



Mercedes-Benz

Informacja prasowa

19 marca 2026 r.

Kimi Antonelli występuje w kampanii nowego elektrycznego GLC, a kampania GLB zachwyca udziałem pluszowych przyjaciół

Stuttgart. Mercedes-Benz rusza z dwiema nowymi kampaniami, które oddają obietnicę marki – „Welcome home”. Kampanie prezentują dwa najnowsze elektryczne SUV-y z gwiazdą: GLC oraz GLB. Obie opowiadają o tym, jak samochody Mercedes-Benz stają się komfortowymi towarzyszami codzienności swoich użytkowników, łącząc autentyczną narrację z wyrazistą prezentacją produktów i nutą humoru.

Marka spod znaku trójkątnej gwiazdy nieprzerwanie symbolizuje inżynierską doskonałość, ikoniczny design i bezpieczeństwo – cechy charakterystyczne zarówno dla nowego GLC, jak i nowego GLB. Każdy z nich jest natychmiast rozpoznawalny jako Mercedes-Benz, przede wszystkim za sprawą poczucia komfortu i jakości. Tego niepowtarzalnego, intuicyjnego wrażenia „Welcome home” (z ang. witaj w domu), które oddaje emocje, jakie budzi każdy samochód marki Mercedes-Benz – niezależnie od modelu oraz układu napędowego.

Kampania GLC: „Zawsze jest przestrzeń na płynniejsze tempo”

Kimi Antonelli, kierowca zespołu F1 Mercedes-AMG PETRONAS, jest gwiazdą nowej kampanii marki poświęconej elektrycznemu GLC. Klip pokazuje krótką historię: gdy Kimi wspólnie z ojcem Marco wyruszają w spokojną podróż ulicami miasta skąpanymi w łagodnym, popołudniowym słońcu. To, co zaczyna się od intensywnych emocji – gdy myśli Kimiego wciąż krążą jeszcze wokół wyścigów – przeradza się w czas wytchnienia w nowym GLC, z jego wyjątkowym poziomem komfortu i otulającym wnętrzem. [Film można obejrzeć na YouTube.](#)

Kampania koncentruje się na narracji z prawdziwymi postaciami, prezentując elektrycznego GLC poprzez życiowe doświadczenia, a nie listę specyfikacji. Z historii naturalnie wynikają liczne cechy produktu: wyjątkowa dynamika jazdy i komfort akustyczny, panoramiczny dach SKY CONTROL, inteligentny asystent martwego pola, fotele z masażem, intuicyjny wirtualny asystent MBUX oraz nowy, ikoniczny, podświetlany grill. Wspólnie zapewniają one podróżującym spokojne, komfortowe warunki do pielęgnowania więzi.

Mercedes-Benz GLC 400 4MATIC z technologią EQ | zużycie energii w cyklu mieszanym: 14,9-18,9 kWh/100 km | emisja CO₂ w cyklu mieszanym: 0 g/km (WLTP)

Całkowicie nowy, elektryczny Mercedes-Benz GLC

Od wielu lat GLC pozostaje najpopularniejszym modelem Mercedes-Benz. W tym czasie wielokrotnie zdobywał pierwsze miejsca na liście bestsellerów marki na całym świecie. Teraz do gamy dołącza nowy, fascynujący model: elektryczny GLC, łączący solidność i elegancję Mercedes-Benz z najnowocześniejszym napędem

Mercedes-Benz AG | 70546 Stuttgart | telefon +49 711 17 0 | faks +49 711 17 2 22 44 | dialog@mercedes-benz.com | www.mercedes-benz.com

Mercedes-Benz AG, Stuttgart, Niemcy | Siedziba i Sąd Rejestrowy: Stuttgart, nr w Rej. Handl.: 762873

Prezes Rady Nadzorczej: Martin Brudermüller

Zarząd: Ola Källenius, prezes; Jörg Burzer, Mathias Geisen, Olaf Schick, Michael Schiebe, Britta Seeger, Oliver Thöne, Harald Wilhelm

elektrycznym oraz inteligentnym, intuicyjnym oprogramowaniem. Zaprojektowany z myślą o harmonijnym dostosowywaniu się do zróżnicowanych potrzeb i stylów życia, kontynuuje on tradycję wszechstronnych, spalinowych i hybrydowych wydań GLC. Więcej informacji na temat całkowicie nowego, elektrycznego GLC można znaleźć [tutaj](#).

Kampania GLB: „Gdzie każdy czuje się bezpiecznie”

W kampanii promującej zupełnie nowego, elektrycznego GLB rozgrywa się kolejna rodzinna historia. Krótkometrażowy film opowiada o dziewczynce, chłopcu oraz dwóch pluszowych towarzyszach, spontanicznie zdobytych podczas wycieczki do wesołego miasteczka. 40-sekundowy spot pokazuje, jak odpowiedni samochód pomaga radzić sobie z nieoczekiwanymi, lecz uroczymi momentami rodzinnego życia. [Film można obejrzeć na YouTube](#).

Kampania przedstawia GLB jako wszechstronnego bohatera codzienności i przybliża jego inteligentnie zaprojektowane, przemyślane funkcje. Jedną z nich jest asystent manewrowania – klip pokazuje, że to nie tylko gadżet, lecz technologia zapewniająca przydatne wsparcie. I tutaj hasło „Welcome home” staje się rzeczywistością: GLB jest cenionym towarzyszem, który przekształca chaos w funkcjonalność i przestrzeń, gdzie rodziny czują się jak u siebie.

Nowy, w pełni elektryczny Mercedes-Benz GLB

Inteligentnie zaprojektowany, zupełnie nowy GLB – z pokaźną ilością miejsca nawet dla siedmiu osób – łączy imponujący off-roadowy design z niespotykaną funkcjonalnością. Wysokiej jakości wnętrze z nowym superekranem MBUX Superscreen wyznacza nieznane dotąd standardy. GLB oferuje przestrzeń na spontaniczność i wykracza daleko poza samą praktyczność. Jako inteligentny towarzysz wspiera kierowcę w niezwykle intuicyjny sposób, a jego charakterystyczny wygląd roztacza pewną siebie, charyzmatyczną aurę. Więcej informacji o zupełnie nowym GLB można znaleźć [tutaj](#).

Szczegóły i harmonogram kampanii

Globalne kampanie GLC i GLB rozpoczynają się w połowie marca. Obie będą realizowane w kanałach Mercedes-Benz, z zachowaniem dat premier określonych dla poszczególnych rynków. Treści obejmują materiały z mediów społecznościowych i reklamy telewizyjne, a także zróżnicowane formaty wideo z udziałem Kimiego Antonelliego, kierowcy ekipy F1 Mercedes-AMG PETRONAS. Dodatkowo w drukowanych publikacjach pojawią się materiały wizualne z udziałem Kimiego i jego ojca, Marco.

Twórcy: kampanie GLC i GLB

- **Pomysł, koncepcja i realizacja:** team x
 - **Produkcja:** BWGTBLD
 - **Reżyser:** Caroline Koning
- **Zdjęcia:** Hollie Fernando
- **Muzyka:** Gustav Karlström

Uwaga: dostępność prezentowanego wyposażenia, funkcji i usług zależy od konkretnego modelu samochodu, indywidualnej konfiguracji oraz rynku. Nasze systemy wspomagające służą wyłącznie jako pomoc i nie zwalniają kierowcy z odpowiedzialności. Proszę zapoznać się z informacjami zawartymi w instrukcji obsługi oraz opisanymi w niej ograniczeniami działania systemów.

Jubileuszowy rok Mercedes-Benz – „140 lat innowacji”

Odkąd w 1886 roku temu Carl Benz złożył patent na swojego trójkołowca, a niedługo później Gottlieb Daimler zbudował pierwszy zmotoryzowany powóz, Mercedes-Benz nieustannie rozwija kolejne innowacje i dąży do tworzenia najbardziej pożądanych samochodów na świecie. Ta ambicja napędza każdą innowację – od pierwszych automobili po dzisiejsze inteligentne i bezpieczne pojazdy elektryczne, takie jak zupełnie nowy GLC oraz wielokrotnie nagradzany CLA. Wraz z nową Klasą S firma kontynuuje największy program wprowadzania nowych produktów w swojej historii. Dzięki pasji do przełomowych osiągnięć, doskonałości oraz

nieprzerwanemu zaangażowaniu w obsługę klienta marka konsekwentnie kształtuje przyszłość mobilności. Rezultat wykracza daleko poza osiągnięcia inżynierskie – tworzy niepowtarzalne uczucie, które towarzyszy wszystkiemu, co robi Mercedes-Benz: „Welcome home”.

Mercedes-Benz świętuje 140 lat innowacji, wysyłając trzy nowe limuzyny Klasy S w transkontynentalną podróż do 140 lokalizacji na całym świecie. Każde miejsce podkreśla technologię, dziedzictwo, pionierskiego ducha oraz globalną obecność marki. Po drodze klienci, fani i współpracownicy będą mogli dołączyć do obchodów – w epickiej przygodzie, która potrwa do października. Podróż „140 YEARS. 140 PLACES” przez sześć kontynentów można śledzić w naszym specjalnym serwisie [„140 lat innowacji | Mercedes-Benz Media”](#) oraz za pośrednictwem [społeczności Mercedes-Benz](#).

Kontakt dla mediów: <https://media.mercedes-benz.pl/>

Mercedes-Benz AG w skrócie

Mercedes-Benz AG jest częścią grupy Mercedes-Benz Group AG. Łącznie na całym świecie zatrudnia około 164 000 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 oraz samochodowego oprogramowania. Portfolio marek Mercedes-Benz Cars obejmuje markę Mercedes-Benz, a także Mercedes-AMG, Mercedes-Maybach i markę produktów Klasy G. Mercedes-Benz AG jest jednym z największych producentów samochodów osobowych klasy premium na świecie. W 2025 r. sprzedał około 2,5 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 około 30 zakładów na czterech 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. W ten sposób firma bierze odpowiedzialność za ekonomiczne, ekologiczne i społeczne skutki swojej działalności biznesowej, uwzględniając cały łańcuch wartości.