



MAYBACH

Informacja prasowa
17 lipca 2025 r.

Pierwsze na świecie Centrum Marki Maybach w Seulu oferuje spersonalizowane doświadczenie zakupowe

- Nowy, wizjonerski format sprzedaży detalicznej marki Maybach otwarty w ekskluzywnej dzielnicy Gangnam w Seulu
- Połączenie salonu sprzedaży, przestrzeni gościnnej i centrum serwisowego zapewnia kompleksowe doświadczenie – fizyczne i cyfrowe
- Unikalny projekt budynku, opracowany w ścisłej współpracy z szefem designu Mercedes-Benz, Gordonem Wagenerem, odzwierciedla estetykę marki Maybach, a jednocześnie oddaje hołd koreańskiej architekturze
- Aby uczcić tę okazję, po raz pierwszy w Korei Południowej debiutują nowy Mercedes-Maybach SL Monogram Series oraz ekskluzywna edycja Mercedes-Maybach Silver Lining

Seul/Stuttgart. Mercedes-Maybach ogłasza uroczyste otwarcie pierwszego na świecie Centrum Marki Maybach (Maybach Brand Center) w Seulu. Położone w sercu dzielnicy Gangnam-gu – wiodącej luksusowej dzielnicy handlowej Seulu – centrum zostało zaprojektowane tak, aby ucieleśniać wartości marki Maybach i stanowi kolejny ważny kamień milowy w zobowiązaniu marki, aby zapewniać klientom indywidualne, immersyjne doświadczenia.

Obsługiwane przez jednego z wiodących południowokoreańskich dealerów Mercedes-Benz i Mercedes-Maybach, HS HYOSUNG THE CLASS, Centrum Marki Maybach w Seulu to ekskluzywny, wolnostojący, pięciokondygnacyjny budynek (cztery piętra nadziemne i jedno podziemne) o łącznej powierzchni użytkowej 2795 metrów kwadratowych. Odwiedzający mogą cieszyć się tam kompleksowym doświadczeniem luksusu, na które składają się elegancki projekt inspirowany tradycyjną koreańską architekturą, prywatne, wyrafinowane przestrzenie zaprojektowane z myślą o ekskluzywności oraz spersonalizowana, najwyższej próby obsługa klienta.

Aby uczcić otwarcie, zaproszono inwestorów, wybranych przedstawicieli mediów i klientów VIP. Mathias Geisen, członek zarządu Mercedes-Benz Group AG ds. marketingu i sprzedaży, po raz pierwszy w Korei Południowej zaprezentował Mercedes-Maybacha SL 680 Monogram Series (zużycie paliwa w cyklu mieszanym: 13,6 l/100 km | emisja CO₂ w cyklu mieszanym: 309 g/km; WLTP). Ten sportowy, elegancki, dwumiejscowy samochód z otwartym dachem to najnowszy członek rodziny modeli Mercedes-Maybach. Na ekspozycji znalazła się również ekskluzywna edycja Mercedes-Maybach Silver Lining – limitowana do zaledwie 12 egzemplarzy, oferowana dla Klasy S, GLS-a i EQS-a SUV-a. To edycja MANUFAKTUR, oparta na serii Night Series, charakteryzująca się lakierem czerni obsydianu metalik z delikatnym paskiem w kolorze srebrny high-

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).

tech metalik. Każdy samochód zdobi specjalna plakietka, a nabywca otrzymuje eleganckie pudełko z kluczykiem. Aby oddać hołd ponad 100-letniej historii i tradycji marki Maybach, zaprezentowano także zabytkowego Maybacha Zeppelina DS 8 z 1932 r.

„Otwierając pierwsze na świecie Centrum Marki Maybach, stawiamy kolejny krok w kierunku redefiniowania doświadczeń klienta na najwyższym poziomie. Korea to nie tylko jeden z naszych kluczowych rynków – to także miejsce, gdzie duch nowoczesnego luksusu jest głęboko ceniony i stale ewoluuje. Ta nowa przestrzeń jest naszą odpowiedzią: miejscem, w którym ekskluzywność, kunszt wykonania i osobiste relacje łączą się w sposób, jaki może zaoferować tylko Mercedes-Maybach” – powiedział Mathias Geisen, członek zarządu Mercedes-Benz Group AG ds. marketingu i sprzedaży.

„Pierwsze na świecie Centrum Marki Maybach w sercu Seulu to kolejny ważny kamień milowy dla marki Maybach. Reprezentuje ono najwyższą formę sprzedaży detalicznej, porównywalną z flagowymi salonami renomowanych marek luksusowych w branży modowej. Wyrafinowana architektura, gościnność i luksusowy design doskonale wyrażają wartości i status marki Maybach” – dodał Daniel Lescow, szef marki Mercedes-Maybach w Mercedes-Benz Group AG.

„Od oficjalnego debiutu w Korei w 2004 r. Mercedes-Maybach stał się preferowanym wyborem dla wybitnych koreańskich liderów, wizjonerskich przedsiębiorców i ikon kultury – tych, którzy poszukują nienagannej jakości oraz wyrazu sukcesu. Jesteśmy zaszczyceni, że samochody Mercedes-Maybach wybrało już ponad 10 000 klientów, co uczyniło Koreę jednym z najważniejszych rynków Maybacha na świecie. Jesteśmy przekonani, że nowe Centrum Marki Maybach przewyższy oczekiwania naszych cenionych koreańskich klientów” – skomentował Mathias Vaitl, dyrektor generalny Mercedes-Benz Korea Ltd.

Ponadczasowy design inspirowany tradycyjną koreańską architekturą

Opracowany w ścisłej współpracy z Gordenem Wagenerem, szefem designu Mercedes-Benz, zewnętrzny projekt obiektu szczegółowo odwzorowuje wyrafinowaną estetykę marki Maybach, a jednocześnie czerpie inspirację z tradycyjnej architektury Korei. Plisowana powierzchnia budynku naśladuje płynne kształty eleganckiej sukni wieczorowej, emanując miękkością i elegancją. Dynamiczna linia dachu podkreśla harmonijne połączenie współczesnej architektury z tradycyjnym koreańskim wzornictwem.

Wysokie, otwarte strefy dają poczucie ekstrawagancji, odzwierciedlając wydłużone proporcje i przestronne wnętrza modeli Maybacha. Odwiedzający są witani w katedralnym wnętrzu zaprojektowanym tak, aby zapewnić immersyjną przestrzeń dostosowaną do potrzeb klientów.

Na pierwszym piętrze znajduje się wydzielona strefa wystawowa dla samochodów Mercedes-Maybach oraz salonik dla klientów, gdzie można umówić się na wizytę serwisową. Na drugim zlokalizowano wydzieloną strefę przekazania auta, wejście VIP oraz dostęp do usługi parkowania z obsługą. Na trzecim klienci mogą oglądać pojazdy w ekskluzywnym salonie Privée, a także odwiedzić studio MANUFaktur i zapoznać się z możliwościami personalizacji. Charakterystyczny ogród w sercu tego piętra tworzy atmosferę „oazy w mieście”, oferując odwiedzającym spokojną ucieczkę od tętniącego życiem Seulu. Również na trzecim piętrze barista serwuje wykwintne kawy. W podziemiu znajduje się serwis dla użytkowników modeli Mercedes-Maybach oraz Mercedes-Benz Klasy S.

Zarówno wygląd zewnętrzny, jak i wnętrza emanują ponadczasową, klasyczną elegancją, prezentując nienaganne rzemiosło oraz dbałość o detale. Połączenie wysokiej jakości materiałów i ręcznie wykonanych wykończeń tworzy wyjątkowe doświadczenie luksusu i ekskluzywności.

Spersonalizowane doświadczenie klienta i doskonała obsługa

Centrum Marki Maybach to jedna z niewielu tak prestiżowych lokalizacji na świecie – unikalne dzieło sztuki, wyróżniające się na tle innych. Doświadczenie jazdy Maybachem zamienia się tam w architektoniczny zachwyt, niezwykle komfortowe połączenie salonu samochodowego, miejsc konsultacji oraz przekazania samochodu i strefę gościnności: wciągające doświadczenia związane z marką ożywa dzięki ekspozycji samochodów, pięciu stanowiskom serwisowym, studiu Mercedes-Maybach Sample Studio, które umożliwia kompleksową konfigurację, oraz cyfrowym instalacjom prezentującym DNA marki. W ofercie znajduje się nawet autorski zapach, specjalnie skomponowany dla Centrum Marki Maybach w Seulu. Wzbogaca on atmosferę salonu, pozostawiając u odwiedzających trwałe, wielozmysłowe wspomnienie. Wyspecjalizowani konsultanci sprzedaży służą fachową pomocą klientom, którzy chcą kupić samochód. Prywatność zapewniają dwa prywatne pomieszczenia konsultacyjne. Dodatkowo dostępne są również strefy publiczne dla przechodniów. Centrum Marki Maybach stanowi miejsce ekskluzywnych wydarzeń dla klientów i aktywacji marki.

Centrum działa wyłącznie na zasadzie rezerwacji. Od momentu wejścia do budynku klientowi przydzielany jest dedykowany konsultant sprzedaży i ekspert ds. produktów, który zapewnia wsparcie w spersonalizowanej podróży. Ekskluzywne usługi członkowskie, profesjonalny parking z obsługą, autorskie oferty gastronomiczne i spersonalizowane programy są dostosowane specjalnie do potrzeb właścicieli Maybachów. Działa tam także dedykowane centrum telefoniczne, przeznaczone wyłącznie dla członków Centrum Marki Maybach. Podczas umawiania wizyty serwisowej potrzeby klienta są jasno określone z wyprzedzeniem i przekazywane przypisanemu doradcy serwisowemu.

Poszerzanie globalnej sieci sprzedaży

W swojej istocie marka Maybach reprezentuje najnowocześniejszą technikę, wykintne rzemiosło i luksus w najwyższym wydaniu – napędzane dążeniem do tworzenia „najlepszego z najlepszych”. Maybach od dawna inspirował rodziny królewskie, światowych liderów, luminarzy i koneserów. W 2022 r. w Szanghaju otwarto pierwsze Atelier Maybach. Następnie marka z sukcesem zainaugurowała ekskluzywne salony Maybach Lounge w metropoliach na różnych kluczowych rynkach. Niedawno uruchomiono nowe obiekty w Nowym Jorku i Wiedniu. Teraz czas na kolejny dedykowany format – Centrum Marki Maybach w Seulu, stworzone z myślą przybliżenia nieprzerwanego strumienia innowacji luksusowej marki, która łączy tradycję z wizjonerskimi koncepcjami, aby sprostać wymaganiom przyszłości.

Kontakt dla mediów:

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

Mercedes-Benz AG w skrócie

Mercedes-Benz AG jest częścią grupy Mercedes-Benz Group AG, która na całym świecie zatrudnia łącznie około 175 000 pracowników i odpowiada za globalną działalność Mercedes-Benz Cars oraz Mercedes-Benz Vans. Prezesem zarządu Mercedes-Benz AG jest Ola Källenius. Firma koncentruje się na rozwoju, produkcji i sprzedaży samochodów osobowych i użytkowych oraz usług związanych z pojazdami. Ponadto aspiruje do bycia liderem w obszarach elektromobilności i samochodowego oprogramowania. Portfolio produktów obejmuje markę Mercedes-Benz, w tym marki Mercedes-AMG, Mercedes-Maybach i Klasa G z ich modelami w pełni elektrycznymi, a także produkty marki smart. Mercedes-Benz AG jest jednym z największych producentów samochodów osobowych klasy premium na świecie. W 2024 r. sprzedał około 2,4 miliona aut osobowych i użytkowych. W ramach obu segmentów biznesowych – Mercedes-Benz Cars oraz Mercedes-Benz Vans – nieustannie rozszerza swoją światową sieć produkcyjną, która obecnie liczy ponad 30 zakładów na czterech kontynentach, a przy tym przygotowuje się do spełnienia wymagań elektromobilności. Jednocześnie firma rozbudowuje swoją globalną sieć produkcji akumulatorów na trzech kontynentach. Przewodnią zasadą strategii Mercedes-Benz jest zrównoważony rozwój – oznacza to tworzenie trwałej wartości dla wszystkich interesariuszy: klientów, pracowników, inwestorów, partnerów biznesowych oraz całego społeczeństwa. Firma bierze zatem odpowiedzialność za ekonomiczne, ekologiczne i społeczne skutki swojej działalności biznesowej, uwzględniając cały łańcuch wartości.