



Mercedes-Benz

Informacja prasowa

24 września 2024 r.

„In Her Shoes”: Antonio Banderas z córką Stellą występują w globalnej kampanii Mercedesa Klasy E

Antonio i Stella Banderasowie, [„In Her Shoes“](#)

Aktor, reżyser i producent filmowy Antonio Banderas oraz jego córka Stella są bohaterami [krótkiego filmu, który stanowi oś nowej kampanii Mercedes-Benz pt. „In Her Shoes”](#) (z ang. na jej miejscu). Ale jest tu jeszcze jedna gwiazda – to nowa Klasa E, oferująca spersonalizowane doświadczenia. W filmie Antonio Banderas przez jeden dzień jeździ Klasą E należącą do Stelli. A ponieważ pożyczył również jej PIN do usług Mercedes me, może poznać zwyczaje swojej córki – i przeżywa szereg zaskoczeń. Klasa E potrafi bowiem dostosować się do nawyków swojej właścicielki lub właściciela.

„Przejażdżka Klasą E Stelli była niczym wejście do jej świata na jeden dzień. Zakres możliwości personalizacji i interakcji tego samochodu jest naprawdę imponujący. Podobnie jak Mercedes-Benz jestem przekonany, że samochód powinien być dziś czymś więcej niż tylko środkiem transportu: staje się cyfrowym towarzyszem, osobistą przestrzenią, w której jego właściciel może czuć się całkowicie swobodnie. Dzięki innowacyjnym technologiom w Klasie E nie jest to już tylko myślenie życzeniowe, lecz rzeczywistość” – powiedział Antonio Banderas, aktor, reżyser i producent filmowy.

„Antonio i Stella Banderasowie to idealny rodzinny zespół do naszej najnowszej kampanii. Ich autentyczna więź ojciec-córka odzwierciedla istotę tego, co w szczególności reprezentuje nowa Klasa E – to samochód, który za pomocą intuicyjnej technologii łączy ludzi. Nasza biznesowa limuzyna oferuje szeroki zakres personalizacji, która zamienia codzienną jazdę w wyjątkowe doświadczenie” – skomentowała Bettina Fetzer, wiceprezesa Mercedes-Benz AG ds. komunikacji i marketingu.

Koncepcja kampanii

- Mija rok, odkąd pierwsze egzemplarze Klasy E trafiły do europejskich salonów – ale biznesowa limuzyna Mercedes-Benz jest dziś tak samo aktualna jak zawsze. To przede wszystkim zasługa jej cyfrowych technologii, dzięki którym samochód staje się bardziej inteligentny, otwierając nowy wymiar personalizacji i interakcji.

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).

- Najnowsza kampania koncentruje się na spersonalizowanych doświadczeniach, które oferują innowacje zastosowane w Klasie E. Osią kampanii jest film z udziałem Antonia i Stelli Banderasów, który w praktyczny sposób pokazuje korzyści i poziom komfortu, jakie cyfrowe funkcje wnoszą do codziennego życia kierowcy.
- Film przybliży także różne technologie Mercedes-Benz – i robi to w emocjonujący sposób, bazujący na więzi pomiędzy ojcem a jego córką.
- Filmowi towarzyszy nowa interpretacja piosenki „Daddy Cool”, w oryginale opublikowanej w 1976 r.
 - o Kompozytor: Frank Farian
 - o Tekst: George Reyam
 - o Wydawca: Sony Music
 - o GEMA: 1367746-001
 - o SWC: T -801.278.766-6s

Szczegóły kampanii i ramy czasowe

- „In Her Shoes” to globalna kampania Mercedes-Benz prowadzona w kanałach mediów społecznościowych marki spod znaku trójramiennej gwiazdy.
- Kampania będzie prowadzona w globalnych kanałach marki, a daty jej realizacji różnią w zależności od rynku. 16 września 2024 r. zainicjowała ją premiera reklamy telewizyjnej (TVC) w Niemczech.
- Oprócz długiego głównego filmu z udziałem Antonio i Stelli Banderasów istnieją krótkie wersje o różnej długości, stworzone z myślą o publikowaniu w kanałach mediów społecznościowych Mercedes-Benz na całym świecie. Kampanię uzupełniają reklamy w mediach drukowanych.
- Od 9 października 2024 r. w ramach aktywacji kampania będzie eksponowana w Studio Odeonsplatz by Mercedes-Benz w Monachium.

Twórcy

- Pomysł, koncepcja i realizacja: team x
- Produkcja: Anorak Film GmbH
- Reżyser: Francois Rousselet
- Fotograf: Matthew Jones
- Zdjęcia: Ronan Gallagher (fotograf), WA Productions (produkcja), INK Studios (postprodukcja)
- Postprodukcja: KATALYST
- Muzyka: Georg von dem Busche / Playdis
- Miks: Kraatz Studios GmbH

Pomost między tradycją a cyfryzacją: nowy Mercedes-Benz Klasy E

Od ponad 75 lat Klasa E wyznacza standardy dla limuzyn klasy średniej wyższej. W 2023 r. Mercedes-Benz rozpoczął nowy rozdział tej historii – z nową architekturą elektroniczną, mocniej skupioną na oprogramowaniu, a mniej na osprzęcie. Dzięki temu Klasa E stała się jeszcze bardziej inteligentna, oferując nowy wymiar personalizacji i interakcji. Jednym z przykładów są tzw. rutyny. Dzięki nim klienci mogą przypisywać warunki do określonych czynności. Przykład: *„Jeśli temperatura we wnętrzu spadnie poniżej 12 stopni Celsjusza, włącz ogrzewanie foteli i ustaw kolor ambientowego oświetlenia na pomarańczowy”.*

To nie wszystko: adaptacyjne oprogramowanie sprawia, że system operacyjny MBUX przedstawia spersonalizowane sugestie dotyczące licznych funkcji z zakresu informacji i rozrywki, komfortu oraz całego pojazdu. Tak zwana warstwa zerowa sprawia, że użytkownik nie musi przewijać podmenu ani nawet wydawać poleceń głosowych – na najwyższym poziomie ekranu, w polu widzenia, pojawiają się sugestie aplikacji

dopasowane do sytuacji i kontekstu. Ogranicza to listę czynności, jakie musi wykonywać kierowca. Jako opcja dostępna jest rozszerzona rzeczywistość MBUX dla nawigacji, która nakłada graficzne podpowiedzi i informacje o ruchu drogowym na widok z zewnętrznej kamery.

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 trójdzielnego 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 zatrudniła około 170 000 pracowników i sprzedała około 2,5 miliona pojazdów. Jej przychody wyniosły 150,0 mld euro, a EBIT – 20,5 mld euro.