



Mercedes-Benz

Mercedes-Benz wyłącznym partnerem motoryzacyjnym wszystkich światowych wydarzeń League of Legends

Informacja prasowa

1 października 2020 r.

Mercedes-Benz ogłosił partnerstwo z Riot Games i podkreślił, że „społeczność jest najważniejsza”

Luksusowa marka samochodów ze Stuttgartu została wyłącznym partnerem motoryzacyjnym wszystkich globalnych wydarzeń e-sportowych League of Legends organizowanych przez Riot Games. Ogłosiła to Bettina Fetzer, wiceprezes Mercedes-Benz AG ds. marketingu, podczas wydarzenia zapowiadającego Mistrzostwa Świata w League of Legends 2020. Partnerstwo z Mercedes-Benz koncentruje się na społeczności zgromadzonej wokół League of Legends. Producent spod znaku trójramiennej gwiazdy jest między innymi sponsorem ceremonii wręczania trofeów na światowych imprezach dla profesjonalnych zespołów LoL.

Dziesiąta edycja Mistrzostw Świata w League of Legends, w skrócie Worlds 2020, odbywa się w Szanghaju w dniach od 25 września do 31 października 2020 r. – jako pierwsze duże globalne wydarzenie sportowe w Chinach od czasu wybuchu pandemii koronawirusa. To nie tylko okrągła rocznica mistrzostw, ale także początek globalnego partnerstwa pomiędzy Riot Games a Mercedes-Benz. Ustalenia dotyczące partnerstwa zostały z wyprzedzeniem przekazane społeczności LoL. W oficjalnym filmie z hymnem mistrzostw, który ukazał się 17 września br., uważni obserwatorzy zdążyli rozpoznać już Mercedesy GLA i EQC (zużycie energii w cyklu mieszanym: 20,2-21,3 kWh/100 km, emisje CO₂ w cyklu mieszanym: 0 g/km). Spotkało się to z

żywym zainteresowaniem społeczności, na które Mercedes-Benz natychmiast zareagował w mediach społecznościowych – siedząc w EQC z Pucharem Przywoływaczy na prawym przednim fotelu, Bettina Fetzer, wiceprezes Mercedes-Benz AG ds. marketingu, powiedziała do MBUX: „*Hej Mercedes, prowadź mnie do Szanghaju!*” ([link](#)).

Bettina Fetzer oficjalnie ogłosiła partnerstwo podczas wydarzenia zapowiadającego Worlds 2020; gospodarzem imprezy jest studio Riot Games z Los Angeles. Mercedes-Benz jest teraz wyłącznym partnerem motoryzacyjnym trzech globalnych wydarzeń League of Legends: Mid-Season Invitational, Worlds oraz All-Star Event. W ten sposób marka spod znaku trójramienniej gwiazdy wynosi dotychczasowy sponsoring League of Legends w Chinach (tzw. LPL) na poziom globalny.

„Zdecydowaliśmy się na współpracę z Riot Games, bo mocno wierzymy w e-sport” – powiedziała Bettina Fetzer, wiceprezes Mercedes-Benz AG ds. marketingu. „League of Legends to jedna z najpopularniejszych gier ostatnich lat. Dzięki współpracy z Riot Games na globalną skalę chcemy jeszcze aktywniej niż wcześniej uczestniczyć w kształtowaniu przyszłości e-sportu i inspirować fanów z pomocą naszej marki, wchodząc z nimi w aktywny dialog”.

Mercedes-Benz rozpoczął współpracę pod hasłem „Ikony nowej generacji” – dla uczczenia 10 lat Mistrzostw Świata w League of Legends. Producent akcentuje tu przede wszystkim znaczenie społeczności. Podczas wydarzenia pojawią się sygnowane przez Mercedes-Benz skrzynie Hextech Chests – wirtualne pudełka-niespodzianki z przedmiotami pożądanymi w czasie gry.

Ponadto plany zakładają tworzenie kreatywnych, innowacyjnych treści dla fanów LoL. W ten sposób Mercedes-Benz zamierza wchodzić w interakcje z milionami entuzjastów gry na całym świecie i aktywnie uczestniczyć w kształtowaniu mistrzostw.

„Jako pierwsza luksusowa marka motoryzacyjna, która na globalną skalę zaangażowała się w e-sport, Mercedes-Benz dobrze rozumie pasję, która towarzyszy grze i społeczności League of Legends” – powiedziała Naz Aletaha, szefowa Global Esports Partnerships w Riot Games. „Od niemal 100 lat Mercedes jest synonimem doskonałości i cieszymy się, że możemy połączyć nasz wspólny apetyt na innowacje, zapewniając światowej społeczności League of Legends wspaniałe sportowe emocje”.

Przy okazji zaprezentowano spot telewizyjny ([link](#)), który w efektownej formie łączy świat LoL z rzeczywistością. W filmie pojawiają się zarówno znane bohaterki i bohaterowie e-sportu, jak i szereg najpopularniejszych postaci z League of Legends. Dzięki połączeniu swoich sił ich skład okazuje się praktycznie niepokonany – właśnie tak rodzą się „Ikony nowej generacji”.

Zaangażowanie w e-sport i tworzenie wartości dodanej przejawia się również w innych działaniach Mercedes-Benz. Producent będzie transmitować ceremonie wręczania trofeów podczas wszystkich trzech światowych wydarzeń – by oddać szacunek społeczności e-sportu, a w szczególności League of Legends. Przewidziane są także dodatkowe aktywności integracyjne i komunikacyjne.

Informacje na temat League of Legends:

League of Legends to światowej klasy turniej e-sportowy, który przyciąga uwagę milionów fanów na całym świecie. Obecnie w ponad 100 profesjonalnych drużynach League of Legends, rywalizujących w 12 ligach na całym świecie, gra ponad 800 profesjonalistów. Każda regionalna liga składa się z około 10 drużyn, które zmagają się ze sobą przez cały rok (podzielony na dwa sezony). Ekipy zbierają punkty mistrzowskie pozwalające im zakwalifikować się do dwóch czołowych międzynarodowych imprez: Mid-Season Invitational i Worlds. Więcej informacji na ten temat można uzyskać na stronach www.lolEsports.com lub www.lolEsportsmedia.com.

Kontakt dla mediów:

Tomasz Mucha

e-mail: tomasz.mucha@daimler.com

tel. +48 22 312 72 22

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.