



Mercedes-Benz

Presseinformation

10. Juni 2024

Mercedes-Benz und Roger Federer machen das Auto zum zweiten Zuhause

Die neuste Kampagne von Mercedes-Benz Schweiz trägt den Namen «Defining Class since 1886». Mit klassischer Werbung, Influencer-Marketing und Storytelling unterstreicht die Marke ihre Tradition und Innovationskraft. Mit von der Partie: Roger Federer und Matthew Macfadyen, aber auch eine Duftentwicklerin und Sternekoch Sven Wassmer.

Schlieren. Mercedes-Benz steht seit je für technische Innovation im Auto. Mit seiner neuesten Kampagne «Defining Class since 1886» zeigt der Autohersteller in diesem Sommer, warum er in Sachen Technologie eine Klasse für sich ist und bleibt. Denn ein Auto mit Stern bringt einen heute nicht mehr nur von A nach B. Es kann wie ein zweites Zuhause nach individuellen Bedürfnissen eingerichtet werden. Es ist auch ein Rückzugsort, ein Konzertsaal, eine Spielkonsole, ein Masseur und ein mitdenkender Begleiter. Möglich macht das eine Vielzahl digitaler Features in den Fahrzeugen mit Stern. Diese stehen denn auch im Zentrum der Kampagne.

Federer lässt sich massieren, Wassmer rollt durch die Halfpipe

Breite Aufmerksamkeit für das Thema gewinnt Mercedes-Benz mittels klassischer Werbemittel. Den Kampagnen-Spot mit Roger Federer und Matthew Macfadyen etwa wird man im TV und online sehen. Die Tennislegende erlebt darin, dass man von einem Mercedes-Benz ganz schön durchgeknetet werden kann.

Neben klassischen Werbemitteln kommen für «Defining Class since 1886» auch redaktionelle Beiträge (Reportagen, Interviews und Videos) zum Einsatz. «Mit ihnen vertiefen wir die Themen und gewähren überraschende Einblicke in die Entwicklung unserer Innovationen und in deren praktischen Nutzen im Alltag», erklärt Patrick Bossart, Head of Marketing & Corporate Communications bei Mercedes-Benz Schweiz.

Im Rahmen dieses Content-Marketing-Ansatzes kommen unter anderem ein Sprachassistent-Entwickler oder die oberste Parfümeurin von Mercedes-Benz zu Wort. Sternekoch Sven Wassmer verrät seine Rezepte gegen Stress – in der Küche, auf dem Skateboard und in seinem Auto. Porträts von Kunden und nützliche Tipps für Ferienfahrten mit Kindern und für Vielfahrer ergänzen das Content-Portfolio. Und natürlich darf ein Blick auf bald 140 Jahre Innovationsgeschichte von Mercedes-Benz nicht fehlen.



Überzeugendes Zusammenspiel verschiedener Disziplinen

Schliesslich setzt Mercedes-Benz für die Kampagne auch auf Influencer-Marketing. Content Creator haben Videos zu ihrem Alltag mit Modellen der Marke aufgenommen. In diesen zeigen sie, wie sie Innovationen in ihrem Mercedes-Benz erleben und welche Features sie weiterempfehlen.

Patrick Bossart ist überzeugt von der Gesamtkomposition der Kampagne: «Wir setzen unterschiedliche Content-Formate und Kanäle ein, die sich ideal ergänzen und unsere Innovationsführerschaft umfassend beleuchten – mal plakativ, mal tiefgründiger, mal technisch, mal unterhaltend.» Nicht zuletzt steht die Kampagne für eine integrierte Zusammenarbeit interner und externer Teams. «Fachleute aus verschiedenen Kommunikationsdisziplinen haben Hand in Hand zusammengearbeitet und ihr Wissen und ihre Erfahrung eingebracht», so Bossart.

Mehr **Informationen** zu «Defining Class since 1886» finden Sie [hier](#).



Key Visuals der Kampagne «Defining Class since 1886» mit Roger Federer und Matthew Macfadyen.

Ansprechpartner

Roger Welti, Head of Corporate Communications Mercedes-Benz Schweiz, roger.welti@mercedes-benz.com

Weitere Informationen zu Mercedes-Benz in der Schweiz sind [hier](#) verfügbar. Medieninformationen, Bilder und Videos finden Sie auf unserer [Media Site Schweiz](#) oder auf der Online-Plattform [Mercedes me media](#).

Mercedes-Benz im Überblick

Mercedes-Benz gehört zu den führenden Herstellern von Luxusautos. Darüber hinaus bieten wir Finanzierung, Leasing, Flottenmanagement, Versicherungen und innovative Mobilitätsdienstleistungen an. In der Schweiz beschäftigt Mercedes-Benz rund 400 Mitarbeitende und sichert zusammen mit einem landesweiten Händlernetz etwa 5800 Arbeitsplätze. Zum Portfolio gehören die Marken Mercedes-Benz, Mercedes-AMG und Mercedes-Maybach.