



Mercedes-Benz

Informacja prasowa

25 czerwca 2021 r.

Tajniki Muzeum Mercedes-Benz: radio samochodowe

Około 160 pojazdów i 1500 eksponatów – tyle liczy bogata stała ekspozycja Muzeum Mercedes-Benz. Szczególną atrakcją są tu dodatki, które od dekad współtworzą motoryzacyjną kulturę i przyciągają uwagę swoją zaskakującą historią. Przybliża je muzealny newsletter. W dzisiejszym odcinku – radio samochodowe.

Dźwięk mobilności: pojazdy silnikowe umożliwiają indywidualną mobilność już od 135 lat, a radio towarzyszy im od około 100 lat. Przez wiele dekad wystarczyło je włączyć i wybrać częstotliwość, by posłuchać ulubionej stacji przez głośnik. Współczesna technika, dzięki połączeniu pojazdów z siecią, oferuje jednak możliwości, które daleko wykraczają poza rozrywkę, wiadomości czy powiadomienia o ruchu drogowym.

Radio mobilne: pierwsze samochodowe radioodbiorniki pojawiły się na początku lat 20. ubiegłego stulecia – początkowo w Stanach Zjednoczonych, jako zindywidualizowane, unikalne przedmioty wykonane przez miłośników techniki na bazie ówczesnych odbiorników lampowych. W Europie wzbudzało to prawdziwy zachwyty, czego dowodzi na przykład artykuł z 13 sierpnia 1922 r., zamieszczony w gazecie „Berliner Illustrierte Zeitung”. Donosił on o „*bezprzewodowości jako rozrywce – najnowszej modzie w Ameryce*” i zawierał ilustracje przedstawiające instalację radiową, w tym system anten obejmujący przednią szybę. Akceptacja dla mobilnego radia szybko rosła. Niemieckie specjalistyczne czasopismo „Funkschau” napisało 1 czerwca 1931 r.: „*Samochody i radia idealnie do siebie pasują. Przestrzenna swoboda radia uzupełnia szybkość, z jaką pojazdy umożliwiają zmianę lokalizacji*”.

Radio samochodowe dla Europy: w latach 20. do postępu technicznego w tej dziedzinie przyczyniła się m.in. United American Bosch, spółka zależna niemieckiej firmy Bosch. W rezultacie producent ten zbudował pierwsze masowo wytwarzane radio samochodowe w Europie – Autosuper 5 (AS5), zaprezentowane podczas targów w 1932 r. w Berlinie przez spółkę zależną Boscha o nazwie Ideal-Werke (która w tym samym roku wprowadziła markę Blaupunkt). Urządzenie ważyło 15 kilogramów i kosztowało niemałą sumę 465 marek. Taka cena dla zamożnych klientów nie była jednak problemem, biorąc pod uwagę, że radia samochodowe stanowiły ekskluzywne opcjonalne wyposażenie większości luksusowych samochodów.

Integracja: początkowo kompaktowe jednostki sterujące montowano bezpośrednio do tablicy rozdzielczej, a nieporęczny odbiornik i wzmacniacz były instalowane w innym miejscu, np. w bagażniku. AS5 był już stosunkowo zwarty, przez co umożliwiał montaż osprzętu pod deską rozdzielczą. Zaledwie kilka lat później radio samochodowe zostało już harmonijnie zintegrowane z konstrukcją samochodu i koncepcją jego obsługi – np.

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).

dzięki umieszczeniu pokrętła do zmiany stacji radiowej bezpośrednio obok najważniejszych instrumentów, tak jak w Mercedesie 770 zwanym „Grand Mercedes”.

Kompaktowe i fabryczne: po II wojnie światowej radia samochodowe stały się znacznie bardziej kompaktowe i można było je całkowicie zintegrować z deską rozdzielczą. Na przykład w Mercedesie 170 S (W 136), pierwszym luksusowym pojeździe z gwiazdą po II wojnie światowej, od 1950 r. opcjonalnie dostępne były radia takie jak Becker AS 49. Blisko spokrewnione z tym modelem radio samochodowe Becker Solitude z okrągłą tarczą można zobaczyć na wystawie „33 dodatki” w Muzeum Mercedes-Benz.

Wygoda i informacje: powojenny cud gospodarczy zapewnił impuls także do dalszego rozwoju radia samochodowego. Audycje radiowe kodowane przez modulację częstotliwości (FM) oferowały lepszą jakość sygnału. Kolejne innowacje w latach 50. obejmowały przyciski stacji radiowych i funkcje skanowania stacji. W latach 60. pojawiły się radia tranzystorowe, kaseca magnetofonowa oraz dźwięk stereo, a w latach 70. – system, który automatycznie identyfikuje komunikaty drogowe.

Cyfryzacja: od tamtej pory radioodbiorniki montowane w samochodach wzbogaciły się o cały zestaw cyfrowych technik. Kluczowe kroki to integracja odtwarzacza CD w latach 80. oraz połączenie z nawigacją satelitarną dekadę później. W przypadku Mercedes-Benz kamień milowy stanowiło wprowadzenie systemu operacyjnego COMAND, który swoją światową premierę świętował w 1998 r. w Klasie S z serii 220. Obecnie radio samochodowe w Mercedesach stanowi część adaptacyjnego i konfigurowalnego systemu informacyjno-rozrywkowego MBUX (Mercedes-Benz User Experience).

Hi-fi: odbiór radia cyfrowego, przesyłanie strumieniowe ze smartfonów lub odtwarzanie plików MP3 z pendrive'a – każdy, kto chce dziś słuchać muzyki w samochodzie, korzysta z bogatej historii radia samochodowego. Niektóre pomysły, takie jak mobilne gramofony, nigdy się nie przyjęły. Popularne stały się natomiast inne wynalazki, na przykład zmieniarce CD – szybko zostały jednak wyparte przez rozwój techniki mediów cyfrowych.

Dźwiękowe podejście do życia: przez te 100 lat w kwestii fascynacji ścieżką dźwiękową podczas podróży niewiele się zmieniło. Czy chodzi o programy informacyjne, czy o muzykę – wielu podróżujących nie wyobraża sobie jazdy bez włączonego odtwarzacza. Niektórzy w swoim zasłuchaniu potrafią nawet pomylić drogę. A to dowodzi, że radio jest nie tylko rozrywką akustyczną, lecz oddziałuje na wszystkie zmysły.

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.