



Mercedes-Benz

Imponujący początek nowego roku: Mercedes-Benz przedstawia MBUX
Hyperscreen

Informacja prasowa

Światowa premiera MBUX Hyperscreen – 7 stycznia w Mercedes me media

22 grudnia 2020 r.

2021 rok to dla Mercedes-Benz początek kolejnego rozdziału w interakcji pomiędzy samochodem a użytkownikiem: dzięki sztucznej inteligencji (AI) MBUX Hyperscreen winduje obsługę funkcji pojazdu oraz wyświetlanie treści z zakresu informacji, rozrywki i komfortu na zupełnie nowy poziom. Duży, zakrzywiony ekran nadaje wnętrzu wyjątkową estetykę i rozciąga się na całej jego szerokości, przed kierowcą i pasażerem z przodu – sprawiając, że cyfrowe wrażenia są dla nich zarówno intuicyjne, jak i emocjonujące. MBUX (Mercedes-Benz User Experience) Hyperscreen, który po raz pierwszy będzie opcjonalnie dostępny w całkowicie elektrycznej luksusowej limuzynie EQS, reprezentuje „inteligencję emocjonalną” całego samochodu i ma duże zdolności uczenia się.

MBUX Hyperscreen będzie cyfrowym „kręgosłupem” topowego modelu Mercedes-EQ – progresywnej luksusowej limuzyny EQS. Światowy debiut nowego systemu odbędzie się w cyfrowym formacie, adresowanym do dziennikarzy i twórców treści. Wydarzenie można śledzić na żywo w serwisie Mercedes me media. Globalna premiera MBUX Hyperscreen nastąpi w czwartek 7 stycznia 2021 roku o godzinie 14:00 (CET) pod adresem <https://media.mercedes-benz.com/MBUXhyperscreen>; później relacja z wydarzenia będzie dostępna w postaci wideo na żądanie.

Ponadto Mercedes-Benz zaprezentuje MBUX Hyperscreen na pierwszych w historii cyfrowych targach elektroniki użytkowej (CES), które odbędą się w dniach 11-14 stycznia. Konferencja prasowa Mercedes-Benz rozpocznie się 11 stycznia 2021 r. o godzinie 17:00 (CET). Aby ją obejrzeć, przedstawiciele mediów mogą zarejestrować się na [stronie internetowej CES](#). Link jest dostępny również w specjalnym serwisie dla mediów.

MBUX Hyperscreen i jego liczne aspekty wspólnie zaprezentują Ola Källenius, Prezes Zarządów Daimler AG i Mercedes-Benz AG, Vera Schmidt, szefowa działu Advanced Digital Design (z ang. zaawansowany cyfrowy design) Mercedes-Benz, oraz Sajjad Khan, dyrektor technologiczny i Członek Zarządu Mercedes-Benz AG. Od obsługi funkcji poprzez design aż po szczegóły techniczne – widzowie będą mogli dowiedzieć się interesujących informacji na temat systemu, zapoznać się z jego unikalnymi cechami i prześledzić proces rozwoju.

Oprócz światowej premiery Mercedes-Benz udostępni w Mercedes me media dodatkowe informacje w postaci filmów, grafik, informacji prasowych i zdjęć do pobrania. Goście będą mieli również możliwość cyfrowego dialogu z zespołem prasowym Mercedes-Benz.

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.