mercedes-Benz Bank, Mercedes-Benz Financial Services oraz Athlon. Spółka jest notowana na giełdach we Frankfurcie i Stuttgarcie (symbol MBG). W 2022 r. grupa zatrudniała około 170 000 pracowników i sprzedała około 2,5 miliona pojazdów. Jej przychody wyniosły 150,0 mld euro, a EBIT – 20,5 mld euro.