"Vernetzt mit allen Sinnen: Michael Schumacher engagiert sich für Mercedes-Benz Intelligent Drive

"Vernetzt mit allen Sinnen": Michael Schumacher engagiert sich für Mercedes-Benz Intelligent Drive

Mercedes-Benz startet Kampagne zu vernetzten Sicherheitstechnologien
Stuttgart. Am 23. September 2013 startet eine umfangreiche Kampagne zu "Mercedes-Benz Intelligent Drive". Unter diesem Begriff hat die Premiummarke ihre gesamten vernetzten Sicherheits- und Fahrerassistenzsysteme gebündelt. Kameras, Sensoren und Sicherheitstechnologien arbeiten zusammen. Dadurch wird Autofahren so sicher und komfortabel wie nie zuvor. Schon jetzt verfügen die E- und S-Klasse über Mercedes-Benz Intelligent Drive, darunter Assistenzsysteme, wie den Stop
Go Pilot, die den Fahrer entlasten und ein teilautonomes Fahren ermöglichen. Einen Ausblick auf die Zukunft dieser vernetzten Technologien gibt das Forschungsfahrzeug S 500 INTELLIGENT DRIVE, das im August 2013 auf der historischen, rund 100 Kilometer langen Bertha-Benz-Route von Mannheim nach Pforzheim autonom durch den für die Technik hochkomplexen Überland- und Stadtverkehr fuhr. Die Kampagne erläutert auf ebenso emotionale wie informative Weise die Vorteile der vernetzten Technologien, stellt einzelne Fahrer¬assistenzsysteme vor und unterstreicht die Innovationsführerschaft von Mercedes-Benz. Prominenter Botschafter und Testimonial ist der siebenfache Formel-1-Weltmeister Michael Schumacher, der sich bereits seit vielen Jahren für mehr Sicherheit im Straßenverkehr engagiert.
"Mit Mercedes-Benz Intelligent Drive haben wir ein neues Zeitalter aktiver Fahrsicherheit eingeläutet und stellen damit erneut unsere Position als Sicherheitspionier unter Beweis. Dies macht die Kampagne eindrucksvoll deutlich", so Dr. Jens Thiemer, Leiter Markenkommunikation Mercedes-Benz Cars. "Michael Schumacher ist dafür der optimale Partner. Denn er hat sich schon immer für Sicherheit eingesetzt, auf der Rennstrecke und auf der Straße. Er weiß, wie wichtig es ist, Situationen vorhersehen zu können, um Gefahren zu minimieren, und ist daher ein erklärter Anhänger von Fahrer¬assistenzsystemen."
Unter dem Claim "Vernetzt mit allen Sinnen" läuft die Kampagne auf allen relevanten Kommunikationskanälen. Im Mittelpunkt stehen Printanzeigen, ein TV-Spot, ein Webspecial und umfangreiche Handelsmarketingaktivitäten.
"Ich freue mich sehr über die Partnerschaft mit Mercedes-Benz und finde es sehr spannend, gemeinsam mit dem Erfinder des Automobils die Zukunft der automobilen Sicherheit zu gestalten", sagt Michael Schumacher, der sich nicht nur als Botschafter für Mercedes-Benz Intelligent Drive engagiert, sondern auch an der Weiterentwicklung der Sicherheitstechnologien mitarbeiten wird. "Dies ist eine wegweisende und spannende Aufgabe innerhalb unserer Partnerschaft. Man kann den Nutzen dieser Assistenzsysteme nicht oft genug betonen. Sie helfen und entlasten den Fahrer und ermöglich ihm so ein sicheres Fahren. Während meiner Formel-1-Zeit habe ich sehr oft erfahren, dass ich mich auf alle mir zur Verfügung stehenden Technologien verlassen und sie zu meinem Vorteil nutzen kann."
Printanzeigen mit Michael Schumacher
Den Auftakt machen Printanzeigen mit dem erfolgreichsten Formel-1-Pilot aller Zeiten. Sympathisch und authentisch wird Michael Schumacher in Verbindung mit einer klaren, souveränen Botschaft dargestellt, die einen Vergleich zwischen den außergewöhnlichen Fähigkeiten eines Rennfahrers und der außerordentlichen Technik der Mercedes-Benz Fahrerassistenzsysteme zieht. Zum Beispiel: "Die besten Fahrer überlassen nichts dem Zufall. Die besten Autos erst recht nicht." Oder: "Was der beste Fahrer konnte, sollte das beste Auto auch können. Die anderen auf Abstand halten."
Ergänzt werden die verschiedenen Motive mit Michael Schumacher durch eine zweite Anzeigenlinie. Sie inszeniert die Vorreiterrolle von Mercedes-Benz. Unterschiedliche Motive zeigen Mercedes-Benz Fahrzeuge und stellen die Bedeutung einzelner wegweisender Fahrerassistenzsysteme für die Verkehrssicherheit vor. So lautet beispielsweise die Botschaft zum Verkehrszeichen-Assistenten "Hoffentlich warnen bald alle Autos ihre Fahrer vor Falschfahrten. Mercedes-Benz weist den Weg."
TV-Spot: Mercedes lässt die Hühner tanzen
Im TV-Spot, der ab 23. September 2013 online (http://youtu.be/5Srrn5m-C9A) und ab Ende September im TV eingesetzt wird, lässt Mercedes-Benz echte Hühner tanzen. Die gefiederten Tiere bewegen sich zu den Beats von Diana Ross "Upside Down" - allerdings nur bis zum Hals. Ihre Köpfe bleiben völlig starr. Am Ende des skurrilen Tanzes heißt es: "Stabilität in jeder Situation. Magic Body Control". Eine kuriose Präsentation des weltweit ersten sehenden Fahrwerks, das die Straße nach Unebenheiten abscannt und die Federung automatisch anpasst. Es debütierte in der neuen S-Klasse.
Der Spot wurde von Markenfilm unter der Regie von Daniel Warwick produziert. Der renommierte Regisseur für Werbefilme zeichnet auch verantwortlich für den aktuellen Werbespot "smart offroad", der bereits neunmal Gold gewonnen hat - unter anderem beim Cannes Lions International Festival of Creativity und dem Art Directors Club 2013.
Mercedes-Benz Intelligent Drive Webspecial und Handelsmarketing
Das Mercedes-Benz Intelligent Drive Webspecial startet Mitte Oktober 2013. Unter www. mercedes-benz-intelligent-drive.com werden sowohl die Mercedes-Benz Intelligent Drive Philosophie als auch die jeweiligen Features vorgestellt.
Im Fokus der Handelsmarketingaktivitäten stehen Maßnahmen, die Mercedes-Benz Intelligent Drive erlebbar machen. Die Händler erhalten unter anderem eine umfassende Toolbox zur Gestaltung und Durchführung von "Intelligent Drive Wochen", bei denen Privat- und Geschäftskunden zu Probefahrten mit aktuellen Mercedes-Benz Modellen eingeladen werden. Bereits die Versandhülle des Einladungsmailings bietet ein interaktives Erlebnis. Über einen QR-Code können die Kunden die eigens entwickelte Mercedes-Benz Intelligent Drive App auf ihrem Smartphone oder Tablet-PC installieren. Die Kamera des mobilen Gerätes wird über die Straßenkarte auf der Versandhülle gehalten und verschiedene Fahrerassistenzsysteme können wie im realen Verkehr erfahren werden.
Vom Besten lernen - Michael Schumacher und die Mercedes-Benz Driving Events
Michael Schumacher und die Mercedes-Benz Driving Events werden gemeinsam Trainings-Formate zum Thema Intelligent Drive entwickeln. Ziel ist es, die Sicherheits- und Fahrerassistenzsysteme für Mercedes-Benz Kunden erlebbar zu machen und das fahrerische Können zu optimieren. Für mehr Sicherheit und Fahrvergnügen im Alltag.
Verantwortlich für Konzept und Realisation der Kommunikationskampagne ist die Mercedes-Benz Kreativagentur Jung von Matt.

Ansprechpartner:
Tobias Müller, Telefon: +49 (0)711 17-7 73 68, tobias.mueller@daimler.com
Ina Schultz, Telefon: +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_=545346" width="1" height="1">

Pressekontakt

Mercedes

63801 Kleinostheim

Firmenkontakt

Mercedes

63801 Kleinostheim

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