



Mercedes-Benz

Presse-Information

14. Mai 2020

## Mercedes-Benz Vans startet europaweite Kampagne „You rock, let’s roll!“

- **Marketingkampagne richtet ihren Fokus auf Gewerbetreibende**
- **Motto der energiegeladenen Back-on-Track-Kampagne ist „You rock, let’s roll!“**
- **Entwicklung erfolgte gemeinsam mit Marketing Leadagentur PREUSS UND PREUSS**

Stuttgart/Berlin. Die vergangenen Monate waren durch die weitreichenden Einschränkungen im Rahmen der COVID-19 Pandemie geprägt. Von den behördlich angeordneten Beschränkungen waren Gewerbetreibende vieler Branchen betroffen, andere konnten zwar durchgehend ihrer Tätigkeit nachgehen, mussten sich aber hinsichtlich Produktion und Vertrieb neu organisieren. Mit der Lockerung der Massnahmen kommt die wirtschaftliche Tätigkeit allmählich wieder in Schwung und nimmt zunehmend an Fahrt auf. Das ist der Ansatz für die gerade angelaufene Marketingkampagne des Mercedes-Benz Vans Vertriebs.

Dr. Marion Friese, Marketing Director Mercedes-Benz Vans: „Viele unserer Kunden haben in den letzten Wochen alles gegeben, um die Versorgung der Bevölkerung aufrechtzuerhalten. Andere wiederum konnten aufgrund der Einschränkungen ihren Geschäften leider nicht nachgehen. Ihnen allen möchten wir für ihr Engagement und ihre Geduld danken und mit dieser Kampagne ein partnerschaftliches Angebot machen. You rock, let’s roll!“

Mit dem dynamischen Motto der Kampagne werden die gewerblichen Kunden direkt angesprochen, die ihre Tätigkeit bereits wiederaufgenommen haben oder so schnell als möglich wiederaufnehmen. Dabei wird auch allen denjenigen gedankt, die in den vergangenen Wochen trotz aller Einschränkungen dafür gesorgt haben, dass Sicherheit und Versorgung der Bevölkerung gewährleistet wurden. Viele haben dafür die Transporter von Mercedes-Benz genutzt.

Die Kampagne wurde von Mercedes-Benz Vans gemeinsam mit der Marketing Lead-Agentur PREUSS UND PREUSS entwickelt und in kürzester Zeit konzipiert und umgesetzt. Die energiegeladene Kampagne mit einem starken digitalen Fokus wird europaweit ausgerollt und ist aufgrund ihres modularen Aufbaus in allen Märkten flexibel einsetzbar. Neben einem Online-Film kommen Social Media-Massnahmen und Online-Banner, aber auch Printmotive, Plakate und Funkspots zum Einsatz. Inhaltlich verknüpft ist die Kampagne in Deutschland mit einem „Macherpaket“, das den Kunden preislich attraktive Angebote und günstige Konditionen anbietet. Diese sollen dabei helfen, (Anschaffungs-)Kosten zu reduzieren. Alle Massnahmen führen auf die Landing Page [www.mercedes-benz.ch/backtowork](http://www.mercedes-benz.ch/backtowork).



„Jetzt gilt es für alle wieder zu rocken. Und genau das ist die Tonalität dieser Kampagne“, fasst PREUSS UND PREUSS Kreativchef Michael Preuss zusammen.

**Ansprechpartner:**

Dirk Beneditz, +41 (0)44 755 85 69, [dirk.beneditz@daimler.com](mailto:dirk.beneditz@daimler.com)

Nadine Mettler, +41 (0)44 755 83 94, [nadine.mettler@daimler.com](mailto:nadine.mettler@daimler.com)

Weitere Informationen von Mercedes-Benz sind auf [www.media.mercedes-benz.ch](http://www.media.mercedes-benz.ch) verfügbar. Presse-Informationen und Digitale Services für Journalisten und Multiplikatoren finden Sie auf unserer Onlineplattform Mercedes me media unter [media.mercedes-benz.com](http://media.mercedes-benz.com) sowie auf unserer Daimler Global Media Site unter [media.daimler.com](http://media.daimler.com). Über aktuelle Themen und Ereignisse rund um Mercedes-Benz Cars & Vans informiert Sie zudem unser Twitter-Kanal @MB\_Press unter [www.twitter.com/MB\\_Press](http://www.twitter.com/MB_Press).

**Mercedes-Benz AG im Überblick**

Die Mercedes-Benz AG verantwortet das globale Geschäft von Mercedes-Benz Cars und Mercedes-Benz Vans mit über 173.000 Mitarbeitern weltweit. Ola Källenius ist Vorsitzender des Vorstands der Mercedes-Benz AG. Der Fokus des Unternehmens liegt auf der Entwicklung, der Produktion und dem Vertrieb von Pkw und Vans sowie Dienstleistungen. Darüber hinaus strebt das Unternehmen an, mit zukunftsweisenden Innovationen führend in den Bereichen Vernetzung, automatisiertes Fahren und bei alternativen Antrieben zu sein. Das Produktportfolio umfasst die Marken Mercedes-Benz mit den Submarken Mercedes-AMG, Mercedes-Maybach und Mercedes me sowie die Marke smart und die Produkt- und Technologiemarke EQ für Elektromobilität. Die Mercedes-Benz AG gehört zu den grössten Herstellern von Premium-Pkw. Im Jahr 2019 wurden nahezu 2,4 Millionen Pkw und mehr als 438.000 Vans abgesetzt. In ihren beiden Geschäftsfeldern entwickelt die Mercedes-Benz AG das weltweite Produktionsnetzwerk mit über 40 Produktionsstandorten auf vier Kontinenten kontinuierlich weiter und richtet sich dabei auf die Anforderungen der Elektromobilität aus. Parallel dazu wird das globale Batterie-Produktionsnetzwerk auf drei Kontinenten aufgebaut. Nachhaltiges Handeln spielt in beiden Geschäftsfeldern eine entscheidende Rolle. Nachhaltigkeit bedeutet für das Unternehmen, dauerhaft Wert für alle Stakeholder zu schaffen: Kunden, Mitarbeiter, Investoren, Geschäftspartner und die Gesellschaft als Ganzes. Grundlage dafür ist die nachhaltige Unternehmensstrategie von Daimler. Darin übernimmt das Unternehmen Verantwortung für die wirtschaftlichen, ökologischen und sozialen Auswirkungen seiner Geschäftstätigkeit und hat die gesamte Wertschöpfungskette im Blick.