



MERCEDES-EQ

Informacja prasowa

12 kwietnia 2021 r.

Tajniki Muzeum Mercedes-Benz: choinka zapachowa

- Wynalazek z lat 50. XX wieku – zapach samochodowy z aromatami alpejskich drzew
- Zapach z choinki jest sukcesywnie uwalniany w kabinie samochodu
- Idea ewoluowała – Mercedes-Benz oferuje teraz pakiet AIR-BALANCE
- Ekspozyty motoryzacyjnej kultury w Muzeum Mercedes-Benz

Na zróżnicowanej ekspozycji Muzeum Mercedes-Benz prezentowanych jest około 160 pojazdów i łącznie ponad 1500 eksponatów. Na szczególną uwagę zasługują tu rozwiązania, które od dekad współtworzą motoryzacyjną kulturę i przyciągają uwagę gości muzeum swoją zaskakującą historią. Przybliży je muzealny newsletter. W dzisiejszym odcinku – drzewka zapachowe.

Nieprzyjemny zapach we wnętrzu samochodu odbiera nie tylko przyjemność z jazdy – rzutuje też na bezpieczeństwo podróżowania. Wentylacja i klimatyzacja dbają o ciągłą wymianę powietrza, pomocne może być również otwarcie okna. Czasami nie obejdzie się jednak bez wielkich porządków. Ale co zrobić, by w kabinie auta pachniało naprawdę przyjemnie, a zarazem niestandardowo?

Wszystko zaczęło się w latach 50., gdy północnoamerykańscy rolnicy zwrócili się o pomoc do kanadyjskiego chemika Juliusa Sämanna – szukali sposobu na pozbycie się zapachów zwierząt hodowlanych i rozlanego mleka. Ekspert znalazł rozwiązanie: porowaty karton wymoczył w oleju z igieł sosnowych. Materiał stopniowo wydzielał swój silny zapach, dzięki czemu intensywne naturalne aromaty zwierząt udało się skutecznie „zamaskować”. A ponieważ „forma podąża za funkcją”, Sämann nadał swojej innowacji kształt małej choinki.

Od tamtej pory choinki zapachowe były coraz częściej widywane we wnętrzach samochodów. Doskonałym miejscem, by je prezentować, było lustro wsteczne. W ten sposób małe drzewka stopniowo rozprzestrzeniły się na całym świecie i stały się symbolem świeżości – w pojazdach prywatnych oraz taksówkach.

Julius Sämann był bardzo pracowitym przedsiębiorcą. Założył nie tylko własną firmę, która zajmowała się produkcją i dystrybucją choinek zapachowych, ale szybko wprowadził do oferty szereg różnych aromatów. Oprócz klasycznego zapachu „Royal Pine” pojawiły się wersje „Spice” i „Bouquet”. Wkrótce dołączyła do nich choinka „Caribbean Colada”, która przyniosła powiew południowego morza. Bestsellerami zostały warianty „Vanillaroma” oraz „New Car Scent”, czyli zapach nowego samochodu. Choinkę można zobaczyć także w Muzeum Mercedes-Benz – na ekspozycji znalazła się odmiana o woni „zielonego jabłka”.

Mercedes-Benz AG, 70546 Stuttgart, Niemcy

Telefon: +49 711 17 - 0, faks: +49 711 17 - 22244, dialog.mb@daimler.com, www.mercedes-benz.com

Siedziba i Sąd Rejestrowy: Stuttgart; rejestr handlowy nr 762873

Przewodniczący Rady Nadzorczej: Manfred Bischoff

Zarząd: Ola Källenius (Prezes), Jörg Burzer, Renata Jungo Brüngger, Sajjad Khan, Sabine Kohleisen, Markus Schäfer, Britta Seeger, 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 Daimler AG (Stuttgart, Niemcy).

Z czasem pojawiły się nowe możliwości aromatyzowania powietrza w samochodzie. W 2009 roku w Maybachu Zeppelinie swoją premierę świętował innowacyjny system zapachowy – korzystał z wyrafinowanej techniki rozpylania perfum z flakonu. Jego wizytówką była oświetlona od wewnątrz kula z akrylowego szkła, umieszczona w tylnej konsoli środkowej, którą właściciel samochodu mógł personalizować, wzbogacając ją o swoje ulubione perfumy. Chociaż Maybach Zeppelin był produkowany tylko w ograniczonej liczbie egzemplarzy, popyt na to rozwiązanie pokazał projektantom, że zapotrzebowanie na system zapachowy rzeczywiście istnieje.

Zaprezentowany w 2013 r. Mercedes-Benz Klasy S serii modelowej 222 jako pierwszy na świecie otrzymał pakiet AIR-BALANCE, który nie tylko aktywnie aromatyzował wnętrze samochodu, ale także jonizował powietrze w kabinie i oferował znacznie ulepszony system filtrów. Intensywność zapachu można było regulować za pomocą systemu multimedialnego COMAND. Dziś pakiet AIR-BALANCE jest dostępny w wielu modelach Mercedesa – włącznie z elektrycznym EQC.

Kontakt dla mediów:

Tomasz Mucha, tel. +48 22 312 72 22, e-mail: tomasz.mucha@daimler.com

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.