



Mercedes-Benz

Informacja prasowa

11 października 2021 r.

Nowy program MANUFAKTUR – ekskluzywne wyposażenie na indywidualne życzenie klientów

Design produktów Mercedes-Benz w połączeniu z różnymi liniami wyposażenia pozwala wyrazić własny styl życia. Teraz, dzięki nowemu programowi MANUFAKTUR, Mercedes-Benz jeszcze skuteczniej odpowiada na potrzeby coraz większego grona nabywców, którzy pragną większej indywidualności, i wzmacnia potencjał swojej oferty w zakresie luksusu. Rozbudowana gama możliwości personalizacji wyglądu pojazdu obejmuje ekskluzywne lakiery, wyselekcjonowane materiały, w większości wykonywane ręcznie, oraz wysokiej jakości elementy dekoracyjne w kabinie. Od kilku lat z powodzeniem działa program indywidualizacji dla Klasy G i o nazwie „G manufaktur”. Obejmuje on specjalny wybór materiałów i odcieni dostosowanych specjalnie do architektury pojazdu. Wraz z wprowadzeniem etykiety „MANUFAKTUR” Mercedes-Benz oferuje programy personalizacji również dla innych serii modelowych: CLS-a, AMG GT 4-drzwiowego Coupé oraz Klasy S z długim rozstawem osi i Klasy S sygnowanej przez markę Mercedes-Maybach.

Zakup nowego pojazdu oznacza konieczność podjęcia wielu decyzji w tym samym czasie – w końcu samochód jest częścią codzienności i wyrazem stylu życia jego nabywcy. Oprócz wskazania typu silnika, koloru oraz preferowanego wyposażenia klienci Mercedes-Benz mają do wyboru wiele opcji, dzięki którym mogą dostosować swój wymarzony pojazd do własnych potrzeb. Dla tych, którzy szukają czegoś jeszcze bardziej wyjątkowego, jeśli chodzi o lakier, tapicerkę oraz wystrój wnętrza, Mercedes-Benz oferuje teraz dodatkowe możliwości indywidualizacji wybranych serii modelowych w ramach nowego programu MANUFAKTUR. Łączy on luksusowe rzemiosło i najwyższej jakości materiały z fascynującym designem.

Na klientów Mercedes-Benz czekają estetyczne, koncepcje kolorystyczne, wyselekcjonowane, szlachetne materiały i ekskluzywne elementy ozdobne. Kunst jest widoczna i namacalna – w wykonaniu haftu, skórzanej galanterii oraz starannie dopasowanych elementach. Dbałość o detale w szczególności demonstrują Mercedes-Benz Klasy S z długim rozstawem osi oraz Mercedes-Maybach Klasy S.

Jedną z najbardziej wyrazistych cech pojazdu jest jego kolor. Gama MANUFAKTUR oferuje szereg specjalnych lakierów – zarówno matowych, jak i metalicznych, a także bogactwo odcieni niemetalicznych. Niektóre z nich nawiązują do historii Mercedes-Benz, np. szarość silikonu MANUFAKTUR uni był w gamie kolorystycznej do wczesnych lat 60. XX wieku i jako specjalny kolor zdołał m.in. legendarnego 300 SL „Gullwing”. Grafitowy MANUFAKTUR metalik i oliwkowy MANUFAKTUR metalik należały do listy opcji w latach 80., a niebieski vintage MANUFAKTUR uni był popularnym wyborem nabywców Klasy E (W 123) i Klasy S (W 126). Trend w kierunku satynowego wykończenia znajduje odzwierciedlenie w wykończeniach takich jak biel kaszmiru MANUFAKTUR magno oraz złoty kalahari MANUFAKTUR magno czy sportowa czerń nocy MANUFAKTUR magno.

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).

Atmosferę w kabinie współtworzy delikatna, wysokiej jakości skóra nappa o niezwykłych, kontrastowych koncepcjach kolorystycznych. Mercedes-Benz powraca do zestawienia bieli i czerni MANUFAKTUR oraz szczególnej kombinacji pastelowego, żółtego odcienia z czarnym MANUFAKTUR, który był dostępny dla Klasy S do 2012 r. Wyrafinowaną elegancję podkreślają także połączenia czarnej skóry z innymi kolorami, takimi jak orzechowy, brązowy czy morski oraz szwy układające się na kształt rombów. W zależności od modelu i wymagań nabywcy pakiet zawiera na przykład dodatkowe poduszki z wyhaftowanym logo oraz specjalne dywaniki podłogowe. W przypadku Klasy S, dla zaakcentowania luksusowej aury, znaki firmowe mogą być wyhaftowane w kolorze złotym lub platynowym.

Delikatną skórą nappa pokryte są również ręcznie wykańczana, dwukolorowa skórzana kierownica MANUFAKTUR, a także środkowe elementy paneli drzwi, podłokietnik i dolna część deski rozdzielczej. Kolejnym, dostępnym na życzenie atrakcyjnym detalem jest podsufitka MANUFAKTUR w całości wykonana ze skóry nappa, z podwójnie przeszzywaniem rombami Maybach. Składa się ona z tylnego panelu w kontrastowym kolorze z pikowaniem w romby oraz środkowego panelu, także w kontrastowym kolorze, ale już bez pikowania. Harmonijną koncepcję wzornictwa uzupełniają wysokiej jakości grube dywaniki podłogowe obszyte wybraną skórą nappa. W zależności od linii i wybranego pakietu wyhaftowano na nich gwiazdę Mercedesa, logo Maybacha lub napis Mercedes-AMG.

Prawdziwym „magnesem dla oczu”, który jednocześnie podkreśla markę pojazdu, jest oświetlenie otoczenia MANUFAKTUR z animowaną projekcją. Po otwarciu drzwi animowane wzory Mercedes-Benz lub Mercedes-Maybach efektownie oświetlają obszar z boku samochodu. Specjalny świetlny pokaz jest możliwy dzięki czterem projektorom LCD zamontowanym w przednich i tylnych drzwiach; wyłączają się one po 10 minutach.

W przypadku CLS-a w ramach programu MANUFAKTUR klienci mogą wybierać spośród dodatkowych lakierów (w tym jasnoniebieski metalik MANUFAKTUR Cote d'Azur), a także atrakcyjnych wariantów skórzanych tapicerek. Różne odcienie zarezerwowano również dla Mercedesa-AMG GT 4-drzwiowego Coupé – wśród nich matowy pomarańczowy lakier MANUFAKTUR. Ponadto nabywcy mają do wyboru szereg specjalnych tonacji skórzanej tapicerki, dwukolorową skórzaną kierownicę oraz zestawy naklejek na progi w trzech wariantach kolorystycznych.

W nadchodzących latach program MANUFAKTUR zostanie rozszerzony na inne serie modelowe. W przyszłości z lakierami i pakietami wyposażenia MANUFAKTUR dostępne będą też wybrane submarki, jak Mercedes-AMG czy Mercedes-EQ. Etykieta „MANUFAKTUR” zastępuje dotychczasowe portfolio indywidualizacji i znak „designo”.

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 170 000 pracowników. Prezesem Zarządu Mercedes-Benz AG jest Ola Källenius. Firma koncentruje się na rozwoju, produkcji i sprzedaży samochodów osobowych i dostawczych oraz związanych z pojazdami 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, Mercedes-EQ, Klasą G oraz markę smart. Mercedes-Benz AG jest jednym z największych producentów osobowych aut premium. W 2020 r. sprzedał blisko 2,1 miliona samochodów osobowych i ponad 375 tysięcy pojazdów dostawczych. W swoich dwóch segmentach biznesowych stale rozwija światową sieć produkcyjną, liczącą około 35 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 odgrywa zrównoważony rozwój. Dla Mercedes-Benz AG oznacza to 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.