



MAYBACH

Presse-Information
24. März 2026

Mercedes-Maybach VLS als ultimative Grand Limousine mit unvergleichlicher Kombination aus Komfort und Raum

- Mercedes-Benz kündigt Mercedes-Maybach VLS an und erweitert das Top-End-Portfolio ins Segment der Grand Limousines
- Der Mercedes-Maybach VLS steht für außergewöhnliche Eleganz und digitale Innovation und richtet sich konsequent an Kundinnen und Kunden mit höchsten Ansprüchen an den Fond

Stuttgart. Mit dem Showcar [Vision V](#) gab Mercedes-Benz im letzten Jahr einen ersten Ausblick darauf, wie eine zukünftige Grand Limousine im Top-End-Segment aussehen könnte – mit einer unvergleichlichen Kombination aus Komfort und Raum und außergewöhnlicher Eleganz. Mit dem Mercedes-Maybach VLS wird diese Vision für Kundinnen und Kunden mit höchsten Ansprüchen an den Fond nun Wirklichkeit werden und ihnen ein unverwechselbares „Willkommen zu Hause“-Gefühl bereiten.

Der neue Mercedes-Maybach VLS kombiniert ein außergewöhnliches Raumgefühl mit unvergleichlicher Exklusivität. Die „private Lounge“ im Fond zeichnet sich durch kompromisslose Handwerkskunst, edle Materialien, exquisite Designdetails und digitale Innovationen aus – und wird ein weiteres Kapitel automobiler Exzellenz schreiben.

Kontakt:

Andrea Eberhardt, +49 160 86 71 683, andrea.eberhardt@mercedes-benz.com
Florian Hofmann, +49 160 86 93 546, florian.hofmann@mercedes-benz.com

Mercedes-Benz Jubiläumsjahr „140 Jahre Innovation“

Seit Carl Benz vor 140 Jahren das Patent für das erste Automobil angemeldet hat und Gottlieb Daimler kurz darauf die Motorkutsche baute, hat sich Mercedes-Benz der stetigen Innovation verschrieben, um die begehrtesten Autos der Welt für seine Kundinnen und Kunden zu bauen. Dieser Anspruch hat jede Innovation vorangetrieben – vom ersten Automobil der Welt im Jahr 1886 bis hin zu den intelligenten und sicheren aktuellen Elektrofahrzeugen, wie dem neuen GLC und dem preisgekrönten neuen CLA. Mit der neuen S-Klasse setzt das Unternehmen die größte Modelloffensive seiner Unternehmensgeschichte fort. Mit Leidenschaft für Leistung und Pioniergeist, Exzellenz und konsequenter Kundenorientierung hat die Marke mit dem Stern stets die Zukunft der Mobilität geprägt. Das Ergebnis geht weit über technische Errungenschaften

hinaus - es schafft das unverwechselbare Gefühl, für das Mercedes-Benz in seinem ganzen Wirken steht: Willkommen zu Hause.

Mercedes-Benz feiert 140 Jahre Innovation und schickt drei neue S-Klasse Limousinen auf eine transkontinentale Reise zu 140 Zielen weltweit. Jeder Ort stellt die Technologie, das Erbe, den Pioniergeist und die weltweite Präsenz der Marke heraus. Unterwegs können Kundinnen und Kunden, Fans sowie Kolleginnen und Kollegen an den Feierlichkeiten teilhaben – auf einer epischen Reise, die bis Oktober dauert. Verfolgen Sie die „140 Years. 140 Places“-Tour über sechs Kontinente in unserem „[140 Jahre Innovation | Mercedes-Benz Media](#)“-Special sowie in der [Mercedes-Benz Community](#).

Weitere Informationen von **Mercedes-Maybach** sind auf www.mercedes-benz.com und auf unserem **LinkedIn-Kanal** unter [Mercedes-Benz AG | LinkedIn](#) verfügbar.

Presse-Informationen und Digitale Services für Journalisten und Multiplikatoren finden Sie zudem auf unserer Onlineplattform **Mercedes-Benz Media** unter media.mercedes-benz.com.

Mercedes-Benz AG im Überblick

Die Mercedes-Benz AG ist Teil der Mercedes-Benz Group AG mit insgesamt rund 164.000 Beschäftigten weltweit und verantwortet das globale Geschäft von Mercedes-Benz Cars und Mercedes-Benz Vans. 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 Markenportfolio von Mercedes-Benz Cars umfasst neben der Marke Mercedes-Benz auch die Marken Mercedes-AMG und Mercedes-Maybach sowie die Produktmarke G-Klasse. Die Mercedes-Benz AG gehört weltweit zu den größten Herstellern von High-End-Pkw. Im Jahr 2025 wurden über 2,1 Millionen Pkw und Vans abgesetzt. In diesen beiden Geschäftsfeldern entwickelt die Mercedes-Benz AG das weltweite Produktionsnetzwerk mit rund 30 Produktionsstandorten auf vier Kontinenten kontinuierlich weiter. Nachhaltigkeit ist das Leitprinzip der Mercedes-Benz Strategie und bedeutet für das Unternehmen, dauerhaft Wert für alle Stakeholder zu schaffen: für Kunden, Beschäftigte, Investoren, Geschäftspartner und die Gesellschaft als Ganzes. Grundlage dafür ist die nachhaltige Unternehmensstrategie der Mercedes-Benz Group. Damit übernimmt das Unternehmen Verantwortung für die wirtschaftlichen, ökologischen und sozialen Auswirkungen seiner Geschäftstätigkeit und hat die gesamte Wertschöpfungskette im Blick.

Als international tätiges Unternehmen zählen Chancengleichheit, Vielfalt, Offenheit und Respekt zu den Grundüberzeugungen von Mercedes-Benz. Dies zeigen wir in der Art und Weise wie wir denken, handeln und kommunizieren. Grundsätzlich schließen alle gewählten Begriffe selbstverständlich alle Geschlechter und Identitäten ein.