



WM-Song "Das dicke, dicke Ding: Mercedes-Benz, Mister Santos und Prominente unterstützen Deutschlands WM-Erfolg

WM-Song "Das dicke, dicke Ding": Mercedes-Benz, Mister Santos und Prominente unterstützen Deutschlands WM-Erfolg
Im Rahmen der WM-Kampagne "Bereit wie nie" unterstützt Mercedes-Benz das deutsche Team bei der Fußball-Weltmeisterschaft in Brasilien mit einem Song. Das Lied "Das dicke, dicke Ding" stammt von João dos Santos alias Mister Santos alias Ju, Kopf der bekannten deutschen Hip-Hop-Band Massive Töne. Er versammelte zahlreiche Prominente, die gemeinsam mit ihm für Deutschlands Erfolg jubeln. Der Kreis der Unterstützer reicht von Fußballlegende und "Kaiser" Franz Beckenbauer über TV-Moderator Joko Winterscheidt und Musiker Max Herre bis hin zu Formel-1-Rennfahrer Nico Rosberg. Ab 8. Mai 2014 ist das Video unter <http://benz.me/wmsong> zu sehen, zu verschiedenen Zeitpunkten werden unter www.bereit-wie-nie.de/wmsong exklusiv kostenlose Downloads angeboten.
Mit dem Song und seinem eingängigen Refrain "Wir holen uns das Ding! Das dicke, dicke Ding, der Stern muss her!" wollen Mister Santos, die Prominenten und Mercedes-Benz alle deutschen Fußballfans auf die kommende Weltmeisterschaft einstimmen und die Nationalmannschaft auf ihrem Weg zum hoffentlich vierten Titel motivieren. "Wir sind bereit wie nie" ist daher die zentrale Aussage sowohl der Mercedes-Benz WM-Kampagne als auch des Songs. "Ich bin seit klein auf total fußballverrückt. Und was kann ein Musiker zur Unterstützung seiner Idole tun? Er schreibt ein Lied. Genau das habe ich getan, und ich bin sicher, dass es Deutschland begeistern wird", so João dos Santos. Sangen früher die Kicker ihre WM-Songs selbst, so machen dies heute Profis. Und das Ergebnis überzeugt. "Das dicke, dicke Ding" mit seinen eingängigen Beats und dem zum Mitsingen einladenden Refrain hat das Zeug zum Ohrwurm wie auch zur Stadion-Hymne. "Musik war schon immer eines der emotionalsten Mittel, um Menschen bei großen Fußball-Events miteinander in Verbindung zu bringen. Wir waren daher von Anfang an begeistert von Mister Santos' Idee, einen Song zur WM 2014 zu machen. Unsere Nationalmannschaft ist bereit wie nie, sich mit den Besten zu messen und wir sind stolz darauf, dass es gelungen ist, eine so große Anzahl von prominenten Unterstützern in so lässiger Form für das Lied zu gewinnen", sagt Dr. Jens Thiemer, Leiter Marketing Kommunikation Mercedes-Benz Pkw.
Das dicke, dicke Ding: trendsetzendes Video
Für das Video ließ sich Mister Santos was ganz Besonderes einfallen. Alle Protagonisten tanzen und filmen sich dabei selbst. Das im sogenannten "Selfie Style" gedrehte Video verlängert so den weltumspannenden Trend aus den sozialen Netzwerken in die Musikwelt. Ob in Städten wie in Stuttgart, München und Berlin oder im Fond und auf der Motorhaube der neuen C-Klasse, alle Beteiligten versprühen Freude und Lebenslust. "Die Dreharbeiten mit Mister Santos haben mir viel Spaß gemacht. WM-Songs gab es ja schon zu meiner aktiven Zeit. Nur dass wir damals noch selbst gesungen haben, was vielleicht nicht ganz so professionell, aber eine Gaudi war", so Franz Beckenbauer stellvertretend für die prominenten Mitsänger.
Parallel zur Veröffentlichung des Songs startet Mercedes-Benz ein WM-Webspecial auf www.bereit-wie-nie.de. Zudem werden alle Social Media-Kanäle wie Facebook, Instagram, YouTube, Tumblr, Google+ und Twitter mit Informationen, Bildern und Interviews rund um den Song bespielt. "Das dicke, dicke Ding" von Mister Santos ist ab 23. Mai im digitalen Handel verfügbar.
Mercedes-Benz: mehr als 40 Jahre Unterstützung des Spitzenfußballs
Bereits seit dem 3. März 2014 läuft die WM-Unterstützerkampagne "Bereit wie nie". Die breitenwirksame 360-Grad-Kampagne nutzt alle Kommunikationskanäle. Neben einem breitenwirksamen TV-Spot, Print-Anzeigen, Handelsmarketing und CRM-Maßnahmen nutzt Mercedes-Benz besonders seine digitalen Kanäle, um neue und fußball-affine Zielgruppen für Mercedes-Benz und insbesondere für die neue C-Klasse zu begeistern. So gibt es unter anderem zwei Facebook Apps, auf denen Fans die eigene Startaufstellung der deutschen Mannschaft erstellen und teilen können sowie zu einem späteren Zeitpunkt bei einem WM-Quiz mitspielen können.
Der Claim der WM-Kampagne steht für das Vorhandensein von maximaler Kraft, Souveränität und Selbstbewusstsein sowohl bei den Führungsspielern der Nationalmannschaft als auch bei der neuen C-Klasse. Elegante Spielfreude trifft auf attraktiven Fahrspaß. Die Unterstützung der Fußball-Nationalmannschaft bei Welt- und Europameisterschaften hat bei Mercedes-Benz eine lange Tradition. Bereits seit 1972 gibt es eine enge Zusammenarbeit mit dem DFB; seit 1990 ist die Marke mit dem Stern als Generalsponsor auf den Trikots der Nationalspieler vertreten.
Mercedes-Benz
Mercedesstraße 137
70327 Stuttgart
Deutschland
Telefon: +49 7 11 17-0
Mail: dialog@daimler.com
URL: <http://www.mercedes-benz.de>

Pressekontakt

Mercedes

70327 Stuttgart

mercedes-benz.de
dialog@daimler.com

Firmenkontakt

Mercedes

70327 Stuttgart

mercedes-benz.de
dialog@daimler.com

Herausgeber einer fuhrzeugbezogenen Tank- und Servicekarte für Mercedes-Benz Nutzfahrzeuge und Transporter