



Mercedes-Benz

Informacja prasowa

1 marca 2024 r.

Mercedes-Benz przoduje w rankingu najbardziej medialnych marek samochodów w Polsce w 2023 roku

Mercedes-Benz Polska triumfuje w najnowszej edycji uznanego badania Top Moto 15 za cały rok 2023, które przybliżyła pozycję wiodących marek samochodów w polskich mediach – ogólnopolskich i specjalistycznych. Podobnie jak w wielu poprzednich edycjach raportu producent luksusowych aut ze Stuttgartu jest liderem w dziedzinie liczby i zasięgu publikacji.

Już od kilkunastu lat PSMM Monitoring & More przygotowuje raport Top Moto 15, który pozwala ocenić obecność 15 wybranych marek samochodów w polskich mediach – a tym samym ich efektywność komunikacyjną, wartość oraz siłę w oczach odbiorców. To największe tego typu badanie na polskim rynku; w ramach najnowszej edycji szeroko zakrojonej analizie poddano materiały z prasy, internetu, radia i telewizji publikowane w okresie od stycznia do grudnia 2023 r. Uwzględniono tu zarówno publikacje (artykuły, notki i wzmianki) w mediach specjalistycznych, jak i ogólnopolskich oraz regionalnych. Łącznie przeanalizowano ponad 1100 tytułów prasowych, 5 milionów stron internetowych oraz 100 stacji radiowych i telewizyjnych. Korzystając ze sprawdzonej metodologii, oceniono m.in. kontekst i rozmiary publikacji oraz ich znaczenie, wyłączając doniesienia o wypadkach drogowych, przestępstwach oraz pojazdach ciężarowych.

W badaniu za 2023 r. Mercedes-Benz ponownie przodował w liczbie publikacji o marce (w tym w kluczowych mediach motoryzacyjnych) oraz pod względem ich zasięgu. Łącznie producent spod znaku trójamiennej gwiazdy pojawił się w blisko 44 tys. publikacji (średnia w badaniu: niespełna 18,5 tys.), a ich szacowany ekwiwalent reklamowy to blisko 93 mln zł (średnia: 58 mln zł).

Mercedes-Benz uzyskał również najlepszy wynik w kategorii dotarcia publikacji do odbiorcy, ponad dwukrotnie wyższy od średniej uzyskanej w raporcie. Pozwala on na oszacowanie realnej liczby kontaktów z pojedynczą publikacją albo zbiorem publikacji.

„Raport Top Moto to jedna z najbardziej przekrojowych analiz medialnych branży motoryzacyjnej w Polsce. Jej zakres, zastosowane wskaźniki oraz cykliczność pozwalają markom nie tylko na porównanie potencjału komunikacyjnego z konkurencją, ale także na obserwowanie, czy w ich działaniach następuje progres. Ważnym aspektem w tego typu opracowaniach jest także to, aby były one wykonywane przez niezależny podmiot

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).

badawczy – i tak właśnie jest w tym przypadku” – powiedział Sebastian Bykowski, prezes zarządu i dyrektor generalny PSMM Monitoring & More. „Wiodąca pozycja na rynku motoryzacyjnym wymaga scalenia wielu czynników, jednak na podstawie długoterminowej obserwacji można wysnuć wniosek, że budowanie medialności marki wymaga przede wszystkim stale aktualizowanej gamy produktów, nowoczesnych i budzących pożądanie. To przyciąga uwagę dziennikarzy najważniejszych, opiniotwórczych tytułów. Tę zasadę reprezentuje Mercedes-Benz, który jest kluczowym graczem, jeśli chodzi o nowości i innowacje. Premiery luksusowych modeli, liczne aktualizacje modeli z gwiazdą czy ofensywa w segmencie elektromobilności zapewniły marce największą liczbę obszernych, wartościowych treści”

Mercedes-Benz jest obecny we wszystkich kluczowych kanałach informacyjnych i odpowiada na najnowsze medialne trendy. Unikalna strategia komunikacyjna marki w Polsce nie tyle bazuje na informacjach produktowych, co na lokalnie tworzonych materiałach oraz inicjatywach zgodnych z wartościami firmy.

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 trójramienną 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.