



Mercedes-Benz

Mercedes-Maybach: „Tworzyć najlepsze z najlepszych”

Informacja prasowa

29 października 2019 r.

Nicea. Marka Mercedes-Maybach symbolizuje ekskluzywny luksus, maksymalny poziom komfortu oraz najnowocześniejsze rozwiązania techniczne w świecie samochodowej inżynierii, usług i akcesoriów. Uchodzi za pioniera w definiowaniu stylu oraz statusu. Wilhelm Maybach – człowiek, który na początku XX wieku użyczył marce swojego nazwiska – opracowywał produkty łączące przełomową konstrukcję z intuicyjną obsługą i wyszukany designem. Jego maksymą było tworzenie rzeczy najlepszych spośród tych z najlepszych. Dziś marka Mercedes-Maybach łączy te długie tradycje z wizjonerskimi koncepcjami na przyszłość. Oczywiście oznacza to, że swoją czołową pozycję opiera także na nowych trendach i wymaganiach klientów w segmencie dóbr luksusowych. Jeszcze jesienią 2019 roku, w listopadzie, Mercedes-Maybach zaprezentuje swojego pierwszego SUV-a.

Łączyć najnowsze rozwiązania techniczne z niespotykanym luksusem – tak w skrócie brzmi formuła sukcesu Maybacha. W jego historii wiele było wydarzeń, które dowodzą, że marka zawsze potrafiła dopasowywać się do aktualnych wyzwań, a zarazem kształtować przyszłość. W 1900 r. Wilhelm Maybach, dyrektor techniczny zakładów Daimler-Motoren-Gesellschaft i wieloletni kompan Gottlieba Daimlera, opracował pierwszego Mercedesa. Nisko położony środek ciężkości, aluminiowy silnik zamontowany wzdłużnie z przodu, podwójne wałki rozrządu i innowacyjna chłodnica o strukturze plastra miodu sprawiają, że Mercedes 35 HP – znany jako Simplex – uchodzi

za prekursora nowoczesnych aut osobowych. Kiedy wiosną 1901 r. nowy wóz zdominował tydzień wyścigów w Nicei, Wilhelm Maybach otrzymał tytuł „Roi des Constructeurs” – „Króla projektantów”.

Podczas gdy Wilhelm Maybach opracowywał pierwszego Mercedesa, inny niemiecki wizjoner marzył o mobilności w powietrzu. Był nim hrabia Zeppelin. Ale dopiero innowacyjny silnik o wysokiej mocy i niskiej masie, z ognioodpornym gaźnikiem, zapewnił przełom w urzeczywistnieniu idei statku powietrznego. Jego architektami byli Wilhelm Maybach i jego syn Karl, który jako praktykant w Daimler-Motoren-Gesellschaft już od 17. roku życia podążał śladami swojego słynnego ojca. W 1909 r. obaj przedsiębiorcy założyli firmę Luftfahrzeug-Motorenbau GmbH, która dała początek późniejszemu przedsiębiorstwu Maybach-Motorenwerke z siedzibą w Friedrichshafen. Ich potężne silniki napędzały samoloty, statki i autobusy, a także lokomotywę „Latający Hamburger”, przodka wszystkich pociągów dużych prędkości.

Kiedy Karl Maybach opracował w 1919 roku swój pierwszy samochód, wykorzystał Mercedesa: pojazd testowy oznaczony jako W 1 bazował na podwoziu auta spod znaku gwiazdy. Podobnie jak ojciec, syn był utalentowanym projektantem. Jego wynalazki, na przykład innowacyjna przekładnia z nadbiegiem, oraz dążenie do technicznej perfekcji stworzyły legendę marki Maybach i przyciągnęły krąg znamienitych klientów, a wśród nich cesarzy i królów, bankierów i przemysłowców, najlepszych sportowców oraz gwiazd.

W latach 20. i 30. podróże na znaczne odległości były kwestią statusu i stylu. W czasach, gdy powstały najpiękniejsze liniowce wszech czasów – francuski Normandie i brytyjska Queen Mary, Maybach budował najlepszy samochód – Maybach Zeppelin. Najbardziej okazała luksusowa niemiecka limuzyna swojej epoki łączyła rozwiązania techniczne, osiągi i komfort z najwyższej półki.

W 1960 r. firma Maybach-Motorenbau GmbH została przejęta przez Daimlera. W 2002 r. pojawił się kolejny pojazd produkowany pod nazwą Maybach, który ówczesny koncern DaimlerChrysler zaprezentował szerokiej publiczności jesienią 2002 r. W eleganckim stylu kontynuował on tradycje swojej marki. Modele Maybach 57, Maybach 62 i Maybach 62 Landulet – motoryzacyjne dzieła sztuki – powstawały w oparciu o osobiste dyskusje klientów z projektantami w Maybach Center of Excellence (z ang. centrum doskonałości) w Sindelfingen pod Stuttgartem, a następnie były budowane w manufakturze Maybacha. Nabywcom na całym świecie dostarczano je do 2013 r.

W 2014 r. narodził się Mercedes-Maybach – submarka Mercedes-Benz stworzona w ramach restrukturyzacji marki. Prócz głównego modelu, Mercedesa-Maybacha Klasy S, na rynek trafiały niszowe pojazdy specjalne, takie jak Mercedes-Maybach S 600 Pullman, oraz limitowane samochody luksusowe, jak na przykład Mercedes-Maybach S 650 Cabriolet. A jeszcze tej jesieni marka zaprezentuje swojego pierwszego SUV-a.

„Najlepsze z najlepszych”

Historia sukcesu marki Mercedes-Maybach trwa do dziś. Od momentu wprowadzenia na rynek w 2015 r. na całym świecie dostarczono ponad 45 tysięcy egzemplarzy Klasy S sygnowanej przez Mercedesa-Maybacha. W 2018 r. limuzyna osiągnęła rekordową sprzedaż: jeden na siedem dostarczonych egzemplarzy Klasy S to Maybach. Marka niezmiennie kieruje się jasnymi zasadami, sprowadzającymi się do hasła „Najwyższej doskonałości”. Jej produkty są wytwarzane i prezentowane z rzemieślniczą perfekcją oraz bezkompromisową dbałością o szczegóły. Symbolizują ponadczasowy luksus, któremu od zawsze towarzyszą historia i siła nazwy Maybach. Od strony technicznej pojazdy Mercedes-Maybach reprezentują najwyższy standard Mercedes-Benz, są bowiem wyposażone we wszystkie innowacje i kluczowe zespoły konstrukcyjne aktualnych modeli spod znaku trójkątnej gwiazdy. Oczywiście oferują również funkcje zarezerwowane specjalnie dla Maybacha. W przypadku Mercedesa-Maybacha Klasy S są to np. dwa rozkładane fotele z tyłu, przyciemniany za naciśnięciem przycisku przesuwany dach panoramiczny lub opcja ekskluzywnego dwukolorowego lakierowania.

Nieźrównane: design i indywidualność

Po części za sukcesem modeli Maybacha od zawsze stała wyjątkowa estetyka marki. Dziś wzornictwo marki Mercedes-Maybach ucieleśnia hasło „Najwyższej doskonałości” w swojej najnowocześniejszej formie. Styl marki wyraża wysublimowane piękno i niespotykaną elegancję. Nie chodzi tu o nurzanie się w przeszłości, ale o przyszłościowe doskonalenie. W odpowiednio doświetlonej kabinie panuje zachęcająca aura, podkreślona

jasnymi odcieniami symbolizującymi luksus przestrzenny. Czarne detale nawiązują do Mercedesów, a jednocześnie nadają metalom szlachetnym wysublimowany połysk. Dobór materiałów bazuje na gustownych połączeniach znanych, wysokiej próby okładzin z nowymi tworzywami, łączonymi z użyciem ekskluzywnych technik wykończeniowych. Najwyższą precyzję oraz przywiązanie do detali podkreślają elementy graficzne nawiązujące do logo marki. Każdy materiał jest wykorzystywany w maksymalnej harmonii z techniką: na przykład dostępna na życzenie skórzana podsufitka z oświetleniem LED tworzy atmosferę zarówno przytulną, jak i futurystyczną.

Nadwozie Mercedesa-Maybacha symbolizuje ekspresję i jakość. Typowe elementy designu obejmują tu charakterystyczną osłonę chłodnicy, długi rozstaw osi, duże koła z typowym dla marki wzornictwem obręczy oraz zastosowanie chromu. Chromowana osłona chłodnicy z subtelnymi, pionowymi listwami tworzy wyrazisty przód, podkreślający prezencję i status pojazdu. U góry listwy stają się nieco grubsze, podnosząc optyczny środek ciężkości przedniego pasa.

Luksusowe wrażenia dla wszystkich zmysłów

Luksus marki Mercedes-Maybach jest wyczuwalny przez wszystkie zmysły. Klienci mogą odwiedzić fabrykę Mercedes-Maybach w Sindelfingen, gdzie sami będą mieli okazję zobaczyć, powąchać i dotknąć materiałów stosowanych do wykończenia wnętrza samochodów. Przy dobieraniu elementów wystroju wnętrza swoją radą służą im eksperci.

Każdy egzemplarz Mercedesa-Maybacha oferuje też niespotykane doznania dźwiękowe: na przykład Klasa S jest wyposażona w wysokiej klasy system dźwięku przestrzennego Burmester® 3D z 27 głośnikami o łącznej mocy 1590 watów (24 osobne kanały wzmacniacza). Wizualną atrakcyjność zestawu podkreślają wysokotonowe głośniki w tylnych drzwiach, z maskownicami zwróconymi w kierunku pasażerów.

Również zapach w znacznym stopniu przyczynia się do luksusowej atmosfery panującej w kabinie. Nowy model Mercedes-Maybach będzie miał swój charakterystyczny aromat, dopasowany do wnętrza i wrażeń związanych z SUV-em: biały kwiat osmantusa, kwiatowy i lekki, zostanie tu uzupełniony woniami delikatnej skóry oraz pikantnej herbaty. Elegancka mieszanka bazuje na nutach zapachowych naturalnej zieleni.

Luksus wykraczający poza sam produkt

Doświadczenie marki Mercedes-Maybach wykracza jednak daleko poza sam pojazd i uzupełnia styl życia swoich klientów różnymi akcesoriami. Licencjonowany partner „Maybach – Ikony luksusu” wytwarza ekskluzywne kolekcje oraz indywidualne akcesoria, doskonale dopasowane do poszczególnych modeli pojazdów, takie jak torby podróżne, wyroby skórzane oraz domowe akcesoria. Pomijając najwyższą jakość wyrobu i wzornictwa, największą wagę przywiązuje się tu do funkcjonalności. Stylowy charakter podkreślają subtelne emblematy i wytłoczenia.

Wszechstronne doświadczenie marki dopełnia niezwykle osobista, ukierunkowana na przyszłość obsługa klienta. Ekskluzywny międzynarodowy

program dla klientów „Circle of Excellence” (z ang. kręgi doskonałości) obejmuje wyjątkowe wydarzenia, takie jak wspólne wycieczki lub jazdy testowe nowymi pojazdami, a także umożliwia osobistą rozmowę z ekspertami Mercedes-Maybach i ambasadorami marki oraz zapewnia ekskluzywny dostęp do fabryk Mercedes-Benz.

Nowe standardy ekskluzywności i luksusu

Mercedes-Maybach nieustannie się rozwija. W ostatnim czasie marka zaprezentowała kilka pojazdów koncepcyjnych podziwianych na całym świecie. Wizjonerskie samochody przyszłości potwierdzają jej ambicje do definiowania luksusu i stylu jutra. W 2016 r. zadebiutował koncepcyjny Vision Mercedes-Maybach 6. To spektakularne luksusowe coupé 2+2 stanowiło hołd dla wspaniałej epoki coupé z aerodynamicznymi nadwoziami, a jednocześnie świadomie przenosiło tę tradycję w przyszłość. Jego karoseria w radykalny sposób interpretowała klasyczne, emocjonujące zasady designu. Rok później swoją globalną premierę świętował Vision Mercedes-Maybach 6 Cabriolet. W 2018 r. Mercedes-Maybach ustanowił nowe standardy najwyższej klasy luksusu, prezentując pojazd badawczy Vision Mercedes-Maybach Ultimate Luxury. Łączył on cechy ekskluzywnej limuzyny i SUV-a, konsekwentnie podążając za filozofią projektowania opartą na zmysłowej przejrzystości. Jego koncepcja zakładała wykorzystanie napędu elektrycznego z czterema kompaktowymi silnikami i całkowicie aktywnym napędem obu osi.

Progresywny, zrównoważony rozwój wzmocni markę Mercedes-Maybach w przyszłości

Dążenie do dalszego wzrostu oznacza również dokładne zbadanie wszystkich aspektów zrównoważonego rozwoju. Mercedes-Maybach opiera swoje modele na platformach Mercedes-Benz. Podczas projektowania samochodów Mercedes-Benz dla każdego modelu tworzona jest koncepcja recyklingu, w ramach której wszystkie elementy i materiały są analizowane z myślą o ustaleniu ich przydatności na różnych etapach procesu recyklingu. W związku z tym wszystkie materiały, z których powstają nowe Mercedesy, w 85% nadają się do recyklingu, a w 95% – do ponownego wykorzystania (zgodnie z ISO 22 628).

Celem jest tu dalsze ograniczenie wpływu stosowanych materiałów na środowisko. Z tego względu Mercedes-Benz korzysta z nowych materiałów i komponentów, jednak coraz częściej wykorzystuje też surowce odnawialne oraz recykling. Podstawowa zasada brzmi: osiągnąć więcej za mniej.

Wiele opcji indywidualizacji w Mercedes-Maybach obejmuje również opcje alternatywne – na życzenie klienta, jako unikatowy przykład, może to być np. wnętrze całkowicie pozbawione wykończeń ze skóry, za to z dużą ilością wegańskich materiałów.

Progresywny, zrównoważony rozwój jest i pozostanie kluczowym czynnikiem sukcesu marki Mercedes-Maybach: w dalszym stopniu mają ją wzmocniać specjalne plany nieustających reinterpretacji wnętrza i nadwozia, a także integracji alternatywnych zespołów napędowych oraz cyfrowych technik.

W ten sam systematyczny sposób stale rozwijane jest pozycjonowanie marki w portfolio produktów: w listopadzie 2019 r. zaprezentuje ona swój pierwszy model w atrakcyjnym segmencie SUV-ów. Podejmując ten krok, Mercedes-Maybach spełnia życzenia klientów dotyczące rozszerzenia istniejącej oferty i jeszcze wyraźniejszego odróżnienia się od podstawowych modeli Mercedes-Benz oraz silniejszego zarysowania profilu marki.

Tak oto marka Mercedes-Maybach po raz kolejny podkreśla swój status – jako ucieleśnienia luksusu, który nieustannie ewoluuje.

Kontakt:

Tomasz Mucha

e-mail: tomasz.mucha@daimler.com

tel. +48 22 312 72 22