



MAYBACH

Presse-Information
28. September 2021

100 Jahre Maybach Automobilbau: Weltpremiere der limitierten Jubiläumsedition „Edition 100“

- Meilensteine der Marke Mercedes-Maybach in historischem Kontext
- Weltpremiere der limitierten Jubiläumsserie „Edition 100“
- Mercedes-Maybach als Creator Brand mit höchstem Anspruch und starken Partnern

Stuttgart. „Was gut ist, muss auch schön sein.“ So lautet das Credo von Wilhelm und Karl Maybach Anfang des 20. Jahrhunderts. Vater und Sohn gelten als begnadete Konstrukteure, als Wegbereiter des automobilen Luxus und Pioniere in Fragen des Stils. Mit einer einfach klingenden Formel haben sie Hochkomplexes geschaffen: Perfektion und Kunstfertigkeit gepaart mit Innovation, technisch wie handwerklich. Dafür steht der Name Maybach bis heute. Die Marke Mercedes-Maybach entwickelt sich weiter, mit mehr Modellen – und bald auch elektrisch. Auf der IAA Mobility 2021 in München hat

Mercedes-Maybach das „Concept EQS“ vorgestellt und damit einen Ausblick auf das erste vollelektrische Serienmodell ab 2023 gegeben. Das SUV wird auf der modularen Architektur für Elektrofahrzeuge der Luxus- und Oberklasse von Mercedes-Benz basieren. Zum 100-jährigen Jubiläum präsentiert Mercedes-Maybach die „Edition 100“: eine auf jeweils 100 Einheiten limitierte Sonderedition der aktuellen Modelle S-Klasse und GLS. Die Sonderserie ist ab dem vierten Quartal 2021 bestellbar.

Wilhelm Maybach, 1846 geboren, ist ein enger Wegbegleiter Gottlieb Daimlers und arbeitet zunächst für die Daimler-Motoren-Gesellschaft. Er entwickelt unter vielen Innovationen den ersten Mercedes, der 1901 die Rennwoche von Nizza dominiert. Dieser Erfolg bringt ihm den Ehrennamen „Roi des Constructeurs“ – König der Konstrukteure ein. Sein ältester Sohn Karl und er verbinden Fortschritt mit Form: „Das Beste vom Besten“ wollen sie erschaffen. „In mir denkt es rund um die Uhr, ein dauernder Impuls: die Perfektion der Technik“, sagt Wilhelm.

Auf der Automobilausstellung in Berlin im September 1921 präsentiert die Maybach Motorenbau GmbH den ersten serienmäßig produzierten Wagen. Der Typ W 3 gleicht einem fahrenden Kunstwerk: Das erste deutsche Serienautomobil mit Vierradbremsen, Planetengetriebe und einem Interieur mit feinsten Materialien. Das Publikum ist begeistert, eine Legende geboren. Die Zeitschrift „Motor“ schreibt: „Ein neuer Stern am Automobil-Firmament beginnt zu scheinen.“

Maybach wird in den 20er- und 30er-Jahren zum Ausdruck von Charakter und gesellschaftlicher Position und zum Inbegriff für technische und handwerkliche Raffinesse – kurz für maßgefertigten Luxus. Könige, Industrielle, Künstler lassen sich fortan in den stattlichen Limousinen und majestätischen Pullman-Limousinen chauffieren,

Mercedes-Benz AG, 70546 Stuttgart, Deutschland
Telefon +49 711 17 - 0, Fax +49 711 17 - 22244, dialog.mb@daimler.com, www.mercedes-benz.com
Sitz und Registergericht: Stuttgart; HRB-Nr. HRB762873
Vorsitzender des Aufsichtsrats: Bernd Pischetsrieder
Vorstand: Ola Källenius (Vorsitzender), Jörg Burzer, Renata Jungo Brüngger, Sabine Kohleisen, Markus Schäfer, Britta Seeger, Harald Wilhelm

Weitere Informationen zum offiziellen Kraftstoffverbrauch und den offiziellen spezifischen CO₂-Emissionen neuer Personenkraftwagen können dem "Leitfaden über den Kraftstoffverbrauch, die CO₂-Emissionen und den Stromverbrauch" neuer Personenkraftwagen entnommen werden, der an allen Verkaufsstellen und bei der Deutschen Automobil Treuhand GmbH unter www.dat.de unentgeltlich erhältlich ist.



und Mercedes-Benz sowie Maybach sind eingetragene Marken der Daimler AG, Stuttgart, Deutschland.

bereisen in schicken Coupés, Cabriolets und Roadstern die Welt. Jedes Maybach-Modell ist einzigartig ausgestattet. Präzision trifft auf Glamour. Ein indischer Maharadscha lässt seine Limousine 1928 sogar mit Gold und Rubinen verziern.

Nach dem Tod von Karl Maybach 1960 übernimmt die Daimler-Benz AG die Maybach Motorenbau GmbH. Im Jahr 2002 wird MAYBACH als eigenständige Marke wiederbelebt: Bis Anfang 2013 werden legendäre Fahrzeuge wie der Maybach 57 und der Maybach 62 sowie der Maybach 62 Landulet weltweit ausgeliefert. Wieder war automobile Exzellenz die treibende Kraft für Ingenieure, Designer und Kunden gleichermaßen.

Seit 2014 ist Mercedes-Maybach eine Marke von Mercedes-Benz. Neben den Serienmodellen Mercedes-Maybach S-Klasse und GLS bringt die Marke auch den S 600 Pullman sowie limitierte Sondermodelle wie das S 650 Cabriolet oder ein G 650 Landulet auf den Markt. Die Kernmärkte sind China, Russland, Südkorea, USA und Deutschland.

Jedes Modell knüpft an die Tradition der Marke an, das „Beste vom Besten“ zu erschaffen und entsteht im Austausch mit den Kunden im Center of Excellence in Sindelfingen bei Stuttgart. Auf Wunsch können die Fahrzeuge von den Spezialisten im Programm der Mercedes-Maybach Manufaktur zudem mit Liebe zum Detail individualisiert werden: Handwerkskunst und Perfektion auf höchstem Niveau.

„Es geht um die leidenschaftliche Kombination jedes noch so kleinen Details, die einen Luxuswagen zu einem Maybach macht – und das in Verbindung mit modernster Technologie aus dem Hause Mercedes-Benz. Jeder Mercedes-Maybach steht für Sophisticated Luxury in all seinen Facetten – für unsere Kunden, die das ganz Besondere suchen,“ so Philipp Schiemer, Head of Top End Vehicle Group Mercedes-Benz AG und CEO Mercedes-AMG GmbH.

Neue Modelle für echte Liebhaber – Mercedes-Maybach launcht die „Edition 100“
Zum Jahrhundert-Jubiläum setzt die Marke ihre Reise zu maximaler Individualität, Unabhängigkeit und Komfort mit zwei Hightech-Modellen fort.

Das Spitzenklasse-SUV GLS mit V8-Motor und 557 PS (Kraftstoffverbrauch kombiniert NEFZ: 12,0 l/100 km, CO₂-Emissionen kombiniert: 275 g/km)¹ verbindet sportlichen Auftritt mit dem Luxus einer Limousine: Er ist 33 Zentimeter höher als der klassische Sedan, bietet ein einmalig großzügiges Interieur mit 1,10 Meter Beinfreiheit und Luftfederung. Der Innenraum ist geräuschgedämmt und mit feinstem Lederinterieur ausgestattet. Elektrisch ausfahrbare Trittbretter sorgen für höchsten Komfort beim Ein- und Ausstieg.

Die Luxuslimousine Mercedes-Maybach S-Klasse mit V12-Motor und 612 PS (Kraftstoffverbrauch kombiniert NEFZ: 14,1-13,3 l/100 km, CO₂-Emissionen kombiniert: 322-305 g/km)¹ ist die perfekte Chauffeur-Limousine. Zu den Highlights bei der Ausstattung gehören der geräuschgedämmte First-Class-Fond samt Burmester 4D-Surround-Soundsystem, Wärme- und Massagefunktionen der Sitze sowie Hightech-Bildschirme fürs Infotainment. Das Modell hat gegenüber der langen S-Klasse einen um 18 Zentimeter vergrößerten Radstand und ist erstmals mit Allradantrieb ausgestattet.

Beide Modelle werden nun in einer veredelten, auf je 100 Exemplare limitierten „Edition 100“ aufs Schönste gefeiert: Typische Maybach-Kennzeichen wie der eindrucksvolle Kühlergrill tragen das Markenemblem. S-Klasse und GLS sind in den gleichen zwei Tönen von Hand lackiert – hightechsilber/nautikblau – und mit einem Sonderdesign des Lederinterieurs in designo kristallweiß/silbergrau pearl ausgestattet.

¹ Die angegebenen Werte sind die ermittelten „NEFZ-CO₂-Werte“ i.S.v. Art. 2 Nr. 1 Durchführungsverordnung (EU) 2017/1153. Die Kraftstoffverbrauchswerte wurden auf Basis dieser Werte errechnet. Für die Bemessung der Kfz-Steuer ist der WLTP-Wert maßgeblich.

Das Markenlogo samt Inschrift „Edition 100“ schmückt die C-Säule (S-Klasse) bzw. D-Säule (GLS), diverse Ablagen und die illuminierten Paneele im Innenraum. Auch die Radnabenabdeckungen ziert der Schriftzug „Edition 100“. Die Schmiederäder des GLS und die Räder der S-Klasse glänzen zudem in neuem grauem Finish.

Ein car cover mit dem ikonischen Doppel-M sowie ein edler, handgefertigter Koffer aus weichem kristallweißen oder schwarzen Leder in Aktengröße – gefertigt zur Aufbewahrung von Schlüssel und Papieren – unterstreichen darüber hinaus die Exklusivität der Edition. Passend zur Jubiläumsedition entwerfen auch die langjährigen Partner von Mercedes-Maybach streng limitierte Sonderserien: So bietet der Lizenzpartner Maybach Icons of Luxury aus der Kollektion Maybach the Peak einen diamantbesetzten Füllfederhalter an; die Silber- und Yacht-Manufaktur Robbe & Berking einen Champagnerkelch mit eigens kreierter Gravur.

Die „Edition 100“ wird ab Anfang 2022 in den ersten Märkten bei den Händlern verfügbar sein, weitere Märkte folgen im Verlauf des Jahres. Bestellungen für die limitierte Sonderserie werden ab dem vierten Quartal 2021 entgegengenommen.

„Creator Brand“ Mercedes-Maybach – Ausdruck des persönlichen Lifestyles

Schon vor 100 Jahren arbeitet Karl Maybach mit den besten Spezialfirmen zusammen, um beim Aufbau der Karosserien den Wünschen seiner Kunden und ihrem Stil zu entsprechen. Er vereint technische Qualität mit individuellem Design und handwerklicher Perfektion. Kein Wagen gleicht dem anderen. Jeder der Karosseriebauer ergänzt die herausragende Technik des Fahrwerks und der Motoren durch hochwertige Ausstattung und handgefertigte Aufbauten. Die Kunden verstehen ihre Fahrzeuge als eigene Kreationen mit Charakter. Es entstehen elegante Unikate, Meisterstücke für Connaissseure und Sammler.

Die Entstehung des Maybach-Luxus beruht auf ständiger Innovation – damals wie heute. Für sie braucht es Inspiration, Impulse von außen, von kreativen Partnern wie den frühen Karosseriebauern. Ultimativer Luxus in moderner Form heißt für Mercedes-Maybach seit jeher, Kreativität fördern und Ästhetik im Einklang mit Technologie individuell erlebbar machen.

Mercedes-Maybach vertraut auf die Kompetenzen seiner Partner, einem starken kreativen Netzwerk aus Traditionsbetrieben, Manufakturen und Visionären.

„Wir verstehen uns als Creator Brand“, sagt Philipp Schiemer. „Jedes Fahrzeug ist seit jeher mit geradezu künstlerischem Anspruch konfiguriert und hergestellt worden. Kunden und Produzenten waren immer schon gemeinsam kreativ – diesen Spirit wollen wir bewahren und in der Zukunft noch stärken.“

Exklusives Maybach-Gefühl für alle Lebensbereiche

Premiere feiert im Jubiläumsjahr auch die Sonderserie eines Champagnerkelches der Silbermanufaktur Robbe & Berking. Er ist versehen mit dem erhabenen Maybach-Logo am Fuß und der edlen Gravur des Maybach „100 Years“ Logos. Mit viel Sorgfalt kreieren die Flensburger auch passende Wasser- oder Longdrink-Becher für Kenner und Liebhaber von Klassikern. Nicht nur für Mercedes-Maybach Besitzer.

Seit 2008 baut und restauriert das Traditionsunternehmen zudem Segelyachten aus Holz auf der hauseigenen Werft Robbe & Berking Classics. Die Sehnsucht nach Reisen und Schönheit verbindet: „Die großen und kleinen Meisterwerke beider Firmen gehören weltweit zu den besten ihrer Art. In beiden Manufakturen werden aus ausgewählten Materialien einzigartige Arbeiten von zeitloser Eleganz hergestellt. In einer Perfektion, die nicht nur bei Sammlern und Kunden in aller Welt Emotionen weckt“, sagt Oliver Berking, Geschäftsführer von Robbe & Berking Silbermanufaktur seit 1874 GmbH & Co. KG.

Passende Lifestyle-Accessoires wie exklusive Reisetaschen, Lederwaren, Bekleidung, Home- und Eyewear Made in Germany bereichern die Lebenswelt der Kunden – jenseits des Automobils. Lizenzpartner Maybach Icons of Luxury entwickelt die Kollektionen mit dem mythischen Markenemblem. Verwendet werden nachhaltig selektierte

Materialien wie Naturhorn, Edelhölzer, Titan, Kaschmir oder Lederarten, die den höchsten Umweltansprüchen genügen. Das kunstvoll inszenierte Understatement der Produkte transportiert die Faszination der Marke und erfüllt den Wunsch nach persönlichem Ausdruck. „Das Ziel, das exklusive Maybach-Gefühl in möglichst vielen Lebensbereichen erlebbar zu machen, treibt uns dabei an“, erläutert CEO Jutta Kahlbetzer.

Zum 100. Jubiläum präsentiert die Kollektion Maybach The Peak einen limitierten Füllfederhalter mit 18-Karat-Goldfeder und Seriennummerierung in einer stilechten Holzgeschenkbbox. Der Clip des Schreibgeräts ist mit 100 wahlweise schwarzen oder weißen Diamanten besetzt, die Kappenspitze aus Perlmutter, der Korpus in dem Blau-Metallic-Ton der „Edition 100“ Fahrzeuge lackiert.

Anderen dabei helfen, ihre eigene bestmögliche Zukunft zu finden

Ulrich Schmid-Maybach, Urenkel von Wilhelm und Enkel von Karl Maybach, steht in vierter Generation für die Werte des Familienunternehmens: für Kreativität, Innovation, Qualität und Enthusiasmus. „Es gibt keinen größeren Luxus, als zu wissen, dass man das Beste hat“, sagt Schmid-Maybach. "Maybach's Selbstverständnis als ‚ultimativer Erfinder‘ geht zurück auf seine eigene Herkunftsgeschichte und auf den Qualitätsanspruch ‚Made in Germany‘. Auf jenen Ursprung, etwas aus dem Nichts zu erschaffen, um diese Weisheit auf die Folgegenerationen zu übertragen und eine Kultur der Kreativität und Innovation zu fördern.“

Die Maybach Foundation, 2005 von Schmid-Maybach ins Leben gerufen, würdigt als Non-Profit-Organisation das Lebenswerk von Wilhelm und Karl Maybach zum Beispiel mit einem virtuellen Maybach-Museum. Außerdem fördert sie die nächste Generation von Innovatoren über Mentorenprogramme. Wilhelm Maybach wurde von Gottlieb Daimler gefördert, woraus die Idee des Mentoring-Konzepts entstand. Es sieht vor, dass die Maybach Foundation sich auf sehr begabte junge Menschen konzentriert, die in einer bestimmten Disziplin besonderes Talent entwickelt haben. Die Maybach Foundation ist in den unterschiedlichsten Bereichen tätig: Gesellschaft, Ethik, Wissenschaft, Technologie, Kunst und Nachhaltigkeit. Ulrich Schmid-Maybach verdeutlicht: „Deine bestmögliche Zukunft hilft anderen, ihre eigene zu finden.“

Weltbekannte Künstler wie Schriftsteller Paulo Coelho, Musiker Quincy Jones oder Maler und Regisseur Julian Schnabel unterstützen die Stiftung mit dem Ziel, das Erbe der Gründer in die Zukunft zu transportieren und zu inspirieren.

„Für die Zukunft werden wir den Dialog mit herausragenden Persönlichkeiten wie Künstlern, Architekten oder Unternehmen vertiefen“, sagt Philipp Schiemer. „Ebenso wie sie werden auch wir nicht aufhören, unsere Produkte zu perfektionieren. Die Marke wird sich nach 100 Jahren wieder einmal neu erfinden: nachhaltig, kunstvoll, visionär. Mit mehr Modellen – und diese werden auch elektrisch sein.“

Traditionen, die weiterleben. Luxus, der nicht endet. Und Visionen, die den Weg ebnen für weitere Innovationen aus dem Hause Mercedes-Maybach.

Ansprechpartner:

Anja Steindl, Tel.: +49 151 586 12407, anja.steindl@daimler.com

Steffen Schierholz, Tel.: +49 160 8638950, steffen.schierholz@daimler.com

Informationen zu den Angeboten der Partner von Mercedes-Maybach unter:
www.maybach-luxury.com oder www.maybach-eyewear.com
www.robbeberking.com
www.maybach.org (Maybach Foundation)
www.automuseum-maybach.de (Fahrzeugmuseum der Sammler Dr. Helmut und Anna Hofmann)

Weitere Informationen von Mercedes-Maybach sind auf www.mercedes-benz.com verfügbar. Presse-Informationen und Digitale Services für Journalisten und Multiplikatoren finden Sie auf unserer Onlineplattform Mercedes me media unter media.mercedes-benz.com sowie auf unserer Daimler Global Media Site unter media.daimler.com. Über aktuelle Themen und Ereignisse rund um Mercedes-Benz Cars & Vans informiert Sie zudem unser Twitter-Kanal @MB_Press unter www.twitter.com/MB_Press.

Mercedes-Benz AG im Überblick

Die Mercedes-Benz AG verantwortet das globale Geschäft von Mercedes-Benz Cars und Mercedes-Benz Vans mit über 170.000 Mitarbeitern weltweit. Ola Källenius ist Vorsitzender des Vorstands der Mercedes-Benz AG. Der Fokus des Unternehmens liegt auf der Entwicklung, der Produktion und dem Vertrieb von Pkw und Vans sowie fahrzeugnahen Dienstleistungen. Darüber hinaus strebt das Unternehmen die führende Position bei Elektromobilität und Fahrzeug-Software an. Das Produktportfolio umfasst die Marke Mercedes-Benz mit den Marken Mercedes-AMG, Mercedes-Maybach, Mercedes-EQ, G-Klasse sowie die Marke smart. Die Marke Mercedes me bietet Zugang zu den digitalen Diensten von Mercedes-Benz. Die Mercedes-Benz AG gehört weltweit zu den größten Herstellern von Luxus-Pkw. Im Jahr 2020 wurden rund 2,1 Millionen Pkw und nahezu 375.000 Vans abgesetzt. In diesen beiden Geschäftsfeldern entwickelt die Mercedes-Benz AG das weltweite Produktionsnetzwerk mit rund 35 Produktionsstandorten auf vier Kontinenten kontinuierlich weiter und richtet sich dabei auf die Anforderungen der Elektromobilität aus. Parallel dazu wird das globale Batterie-Produktionsnetzwerk auf drei Kontinenten auf- und ausgebaut. Nachhaltigkeit ist das Leitprinzip der Mercedes-Benz Strategie und bedeutet für das Unternehmen, dauerhaft Wert für alle Stakeholder zu schaffen: für Kunden, Mitarbeiter, Investoren, Geschäftspartner und die Gesellschaft als Ganzes. Grundlage dafür ist die nachhaltige Unternehmensstrategie von Daimler. Damit übernimmt das Unternehmen Verantwortung für die wirtschaftlichen, ökologischen und sozialen Auswirkungen seiner Geschäftstätigkeit und hat die gesamte Wertschöpfungskette im Blick.