



Mercedes-Benz

Informacja prasowa

11 czerwca 2025 r.

Jazda autem elektrycznym bez tajemnic – nowa platforma wiedzy elektriki.pl od MB Motors Mercedes-Benz

- Praktyczne porady oraz odpowiedzi na kluczowe pytania i wątpliwości w krótkiej, przystępnej formie
- Portal wiedzy dla użytkowników aut elektrycznych oraz osób zainteresowanych
- Specjalna ankieta pomaga ocenić, czy samochód elektryczny lub hybrydowy jest odpowiedni dla danego użytkownika
- Nasze #Elektriki: treści tworzone przez pracowników MB Motors testujących auta elektryczne w codziennych warunkach

MB Motors, autoryzowany dealer Mercedes-Benz Polska, uruchomił specjalną platformę wiedzy, dostępną pod adresem elektriki.pl. To miejsce dla użytkowników aut elektrycznych oraz dla tych, którzy są zainteresowani ich zakupem – lub zwyczajnie chcą uzyskać więcej informacji. Zestaw 18 praktycznych, przystępnych porad uzupełniają tu odpowiedzi na najczęściej zadawane pytania na temat „elektryków” oraz ankieta podpowiadająca, czy model z napędem elektrycznym albo hybrydowym jest odpowiedni dla danego użytkownika. Platforma w klarowny sposób tłumaczy, jak efektywnie korzystać z samochodu elektrycznego – jak planować trasy, jak go ładować i maksymalizować zasięg. To pierwszy tego typu projekt dedykowany autom na prąd, który łączy wiedzę techniczną z codzienną praktyką i doświadczeniami klientów.

Nazwa nowego serwisu – [Elektriki](https://elektriki.pl) – doskonale oddaje jego istotę: znajduje się tu przede wszystkim zestaw „trików”, dzięki którym eksploatacja samochodu elektrycznego jest możliwie przyjazna i efektywna. Dlaczego zwyczajowo ładować samochód do 80%? Jak dobrać właściwy stopień rekuperacji? Co daje korzystanie z fabrycznej nawigacji? Zwięzłe odpowiedzi na te i szereg innych pytań pozwalają w szybki sposób właściwie przygotować się do jazdy „elektrykiem”.

Dodatkowym, cennym źródłem wiedzy są odpowiedzi na najczęściej zadawane pytania na temat samochodów elektrycznych, dostępne pod adresem <https://elektriki.pl/qa/>. Obalają one popularne mity i stereotypy, np. te dotyczące przejazdów, zasięgu, ładowania czy bezpieczeństwa. Dodatkowo na Czytelników czeka sekcja Nasze #Elektriki, z relacjami pracowników MB Motors testujących auta elektryczne w realnych warunkach. Na stronie znajdują się również przeglądarka elektrycznych i hybrydowych modeli Mercedes-Benz oraz szybki formularz do umówienia się na jazdę testową.

Portal elektriki.pl jest adresowany do wszystkich kierowców, nie tylko do użytkowników samochodów z gwiazdą. Jego forma i treść powstały na bazie codziennych doświadczeń i rozmów z użytkownikami, którzy często obawiają się elektromobilności. – *Elektriki.pl to efekt niemal roku testów, rozmów i osobistych*

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, Renata Jungo Brüngger, Mathias Geisen, Sabine Kohleisen, Markus Schäfer, Britta Seeger, Oliver Thöne, Hubertus Troska, Harald Wilhelm

doświadczeń za kierownicą „elektryków”. Przejechałem na prądzie 50 tysięcy kilometrów, w mieście i na trasie, popełniłem wiele błędów, ale dzięki temu wiem, jak w pełni wykorzystać potencjał „elektryków” i jakiej wiedzy potrzebują klienci na etapie decyzji zakupowej. Zebraliśmy tę wiedzę w jednym miejscu, żeby wspierać zarówno ich, jak i naszych doradców handlowych – mówi Paweł Kocon, PR Manager w MB Motors.

Platforma elektriki.pl będzie systematycznie rozwijana o kolejne porady, testy i opinie. Celem jest stworzenie najbardziej rzetelnej i praktycznej bazy wiedzy o elektromobilności w polskim internecie. Dla tych, którzy już jeżdżą „elektrykami” i tych, którzy dopiero rozważają zmianę napędu.

Za pomysł i realizację platformy odpowiada MB Motors, autoryzowany dealer Mercedes-Benz. W trzech lokalizacjach w Polsce, wraz z zespołem 350 ekspertów i pasjonatów tej najstarszej marki motoryzacyjnej, przenosi klientów w świat nowoczesności i prestiżu, poza samochodem oferując coś więcej – osobiste doświadczenie. MB Motors stawia swoich klientów na czele technologicznej rewolucji i zapewnia im innowacje, które nie tylko wspierają codzienne wyzwania, ale także definiują ich status oraz styl życia. Dealer ma już na koncie szereg akcji edukacyjnych poświęconych elektromobilności, m.in. cykl zabawnych klipów z udziałem znanej aktorki Małgorzaty Sochy. Filmiki z serii MB Motors x Małgorzata Socha również można obejrzeć na łamach <https://elektriki.pl>.

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.