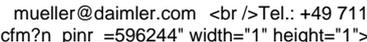




Mercedes-Benz startet Kampagne zur Markteinführung der neuen A-Klasse: Die A-Klasse. Bereit für eine neue Generation.

Mercedes-Benz startet Kampagne zur Markteinführung der neuen A-Klasse: Die A-Klasse. Bereit für eine neue Generation. Am 26. September 2015 rollt die neue A-Klasse in die Showrooms. Zur Markteinführung startet Mercedes-Benz unter dem Claim "Die A-Klasse. Bereit für eine neue Generation." eine umfangreiche Marketing- und Werbekampagne auf allen Kommunikationskanälen. Im Mittelpunkt stehen verschiedene Print-Anzeigen und ein TV-Spot. Für eine junge, moderne Zielgruppe inszenieren sie das Fahrzeug als perfekten Begleiter im Alltag. Die Botschaft lautet: Die neue A-Klasse bietet ihren Insassen noch mehr Komfort als bisher und ist gleichzeitig so dynamisch wie eh und je. "Die A-Klasse ist das Erfolgsmodell unserer neuen Generation von Kompaktwagen. Seit ihrer Markteinführung 2012 hat die A-Klasse wesentlich zur Verjüngung und Imageveränderung der Marke Mercedes-Benz beigetragen", so Dr. Jens Thiemer, Leiter Marketing Mercedes-Benz Pkw. "An diesen Erfolg wollen wir jetzt mit der Modellpflege der A-Klasse anknüpfen. Die neue Generation ist das ideale Auto für urbanen Lifestyle. Deshalb setzen wir die A-Klasse in unserer aktuellen Kampagne progressiv und erlebnisreich in Szene." Print-Anzeigen und TV-Spot: Emotionales Erlebnis in urbaner Umgebung In unterschiedlichen Motiven der Print-Anzeigen wird die A-Klasse in einer kontrastreichen urbanen Umgebung gezeigt. Natürliches Tageslicht erzeugt grafische Linien und klare Konturen in einer modernen Architektur. Gelbe Fahrbahnmarkierungen sorgen für Dynamik, während unscharf fotografierte Passanten im Hintergrund zusätzlich Emotionalität, Farbe und Lebendigkeit verleihen. Schatten lassen Fahrzeug und Boden zu einer Einheit werden und geben der A-Klasse einen souveränen, festen Stand. Die Printkampagne ist bis Mitte Oktober bundesweit in auflagenstarken Nachrichtenmagazinen, Special-Interest-Medien und in überregionalen Tageszeitungen zu sehen. Auch der TV-Spot zeigt das dynamische Naturell der neuen A-Klasse. Der Protagonist des Spots erlebt spektakuläre Abenteuer, die er durch die Konfiguration seines Fahrzeugs auslöst und beeinflusst. Jedes Mal folgt ein Abenteuer auf das andere. Die abwechslungsreiche Inszenierung der Farbübergänge schafft dabei eine fantastische Fahrt von einer Welt in die andere. Aufgelöst wird der Film durch einen plötzlichen Stopp. Die Freundin des Protagonisten übernimmt die Konfiguration und taucht selbst in eine andere Welt ein. Der TV-Spot in Längen von 30 und 45 Sekunden ist in Deutschland ab Anfang September 2015 bundesweit zu sehen. TV-Spot A-Klasse: <https://youtu.be/eroGsEQkxKA> Verantwortlich für Konzept und Realisierung der Kampagne ist Jung von Matt. Pressekontakt Ina Schultz Marken- und Lifestyle-Kommunikation Mercedes-Benz Cars ina.schultz@daimler.com Tel.: +49 711 17-76876 Fax: +49 711 17790-62116 Tobias Müller Marken-, Lifestyle- und Social-Media Kommunikation Mercedes-Benz Cars tobias.mueller@daimler.com Tel.: +49 711 17-77368 Fax: +49 711 17790-95378 

Pressekontakt

Daimler AG

70546 Stuttgart

Firmenkontakt

Daimler AG

70546 Stuttgart

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, 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 DAL). 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. €.