



Mercedes-Benz startet prominent besetzte SUV-Kampagne: Auf jedem Gelände in ihrem Element

Mercedes-Benz startet prominent besetzte SUV-Kampagne: Auf jedem Gelände in ihrem Element
Mit einer bildgewaltigen und prominent besetzten Storytelling-Kampagne inszeniert Mercedes-Benz seine SUV-Familie, die in diesem Jahr komplett erneuert wird und auf sechs Modelle anwächst. Sie begleitet die Markteinführung der neuen Fahrzeuge GLE, GLE Coupé und GLC. Gleichzeitig positioniert die 360-Kampagne Mercedes-Benz als die Marke mit der breitesten SUV-Palette im Wettbewerbsumfeld. Das macht die Kampagne unter dem übergeordneten Claim "Auf jedem Gelände in ihrem Element" deutlich. Jedes Fahrzeug wird im Kreis der anderen Familienmitglieder gezeigt. Während in den Printmotiven unterschiedliche Landschaften den Charakter der verschiedenen Modelle betonen, zeigt der TV-Spot wie auch das Webspecial die Lebenswelt jedes SUVs in Verbindung mit einem prominenten Botschafter. Das sind Profisurfer Garrett McNamara, Topmodel Petra Nemcová, Formel-1-Weltmeister Lewis Hamilton, Springreiterin Meredith Michaels-Beerbaum und Abenteurer Mike Horn.
"Mit der SUV-Kampagne gehen wir bewusst neue Wege. Statt einzelne Fahrzeuge separat zu bewerben, inszenieren wir die gesamte Familie der Mercedes Offroader. Dabei erzählen wir spannende Geschichten und kreieren emotionale Bildwelten, die jedes Fahrzeug in seiner perfekten Umgebung darstellen - immer flankiert von den übrigen Familienmitgliedern. Gleichzeitig bringen wir den Menschen unsere neue SUV-Nomenklatur näher", so Dr. Jens Thieme, Leiter Marketing Mercedes-Benz Pkw. "Die gesamte Kampagne vermittelt, was unsere SUVs auszeichnet: Souveränität, Selbstbewusstsein und Gelassenheit."
TV-Spot: Fünf Prominente und fünf SUVs in unterschiedlicher Fahrzeug-Besetzung eingesetzt werden. In Deutschland ist der Spot ab 23. August 2015 zu sehen.
Web-Special: Mit den Markenbotschaftern offroad unterwegs
Die persönlichen Geschichten, die der TV-Spot erzählt, werden in einem Webspecial unter <https://www.mercedes-benz.com/suv> fortgesetzt und vertieft. Der User wählt sein favorisiertes Team aus Markenbotschafter und SUV. Anschließend erhält er auf den weiterführenden Seiten Einblick in die faszinierende Lebensgeschichte dieses Prominenten. In einem Video-Interview lernt er Lewis Hamilton, Mike Horn oder Meredith Michaels-Beerbaum und deren Profession näher kennen und erfährt, was sie antreibt. Gleichzeitig entdeckt der Nutzer im Detail die Highlights des jeweiligen Mercedes-Benz SUV. Er erfährt, warum es das ideale Fahrzeug für die Lebenswelt und die Leidenschaft des Markenbotschafters ist. Jedes Portrait endet mit einem persönlichen Ausblick in die Zukunft des Prominenten.
Printanzeigen: Positionierung der Fahrzeuge über unterschiedliche Landschaftsbilder
Das visuelle Konzept der Printmotive fokussiert auf unterschiedliche Landschaftsbilder zur Inszenierung der verschiedenen SUV-Modelle. Architektur und Umgebung sowie markante Farbtöne betonen jeweils den Charakter des Fahrzeugs. So wird beispielsweise der neue GLE neben einer Passstraße in feinem Kies inszeniert. Sonnenstrahlen tauchen das Grün der Landschaft in ein warmes Licht. Der Horizont führt hinab in die Tiefe und gibt den Blick frei auf die Weiten eines Sees. Im Gegensatz dazu zeigt sich der neue GLC in einer städtischen Umgebung. Um die Geländegängigkeit des Fahrzeugs hervorzuheben, wird die Stadt wie ein Offroadgelände inszeniert. So parkt das Fahrzeug auf dem höchsten Punkt einer Straßenschlucht oder am Abhang einer steilen Straße - stets umgeben von moderner Architektur. Jedes Modell wird entsprechend der avisierten Zielgruppe in einer anderen landschaftlichen oder städtischen Umgebung gezeigt. Die Printkampagne ist von Ende August bis Anfang November bundesweit in Tageszeitungen und Zeitschriften zu sehen.
Verantwortlich für Konzept und Realisierung der Storytelling-Kampagne ist die Mercedes-Benz Kreativagentur Jung von Matt.
Filme Webspecial: Mike Horn und die Mercedes-Benz G-Klasse: <https://www.youtube.com/watch?v=KD93xnnNgTM>
Garrett McNamara und der Mercedes-Benz GLA: <https://www.youtube.com/watch?v=9wMpmZTI9Q>
Petra Nemcová und der Mercedes-Benz GLC: https://www.youtube.com/watch?v=PrwyEQAJ_ul
Meredith Michaels-Beerbaum und der Mercedes-Benz GLE: <https://www.youtube.com/watch?v=YHTNu9bue1Q>
Lewis Hamilton und der Mercedes-Benz GLE Coupé: <https://www.youtube.com/watch?v=KFnSKO6Cb8A>
TV-Spot: <https://www.youtube.com/watch?v=kAtsl7XoJG0>
Social Bookmarks
Ansprechpartner: Ina Schultz
Marken- und Lifestyle-Kommunikation Mercedes-Benz Cars
Tel.: +49 711 17-76876
Fax: +49 711 17790-62116
Tobias Müller
Marken-, Lifestyle- und Social-Media Kommunikation Mercedes-Benz Cars
Tel.: +49 711 17-77368
Fax: +49 711 17790-95378


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. €.