



Mercedes-Benz

„Dbaj o to, co ważne”: kampania nowej Klasy S

Informacja prasowa

Mercedes-Benz współpracuje ze światowymi gwiazdami – Alicią Keys i Lewisem Hamiltonem

11 września 2020 r.

Stuttgart. Klasa S jest flagową linią modelową Mercedes-Benz i symbolem fascynującego świata trójramiennej gwiazdy – legendarnej inżynierii i tradycyjnego rzemiosła oraz inteligentnych innowacji. Niedawno swoją globalną premierę na cyfrowej platformie Mercedes me media świętował nowy Mercedes-Benz Klasy S – luksusowa limuzyna zbudowana z myślą o zapewnieniu swoim podróżującym dobrego samopoczucia. Klasa S reprezentuje niezrównany wymiar indywidualizacji i komfortu, designu i jakości, techniki oraz bezpieczeństwa. Innymi słowy, oferuje indywidualną mobilność na najwyższym poziomie – dbając o swojego kierowcę i pasażerów. Sercem kampanii komunikacyjnej nowej Klasy S jest hasło „Dbaj o to, co ważne”. Istotną rolę odgrywają w niej wybitne, światowej klasy talenty – 15-krotna zdobywczyni Grammy Alicia Keys oraz wielokrotny mistrz świata Formuły 1 Lewis Hamilton. Oboje łączą osobistą perfekcję z aktywizmem społecznym, wpisując się w ten sposób w główne hasło kampanii.

„Kampania »Dbaj o to, co ważne« odwołuje się do tego, co ma w życiu największe znaczenie. Czyli do ludzi wokół nas – tych, którzy zawsze powinni być bezpieczni i dla których chcielibyśmy mieć więcej czasu. Pod tym względem nowa Klasa S oferuje idealne warunki swoim podróżującym: bezpieczną przestrzeń w atmosferze nowoczesnego luksusu. Przestrzeń,

którą można cieszyć się wszystkimi zmysłami i która pozwala skupić się na tym, co w życiu ważne. To nasza definicja nowej Klasy S” – powiedziała Britta Seeger, członek zarządów Daimler AG i Mercedes-Benz AG odpowiedzialna za marketing i sprzedaż. „Wizytówką naszej nowej luksusowej limuzyny są zaawansowane systemy bezpieczeństwa i komfortu, a także usługi tworzone po to, by ułatwiać naszym klientom życie”.

„Kampania nowej Klasy S koncentruje się na fundamentalnym znaczeniu autentycznej, odpowiedzialnej interakcji, która odzwierciedla ducha naszych czasów. Ambasadorami naszej kampanii i reprezentantami jej idei – »Dbaj o to, co ważne« – są światowe gwiazdy, takie jak Alicia Keys i Lewis Hamilton” – powiedziała Bettina Fetzer, wiceprezes Mercedes-Benz AG ds. marketingu. „Oboje wykorzystują swój głos, by przemawiać w imieniu innych i zajmować stanowisko w ważnych kwestiach, które kształtują nasze społeczeństwo”.

Alicia Keys – amerykańska artystka, 15-krotna laureatka nagrody Grammy – to ceniona piosenkarka, autorka tekstów, a także aktorka i autorka bestsellerów „New York Timesa”, businesswoman oraz producentka filmów, programów telewizyjnych oraz broadwayowskich spektakli. Powszechnie znana także jako aktywistka społeczna. Wypowiada się w takich kwestiach jak sprawiedliwość społeczna i walka z HIV/AIDS.

Lewis Hamilton – brytyjski kierowca zespołu Mercedes-AMG Petronas F1 – jest sześciokrotnym mistrzem świata Formuły 1, a poza torem wyścigowym bierze aktywny udział w wielu inicjatywach społecznych poświęconych m.in.

ochronie klimatu oraz w kampaniach przeciwko rasizmowi i wszelkim formom dyskryminacji.

Kampania 360 stopni pod hasłem „Dbaj o to, co ważne” rozpocznie się w grudniu 2020 r. i obejmie media społecznościowe, formaty internetowe i drukowane, a także reklamy telewizyjne oraz przedsięwzięcia z udziałem celebrytów.

Kontakt:

Tomasz Mucha

e-mail: tomasz.mucha@daimler.com

tel. +48 22 312 72 22

Mercedes-Benz AG w skrócie

Mercedes-Benz AG odpowiada za globalną działalność biznesową Mercedes-Benz Cars i Mercedes-Benz Vans, zatrudniając na całym świecie ponad 173 000 pracowników. Prezesem Zarządu Mercedes-Benz AG jest Ola Källenius. Firma koncentruje się na rozwoju, produkcji i sprzedaży samochodów osobowych i dostawczych oraz usług. Ponadto, dzięki swoim pionierskim innowacjom, aspiruje do miana lidera w dziedzinie łączności, zautomatyzowanej jazdy oraz alternatywnych układów napędowych. Gama produktów obejmuje markę Mercedes-Benz wraz z submarkami Mercedes-AMG, Mercedes-Maybach i Mercedes me, a także markę smart oraz markę produktowo-technologiczną w segmencie elektromobilności – EQ. Mercedes-Benz AG jest jednym z największych producentów osobowych aut premium. W 2019 r. sprzedał blisko 2,4 miliona samochodów osobowych i ponad 438 tysięcy pojazdów dostawczych. W swoich dwóch segmentach biznesowych stale rozwija światową sieć produkcyjną, liczącą ponad 40 zakładów na czterech kontynentach, a jednocześnie przygotowuje się do spełnienia wymogów w zakresie elektromobilności. W tym samym czasie, na trzech kontynentach, firma buduje globalną sieć produkcji akumulatorów. Decydującą rolę w obu segmentach odgrywają działania zrównoważone. Dla Mercedes-Benz AG zrównoważony rozwój oznacza generowanie wartości trwałej dla wszystkich interesariuszy: klientów, pracowników, inwestorów, partnerów biznesowych oraz całego społeczeństwa. Podstawę stanowi tu zrównoważona strategia biznesowa Daimlera, w ramach której firma bierze odpowiedzialność za ekonomiczne, ekologiczne i społeczne skutki swojej działalności biznesowej z uwzględnieniem całego łańcucha wartości.