

Mercedes-Benz erweitert Markenwelt und führt neue Nomenklatur ein: Mercedes-Maybach für höchste Exklusivität und Individualität

Mercedes-Benz erweitert Markenwelt und führt neue Nomenklatur ein: Mercedes-Maybach für höchste Exklusivität und Individualität
Die Dynamik der Marke Mercedes-Benz nimmt weiter Fahrt auf. In Sindelfingen stellten heute Ola Källenius, Mitglied des Bereichsvorstandes Mercedes-Benz Cars zuständig für Vertrieb, und Dr. Jens Thieme, Leiter Marketing Kommunikation Mercedes-Benz Pkw, gleich zwei Neuheiten in der Markenwelt von Mercedes-Benz vor. Mit Mercedes-Maybach erweitert die Marke mit dem Stern ihr Angebot im exklusiven Top-Segment um eine neue Sub-Marke, die statusorientierte Kunden anspricht und für individuelle und repräsentative Exklusivität steht. Noch im November feiert der neue Mercedes-Maybach S 600 seine Weltpremiere in Guangzhou und Los Angeles. In der Mercedes-Maybach S-Klasse verschmilzt die Perfektion des besten Automobils der Welt, der S-Klasse, mit der Exklusivität von Maybach. Zudem führt der Stuttgarter Premium-Automobilhersteller zu Beginn des Jahres 2015 eine neue Nomenklatur zur Bezeichnung der Modellreihen und Antriebsarten ein und schafft damit in einem immer größer werdenden Portfolio eine einfache und transparente Orientierung für die Kunden.

Die Marke Mercedes-Benz steht für den Anspruch "Das Beste bei Produkten, der Technologie und Dienstleistungen. Für uns bedeutet das, dass wir unseren Kunden Fahrzeuge bieten, die in ihren unterschiedlichen Ausprägungen und mit jeweils eigenständigem Charakter zu den individuellen Lebensstilen passen. Gerade im S-Klasse Segment haben die Kunden hohe Ansprüche an Exklusivität und Individualität. Mit Mercedes-Maybach sind wir jetzt in der Lage, diese Wünsche im exklusiven Top-Segment zu erfüllen."

Mit der neuen S-Klasse hat Mercedes-Benz 2013 das beste Automobil der Welt auf den Markt gebracht. Kein anderes Fahrzeug verkörpert die Werte von Mercedes-Benz so wie die S-Klasse. Die Bandbreite innerhalb des S-Klasse Portfolios ist bereits heute enorm groß, obwohl die Erweiterung von drei auf sechs Modellvarianten noch nicht abgeschlossen ist. Das Spektrum reicht von der sportlichsten S-Klasse aller Zeiten, dem Mercedes-AMG S 63, über die effizienteste, dem S 500 PLUG-IN HYBRID (künftig S 500 e), und intelligenteste, dem S 500 Intelligent Drive, bis hin zur schönsten S-Klasse aller Zeiten, dem S-Klasse Coupé. In puncto Sicherheit, Assistenzsysteme und teilautonomes Fahren ist die S-Klasse dem Wettbewerb weit überlegen.

Die S-Klasse ist nicht nur das beste Fahrzeug, sondern auch das erfolgreichste Automobil seiner Klasse. Mit mehr als 100.000 Einheiten im ersten Jahr der vollen Verfügbarkeit ist sie sogar die meistverkaufte S-Klasse aller Zeiten. Einhergehend mit dem Markterfolg äußerten viele Kunden den Wunsch nach noch mehr Individualität und Exklusivität. Sie möchten die Mercedes-Benz S-Klasse in einer höchst exklusiven und individuellen Variante fahren und sich noch weiter differenzieren. Deshalb hat Mercedes-Benz jetzt, analog zur sportlichen Positionierung von Mercedes-AMG, mit der Einführung der Sub-Marke Mercedes-Maybach ein neues Angebot im exklusiven Top-Segment etabliert.

Mit der Mercedes-Maybach S-Klasse, die noch im November ihre Weltpremiere feiert, schlägt die Marke mit dem Stern ein neues Kapitel in ihrer Geschichte auf. Die Mercedes-Maybach S-Klasse erweitert das Angebot der S-Klasse Limousinen um ein Fahrzeug, das einen neuen Maßstab in Sachen Exklusivität setzt und bei der Ausstattung höchste Ansprüche erfüllt. Zu den Eigenschaften, die sie von den Serienmodellen abheben, zählen: mehr Raum, besondere Sitzanlagen sowie aufwändig-repräsentativ gestaltete und vielfältig individualisierbare Innenräume. Fahrzeuge von Mercedes-Maybach erfüllen damit die Anforderungen der anspruchsvollsten Kunden weltweit. Mercedes-Maybach ist keine Ausstattungslinie, sondern eine Sub-Marke, unter der künftig Fahrzeuge von Mercedes-Benz in noch exklusiverer Form angeboten werden.

Einfache und transparente Nomenklatur zur besseren Orientierung für die Kunden
Das Modellportfolio von Mercedes-Benz ist in den letzten Jahren rasant gewachsen und wächst weiter. Die umfassende und erfolgreich laufende Modelloffensive führt dazu, dass die Stuttgarter Premiummarke bis 2020 weltweit über 30 Modelle auf den Markt bringt, darunter mindestens elf, die im aktuellen Produktportfolio bisher nicht vertreten sind. Hinzu kommen die Differenzierungen über Karosserievarianten und Antriebsformen. Dies führt zu einer immer größer werdenden Komplexität bei der Namensgebung der Modelle. "Nach mehr als 20 Jahren Kontinuität mit einigen der bekanntesten und erfolgreichsten Produktnamen weltweit machen wir unsere Fahrzeugnomenklatur nun noch verständlicher. Was wir mit Blick auf die internationale Ausrichtung unserer Marke erreichen wollen, ist eine noch einfachere, transparentere und nachvollziehbarere Systematik in den Modellreihenbezeichnungen mit dem Ziel der klaren Orientierung für unsere Kunden", so Dr. Jens Thieme im Rahmen der Vorstellung der neuen Nomenklatur. "Jetzt ist der ideale Zeitpunkt dafür, unter anderem deshalb, weil wir im kommenden Jahr fast unsere gesamte SUV-Palette erneuern und somit die gesamte Fahrzeugfamilie von Anfang an neu benennen können."

Die Systematik der neuen Nomenklatur ist einfach, klar und transparent. Die Modellbezeichnung ist immer ein Akronym aus einem bis drei Großbuchstaben. Die Antriebsarten werden mit einem Kleinbuchstaben bezeichnet. Im Mittelpunkt stehen die fünf Kernmodellreihen A, B, C, E und S, die den Kunden auch weiterhin Orientierung geben werden. Für die Modellbezeichnung der SUVs gilt: In Anlehnung an die legendäre G-Klasse führen alle SUV-Modelle künftig die Anfangsbuchstaben "GL" im Namen. Dabei bezeichnet das "G" die Abstammungslinie. Das "L" kommt in der Historie von Mercedes-Benz immer wieder vor. Es ist ein Verbindungsbuchstabe, der die Modellbezeichnungen einprägsamer und besser sprechbar werden lässt, bekannt etwa vom legendären SL oder aktuell vom CLS und CLA. Danach folgt der dritte Buchstabe, der die Zugehörigkeit zur jeweiligen Kernmodellreihe beschreibt.

Konkret bedeutet das:

- GLA = GL A-Klasse
- GLC = GL C-Klasse; vormals GLK
- GLE = GL E-Klasse; vormals M-Klasse bzw. ML
- GLE Coupé = GL E-Klasse Coupé
- GLS = GL S-Klasse; vormals GL

Bei den 4-Türer Coupés ist die Systematik analog aufgebaut. Die ersten beiden Buchstaben "CL" bezeichnen die Herkunft, der dritte Buchstabe die Anbindung an eine der Kernmodellreihen: also CLA und CLA Shooting Brake sowie CLS und CLS Shooting Brake.

Die Roadster führen ab 2016 "SL" als Herkunftsbezeichnung im Namen, der dritte Buchstabe ist die Anbindung an eine der Kernmodellreihen. Damit wird der SLK zum neuen SLC. Analog zum G bleibt beim SL aufgrund seines Ikonen-Status seine Bezeichnung wie bisher.

Parallel zur Modellreihenbezeichnung erhalten auch die Antriebsarten eine neue Bezeichnung. Diese geben eine klare Orientierung und sind kürzer als die bisher verwendeten Bezeichnungen. In Zukunft werden Kleinbuchstaben auf den Heckdeckeln zu finden sein. Dabei steht:

- c für "compressed natural gas" bisher Natural Gas Drive
- d für "diesel" bisher BlueTEC und CDI
- e für "electric" bisher PLUG-IN HYBRID, BlueTEC PLUG-IN HYBRID und Electric Drive
- f für "fuel cell" bisher F-CELL
- h für "hybrid" bisher HYBRID und BlueTEC HYBRID

Die Benziner bleiben wie bisher ohne Zusatz. Die für die Allradfahrzeuge prägende und etablierte Bezeichnung 4MATIC bleibt unverändert erhalten und feiert im nächsten Jahr ihren dreißigsten Geburtstag. Da sich Mercedes-Benz zur führenden Allradmarke entwickelt hat, wird 4MATIC in Zukunft eine noch bedeutendere Rolle im Modellportfolio spielen. Aufgrund stetig wachsender Nachfrage wird das Allradsegment in Zukunft weiter ausgebaut.

Mehr Klarheit, mehr Transparenz, mehr Konsistenz für Mercedes-Benz Kunden - wir sind überzeugt, dass wir dieses Ziel mithilfe unserer neuen Nomenklatur erreichen werden. Mit der an die Kernmodellreihen angelehnten Logik sorgen wir bei Kunden für eine deutlich bessere Orientierung in unserem weiter wachsenden Produkt-Portfolio", zog Dr. Jens Thieme das Resümee zur neuen Nomenklatur.

Erweiterte Markenwelt von Mercedes-Benz bietet mehr
Die erweiterte Markenwelt von Mercedes-Benz umfasst jetzt neben Mercedes-Benz als Kernmarke zwei Sub-Marken. Dabei steht Mercedes-Benz für "Das Beste" als einzigartige Kombination aus emotionaler Begeisterung und intelligenter Überzeugungskraft. Mercedes-AMG und Mercedes-Maybach interpretieren das Beste jeweils aus Sicht Performance- beziehungsweise Exklusivitäts-orientierter Kunden. Zudem eröffnet sich unter dem Leitgedanken "Das Beste für mich" dem Kunden und Interessenten mit "Mercedes me" seit dem Frühjahr 2014 ein einfacher und individualisierter Zugang zur gesamten Mercedes-Benz Welt.

Mit der Erweiterung unserer Markenwelt bieten wir unseren Kunden neue Facetten von Mercedes-Benz", so Ola Källenius. "Noch mehr Auswahl und Individualität bei unseren Produkten und eine transparente, nachvollziehbare Struktur mit der neuen Nomenklatur."

Daimler AG
70546 Stuttgart
Deutschland
Telefon: +49 (711) 17 0
Telefax: +49 711 17 22244
Mail: dialog@daimler.com
URL: http://www.daimlerchrysler.de/



Daimler AG

70546 Stuttgart

daimlerchrysler.de/
dialog@daimler.com

Firmenkontakt

Daimler AG

70546 Stuttgart

daimlerchrysler.de/
dialog@daimler.com

ehemals DaimlerChrysler AG DaimlerChrysler ist in der Automobilbranche einzigartig: Das Angebot reicht vom Kleinwagen über Sportwagen bis hin zur Luxuslimousine und vom vielseitig einsetzbaren Kleintransporter über den klassischen Schwer-Lkw bis hin zum komfortablen Reisebus. Zu den Personenwagen-Marken von DaimlerChrysler zählen Maybach, Mercedes-Benz, Chrysler, Jeep, Dodge und smart. Zu den Nutzfahrzeug-Marken gehören Mercedes-Benz, Freightliner, Sterling, Western Star, Setra und Mitsubishi Fuso. DaimlerChrysler Financial Services bietet Finanz- und andere fahrzeugbezogene Dienstleistungen an. Die Strategie von DaimlerChrysler basiert auf vier Säulen: Globale Präsenz, herausragende Produkte, führende Marken sowie Innovations- und Technologieführerschaft. DaimlerChrysler hat eine globale Belegschaft und eine internationale Aktionärsbasis. Mit 384.723 Mitarbeitern erzielte DaimlerChrysler im Geschäftsjahr 2004 einen Umsatz von 142,1 Mrd. Euro.