



Mercedes-Benz

Informacja prasowa

13 sierpnia 2021 r.

Letnie wydanie magazynu „Mercedes me” już dostępne - na papierze, smartfonie i tablecie

Dziś i jutro, tu oraz na krańcach świata – tak można podsumować najnowszy numer magazynu „Mercedes me” (2/2021). Letnie wydanie prezentuje Czytelnikom fascynujące kierunki wakacyjnych wypraw, w wywiadzie z Andrzejem Bargielem zabiera ich na najwyższe szczyty Ziemi, a także przybliża przyszłościowe trendy, w tym bijący rekordy popularności e-sport. Oczywiście nie brakuje tematów dla fanów czterech kółek: magazyn przypomina legendarny wyczyn Sir Stirlinga Mossa i odświeża tajemnicę designu elektrycznych Mercedesów-EQ.

„Mercedes me” – wcześniej znany jako „Magazyn Mercedes-Benz” – to firmowe czasopismo Mercedes, w polskiej edycji ukazujące się od 20 lat. Kwartalnik należy do najbardziej cenionych publikacji typu custom publishing i nie stanowi jedynie przedruku – jego osią tematyczną są lokalne treści oraz historie tworzone przez polskich dziennikarzy. To kawał dobrej lektury nie tylko dla miłośników trójramiennej gwiazdy – poza sylwetkami nowych i klasycznych modeli oraz informacjami z życia firmy pojawiają się tu artykuły na temat szeroko pojętego lifestyle'u, od mody i sztuki aż po podróże i kulinaria.

Najnowsze, letnie wydanie magazynu „Mercedes me” (2/2021) rozpoczyna esej o nowej rzeczywistości – o tym, jak pandemia koronawirusa zmieniła nasz świat. To, co miało potrwać kilka tygodni, wpłynęło na życie miliardów ludzi. Czy na trwałe? Dziennikarka Verena Richter zastanawia się nad tym w artykule „Nostalgia nowych czasów”.

Być może już niedługo będziemy niemal dosłownie wiedzieli, jak to jest być w czyjejś skórze. Dział „Pole position” zapowiada innowacyjną technologię wirtualnej rzeczywistości, która ma umożliwić spojrzenie na świat oczami innego człowieka.

Jak zwykle na łamach magazynu nie brakuje inspirujących wywiadów: Andrzej Bargiel opowiada, dlaczego woli zjeżdżać, niż się wspinać, a muzyk will.i.am prezentuje swoją kolekcję Mercedesów-AMG.

Przy okazji Czytelnicy „Mercedes me” mogą dowiedzieć się, co stało się ze słynną gwiazdą Mercedes, która do niedawna górowała nad rondem ONZ w Warszawie, a także przypomnieć sobie (lub poznać) historię legendarnego wyczynu Sir Stirlinga Mossa z 1955 r. i jego niepokonanego rekordu Mille Miglia.

Oprócz podróży w przeszłość magazyn ma do zaoferowania bilet w przyszłość: przybliża m.in. tajemnicę nowatorskiego designu elektrycznych Mercedesów-EQ oraz światek e-sportu, który kreuje nowe gwiazdy i przyciąga mnóstwo fanów.

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).

Polska edycja magazynu „Mercedes me” poza wydaniem papierowym jest dostępna do pobrania także tutaj:
<https://www.mercedes-benz.pl/passengercars/the-brand/news-and-events/mercedes-me-magazine.html>

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.