



Mercedes-Benz

„Tam, gdzie spotykają się ikony” – mistrzowie League of Legends w towarzystwie klasycznych aut z gwiazdą

Informacja prasowa

03 listopada 2020 r.

- Aby uczcić 10. rocznicę Mistrzostw Świata w League of Legends, Muzeum Mercedes-Benz w Stuttgarcie przygotowało retrospektywę prezentującą mistrzów ostatniej dekady.

Podczas gdy najlepsze na świecie e-sportowe zespoły League of Legends Esports (LoL Esports) walczą w Szanghaju o tytuł mistrzowski, luksusowa marka samochodów ze Stuttgartu organizuje szereg specjalnych wydarzeń towarzyszących Mistrzostwom Świata 2020 (w skrócie Worlds 2020) – zarówno online, jak i w przyfabrycznym Muzeum Mercedes-Benz. Od połowy września producent spod znaku trójramiennej gwiazdy jest wyłącznym partnerem motoryzacyjnym wszystkich globalnych wydarzeń e-sportowych League of Legends i z dumą wspiera największą e-sportową imprezę na świecie.

Trofeum, czyli Puchar Przywoływacza, było prezentowane w Muzeum Mercedes-Benz już we wrześniu, w ramach wystawy zorganizowanej pod hasłem „Tam, gdzie spotykają się ikony”. Dla gości muzeum to szansa, by poznać bliżej fascynujący świat e-sportu: w miejscach, w których zwykle prezentowane są informacje o historii samochodów, o określonych porach odbywają się projekcje poświęcone mistrzom świata League of Legends z ostatnich 10 lat. W ten sposób Mercedes-Benz – oficjalny sponsor ceremonii wręczenia pucharu – nie tylko koncentruje się na poprzednich zwycięzcach,

ale buduje też atmosferę przed najbliższym finałem, który zaplanowano na 31 października.

Aby zaoferować globalnej społeczności fanów League of Legends Esports „namacalne” korzyści, producent samochodów spod znaku trójramiennej gwiazdy wykorzystuje cyfrowe kampanie i we współpracy z Riot Games oferuje „do zgarnięcia” 10 000 skrzyń Hextech. Te wirtualne pudełka niespodzianki z logo Mercedes-Benz odniosły wśród członków społeczności ogromny sukces – pozwalają im wygrać popularne przedmioty w grze. Oprócz pięcioczęściowej serii „Which Iconic Moment Was It?” na Twitterze ([link](#)), przedstawiającej najwspanialsze e-sportowe chwile z 10 lat Mistrzostw Świata, setki tysięcy fanów zagrało już w Quiz Mercedes-Benz Hextech Chest. Każdy uczestnik może zdobyć w nim punkty, szybko i trafnie odpowiadając na postawione pytania. Gracze z największą liczbą punktów w danej rundzie wygrywają los uprawniający do udziału w codziennym losowaniu. Zainteresowanie jest ogromne: jak do tej pory odpowiedziano na ponad 25 milionów pytań, a kody trafiły do fanów gry na całym świecie.

„Autentyczna integracja marki ze środowiskiem League of Legends stanowi dla nas ogromną motywację” – powiedział Natanael Sijanta, dyrektor Mercedes-Benz ds. globalnej komunikacji marketingowej. „Chcemy pokazać społeczności, że jesteśmy przekonani do e-sportu i mamy zamiar aktywnie przyczynić się do jego rozwoju. We wszystkich naszych działaniach to fani zawsze będą w centrum uwagi”.

„Poszukujemy partnerów, którzy mogą pomóc w dalszej promocji sportu i dzielają naszą filozofię, skoncentrowaną przede wszystkim na fanach. Partnerów, którzy wierzą w naszą wizję sportu” – powiedziała Naz Aletaha, szefowa Riot Games ds. globalnych partnerstw e-sportowych. „Mercedes-Benz jest właściwym partnerem, podziela bowiem nasze wartości i wierzy w naszą wizję niesienia radości miliardom fanów na całym świecie”.

Przy okazji Mercedes-Benz prezentuje specjalny samouczek z udziałem gwiazd YouTube'a – Zaca i Jaya. Film ([link](#)) jest przeznaczony dla osób nieobeznanych z e-sportem, a zwłaszcza z League of Legends. Przedstawia on zasady gry i przybliża codzienność e-sportowego gracza. W tym celu Brytyjczycy odwiedzają obozy szkoleniowe prowadzone przez partnera Mercedes-Benz, SK Gaming, w Kolonii – i pomagają publiczności odkryć nowy, fascynujący świat e-sportu.

Informacje na temat League of Legends Esports

League of Legends to światowej klasy sport przyciągający uwagę milionów fanów na całym świecie. Obecnie w ponad 100 profesjonalnych drużynach League of Legends Esports rywalizujących w ligach na całym świecie gra ponad 800 profesjonalnych zawodników. Każda regionalna liga składa się z około dziesięciu drużyn, które walczą ze sobą przez cały rok (podzielony na dwa sezony). Zespoły zbierają punkty pozwalające im zakwalifikować się do dwóch głównych międzynarodowych zawodów: Mid-Season Invitational oraz Worlds. Więcej informacji można uzyskać na stronach lolEsports.com lub 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.