



## Mercedes-Benz setzt Maßstäbe bei der Kundenansprache

Mercedes-Benz setzt Maßstäbe bei der Kundenansprache  
Neuer City Store "Mercedes-Benz Connection" in Osaka eröffnet  
Stuttgart - Mit der Eröffnung des City Stores "Mercedes-Benz Connection" in Osaka (Japan) am vergangenen Freitag setzt Mercedes-Benz seine Strategie der individuellen Kundenansprache konsequent fort. Nach Tokio ist es der zweite völlig neu konzipierte City Store in Japan. Weltweit gibt es bereits über zehn dieser urbanen Anlaufstellen für die Marke. Neben Café und Restaurantlounge bietet Mercedes-Benz Connection dem Besucher auf rund 600 Quadratmetern ein interaktives Marken- und Produkterlebnis.  
"Mit Mercedes-Benz Connection in Japan gehen wir bewusst in die Innenstädte, um mit neuen Zielgruppen in einer ungezwungenen Atmosphäre in den Dialog zu treten", so Dr. Joachim Schmidt, Mitglied der Geschäftsleitung Mercedes-Benz Cars, Vertrieb und Marketing. "Damit haben wir einen Ort geschaffen, wo Besucher auf emotionale Art und Weise unsere Marke und unsere Produkte kennenlernen und auch erleben können."  
Alleine in Japan kamen seit der Eröffnung des ersten Mercedes-Benz Connection in Tokio im Juli 2011 bereits rund eine Million Besucher. Mit ihrer modernen Architektur und dem einladenden Gastronomie- und Eventkonzept sprechen diese City Stores verstärkt junge und neue Zielgruppen an. Über 80 Prozent der Besucher von Mercedes-Benz Connection in Japan fahren bisher noch keinen Mercedes und interessieren sich erstmals für die Marke.  
In beiden japanischen City Stores können Interessierte die neuesten Mercedes-Benz Modelle spontan bei einer Probefahrt testen. Regelmäßige Veranstaltungen wie etwa die Mercedes-Benz Fashion Week Tokio machen die City Stores zu einem vielbeachteten und angesagten Treffpunkt. In Tokio bekommen die Besucher zudem durch die offene Raumstruktur im Restaurant sogar Einblicke in die Küche eines Michelin-Sterne Kochs.  
Näher am Kunden - City Stores und Brand Center  
Mit den City Stores in exklusiver innerstädtischer Lage legt Mercedes-Benz den Fokus auf die Markenkommunikation. 1997 eröffnete Mercedes-Benz in Italien die ersten urbanen Markenauftritte und bewegte sich damit als erster Automobilhersteller zum Kunden in die Innenstädte. Neben den Mercedes-Benz Connections in Tokio und Osaka bestehen weitere City Stores etwa in Paris, Bologna, Turin, Verona, Rom, Brüssel, Salzburg, Berlin oder München. 2012 folgte der "Visionary Store" in Mailand, der ein einzigartiges Infotainment rund ums Auto bietet. Im selben Jahr startete Mercedes-Benz mit der Einführung der A-Klasse auch sein mobiles Pavillonkonzept: eine dreimonatige Roadshow durch 90 europäische Großstädte.  
Für ein besonderes Kundenerlebnis sorgen neben den innerstädtischen City Stores seit 2000 auch die großräumigen Mercedes-Benz Brand Center in Metropolen wie München, Stuttgart, Köln, Berlin, Paris, London, Mailand, New York, Singapur und Peking. Seit Anfang des Jahres lockt zudem ein Mercedes-Benz Brand Center in Delhi Kunden in seine Ausstellungsräume. Es ist das größte Autohaus eines Premiumherstellers in Indien. In seinen Brand Centern präsentiert Mercedes-Benz auf mehreren tausend Quadratmetern sein gesamtes Produktportfolio und die Geschichte der Marke. Wie auch in den City Stores runden wechselnde Ausstellungen rund ums Automobil sowie Lesungen, Vernissagen, Vorträge und Afterwork-Events das Angebot der Brand Center ab.  
Über Daimler  
Die 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 und 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 DAL). Im Jahr 2012 setzte der Konzern mit 275.000 Mitarbeitern 2,2 Mio. Fahrzeuge ab. Der Umsatz lag bei 114,3 Mrd. EUR, das EBIT betrug 8,6 Mrd. EUR.  
Ansprechpartner: Ulrike Bless  
Telefon: +49 711 17-41963  
E-Mail: ulrike.bless@daimler.com  
Ansprechpartner: Tobias Müller  
Telefon: +49 (0) 711 17-77368  
E-Mail: tobias.mueller@daimler.com  
Ansprechpartner: Ina Schultz  
Telefon: +49 (0) 711 17-76876  
E-Mail: ina.schultz@daimler.com  


### Pressekontakt

Mercedes

63801 Kleinostheim

ulrike.bless@daimler.com

### Firmenkontakt

Mercedes

63801 Kleinostheim

ulrike.bless@daimler.com

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