Integrierte Markteinführungskampagne auf allen Kanälen

Integrierte Markteinführungskampagne auf allen Kanälen

Vorhang auf für den Mercedes-AMG GT
Unter dem Claim "Handcrafted by Racers" startet die Kampagne des Mercedes-AMG GT ihren Angriff auf die Herzen der Sportwagen-Enthusiasten. Faszination pur und Hightech auf höchstem Niveau: Mit dem neuen GT positioniert sich Mercedes-AMG noch stärker als bisher als eigenständige Sportwagenmarke. Der neu entwickelte AMG 4,0-Liter-V8-Biturbomotor wird in zwei Leistungsstufen gebaut: als GT mit 340 kW (462 PS) und als GT S mit 375 kW (510 PS). Er ermöglicht Topwerte wie 3,8 Sekunden für den Sprint von null auf 100 km/h und eine Höchst-geschwindigkeit von 310 km/h. Die einmalige Driving Performance des reinrassigen Sportwagens, der emotionales Design mit echten Motorsport-Genen verbindet, steht auch im Mittelpunkt der integrierten, weltweiten Kampagne zur Markteinführung.
"Mit der Kampagne richten wir uns an wahre Sportwagen-Enthusiasten mit Benzin im Blut. Unsere Kunden suchen einen reinrassigen Sportwagen, mit dem sie an ihre Grenzen gehen können", so Tobias Moers, Vorsitzender der Geschäftsführung der Mercedes-AMG GmbH. Der Marketing-Mix der Kampagne umfasst alle Kommunikationskanäle, wobei die Inhalte jeweils optimal auf das Informations- und Entertainmentbedürfnis der Zielgruppe abgestimmt wurden. "Unsere Kampagne konzentriert sich auf das, was die Faszination des Mercedes-AMG GT ausmacht: Das Streben nach purer, Performance-orientierter Perfektion und den Anspruch, herauszufordern, um zu gewinnen. Dabei zieht sich der die DNA von Mercedes-AMG aufnehmende Claim ?Handcrafted by Racers in unterschiedlicher Ausprägung durch alle Kommunikationsaktivitäten und -kanäle", unterstreicht Dr. Jens Thiemer, Leiter Marketing Kommunikation Mercedes-Benz Pkw. "Die Kampagne positioniert den neuen Mercedes-AMG GT authentisch als echten Herausforderer der Etablierten in seiner Klasse."
Printanzeigen und TV-Spot
Die klassische Printkampagne besteht aus fünf Motiven, die den Mercedes-AMG GT kraftvoll, dynamisch und souverän darstellen. Bei jedem Motiv dominiert die strahlend gelbe Lackierung "solarbeam" des neuen Sportwagens vor sattem Schwarz an Fahrzeugteilen und rauem, dunklem Asphalt. Progressive Perspektiven und weitläufige Natur-Panoramen unterstreichen die Dynamik des AMG GT zusätzlich. Im harten "High Noon"-Licht kommt das emotionale Design des Fahrzeugs bestechend klar zur Geltung. Die Anzeigen werden ab dem 11. Februar 2015 in Tageszeitungen und Zeitschriften zu sehen sein.
Auch der TV-Spot inszeniert die Faszination des GT, seine herausragende Fahrdynamik, sein Design und die atemberaubende Performance. Ein kleiner Junge liegt im Bett und träumt von einer Fahrt in einem Sportwagen - seinem Traumauto. Plötzlich jedoch drängt sich ein zweites Fahrzeug in seinen Traum und fordert den Traumwagen des Jungen heraus. Der Spot zeigt auf spielerische Art und Weise, was den neuen Mercedes-AMG GT ausmacht. Er startet Ende Januar 2015 als 30- und 40-Sekünder auf allen Reichweiten-starken Fernsehsendern (http://mb4.me/amg_gt_tvcde).
Ein besonderes Highlight der Kampagne beantwortet die Frage "Wie kann die atemberaubende Dynamik des Mercedes-AMG GT hautnah erlebbar gemacht werden?". In einem TV-Sonderformat mit drei Kurzspots erlebt der Zuschauer in Echtzeit die Beschleunigung des Mercedes-AMG GT. Der erste Spot ist 3,8 Sekunden lang - exakt so lang wie der Sportwagen braucht, um von 0 auf 100 km/h zu beschleunigen. Die beiden weiteren Kurz-Spots zeigen, - unterbrochen durch Fremdspots - wie der Wagen die 200-km/h- und 310-km/h-Marke erreicht.
Web-Special und Online-Aktivitäten
Bereits seit Anfang September 2014 ist der Mercedes-AMG GT unter http://www.mercedes-benz.com/mercedes-amg-gt mit einem informativen Special rund um die Themen Design, Dynamik, Leichtbau und Komfort online. Ende Januar 2015 wird das Angebot um ein besonderes Feature erweitert. Dabei kann jeder Interessent und Sportwagenfan den einzigartigen Motorensound des neuen AMG 4,0-Liter-V8-Biturbomotors interaktiv erleben. Mit einem virtuellen Gasped al lässt sich der Mercedes-AMG GT virtuell auf Hochtouren bringen. Dabei fangen drei Kameraperspektiven das Fahrzeug auf einem Leistungsprüfstand von verschiedenen Seiten ein. Zusätzlich erscheinen Einblendungen mit den wichtigsten Informationen. Das interaktive Gaspedal wird mit umfangreichen A ktivitäten über die AMG Website, Banner und Social Media Kanäle aktiviert.
Verantwortlich für Konzept und Realisierung der Kampagne ist die Mercedes-Benz Kreativagentur Jung von Matt/Alster und Spree.

Ansprechpartner:
Tobias Müller
Tel.: +49 (0) 711 17-7 73 68
tobias.mueller@daimler.com
Ina Schultz
Tel.: +49 (0) 711 17-7 68 76
  ina.schultz@daimler.com
Weitere Informationen von Mercedes-Benz sind im Internet verfügbar:
  www.media.daimler.com und www.mercedes-benz.com
<img src="http://www.pressrelations.de/new/pmcounter.cfm?n_pinr_=587386" width="1" height="1">

Pressekontakt

Daimler AG

70546 Stuttgart

Firmenkontakt

Daimler AG

70546 Stuttgart

Über DaimlerDie Daimler AG ist eines der erfolgreichsten Automobilunternehmen der Welt. Mit den Geschäftsfeldern Mercedes-Benz Cars, Daimler Trucks, Mercedes-Benz Vans, Daimler Buses und Daimler Financial Services gehört der Fahrzeughersteller zu den größten Anbietern von Premium-Pkw und ist der größte weltweit aufgestellte Nutzfahrzeug-Hersteller. Daimler Financial Services bietet Finanzierung, Leasing, Flottenmanagement, Versicherungen, Geldanlagen und Kreditkarten sowie innovative Mobilitätsdienstleistungen an. Die Firmengründer Gottlieb Daimler und Carl Benz haben mit der Erfindung des Automobils im Jahr 1886 Geschichte geschrieben. Als Pionier des Automobilbaus gestaltet Daimler auch heute die Zukunft der Mobilität: Das Unternehmen setzt dabei auf innovative und grüne Technologien sowie auf sichere und hochwertige Fahrzeuge, die faszinieren und begeistern. Daimler investiert seit Jahren konsequent in die Entwicklung alternativer Antriebe mit dem Ziel, langfristig das emissionsfreie Fahren zu ermöglichen. Neben Hybridfahrzeugen bietet Daimler dadurch die breiteste Palette an lokal emissionsfreien Elektrofahrzeugen mit Batterie und Brennstoffzelle. Denn Daimler betrachtet es als Anspruch und Verpflichtung, seiner Verantwortung für Gesellschaft und Umwelt gerecht zu werden. Daimler vertreibt seine Fahrzeuge und Dienstleistungen in nahezu allen Ländern der Welt und hat Produktionsstätten auf fünf Kontinenten. Zum heutigen Markenportfolio zählen neben Mercedes-Benz, der wertvollsten Premium Automobilmarke der Welt, die Marken smart, Freightliner, Western Star,

BharatBenz, Fuso, Setra und Thomas Built Buses. Das Unternehmen ist an den Börsen Frankfurt und Stuttgart notiert (Börsenkürzel DAI). Im Jahr 2013 setzte der Konzern mit 274.616 Mitarbeitern 2,35 Mio. Fahrzeuge ab. Der Umsatz lag bei 118,0 Mrd. ?, das EBIT betrug 10,8 Mrd. ?.