



Mercedes-Benz startet integrierte Werbekampagne zum neuen CLS

Presse-Information

Sinnlichkeit und Sinn in perfekter Form

12. Januar 2011

Stuttgart. Der 29. Januar ist ein ganz besonderer Tag für Mercedes-Benz. Vor 125 Jahren reichte Carl Benz sein „Fahrzeug mit Gasmotorenbetrieb“ unter der Patentnummer 37435 beim Reichspatentamt in Berlin ein. Auf den Tag genau 125 Jahre später kommt am 29. Januar 2011 die jüngste Erfindung auf den Markt – der neue CLS. Diese neue Generation des viertürigen Coupés spiegelt auf perfekte Weise wider, wofür die Marke mit dem Stern seit mehr als einem Jahrhundert steht: Innovationskraft in Design und Technologie – kurz: Sinnlichkeit und Sinn. Dieses Leitmotiv greift die 360°-Kampagne zur Markteinführung des CLS auf.

„Kein neues Fahrzeugkonzept hat jemals einen solchen Erfolg gehabt wie der CLS. Mit der Einführung im Oktober 2004 hat Mercedes-Benz ein mutiges Fahrzeugkonzept etabliert und die Neuauflage überzeugt einmal mehr mit ihrem faszinierenden Design und ihrer kultivierten Sportlichkeit“, so Anders Sundt Jensen, Leiter Markenkommunikation Mercedes-Benz Cars. „Zudem bietet das Coupé mehr Effizienz, Agilität und Sicherheit als je zuvor. Jeder Fahrer des neuen CLS wird die perfekte Kombination von Sinnlichkeit und Sinn spüren, die das Fahrzeug einzigartig macht. Dies stellen wir auch in den Fokus der Kampagne.“

Anzeigen, TV-Spot, PreRoll Ads und Internetspecial stehen im Zentrum der Kampagne

Die Werbekampagne umfasst alle Kommunikationskanäle – von Printanzeigen über TV- und Hörfunkspots, PreRoll Ads, interaktives Internetspecial und iPad App bis hin zu Handels- und Dialogmarketingaktivitäten. Sie setzt den CLS in purpurfarbener, urbaner Umgebung markant in Szene und untermauert selbstbewusst sowie authentisch seinen Führungsanspruch im Segment der viertürigen Coupés.

So wird beispielsweise in den zwölf verschiedenen Printmotiven die visuelle Strahlkraft des Fahrzeugs mit prägnanten Botschaften wie „Sinnlichkeit und

Sinn“, „Das erste Fahrzeug, bei dem die Highlights schon im Lichtsystem beginnen“ Seite 2
oder „Endlich eine Schönheit, die nicht vom rechten Weg abkommt“ verbunden.
Damit unterstreicht Mercedes-Benz den Status des neuen Coupés als perfekte
Verbindung von faszinierender Schönheit mit innovativer Sicherheitstechnologie
und nachhaltiger Mobilität. Denn der aktive Totwinkel- und aktive Spurhalte-
Assistent, die neuartigen LED-High-Performance-Scheinwerfer sowie die effizienten
Motoren mit bis zu 25 Prozent weniger Kraftstoffverbrauch sorgen für höchste
Sicherheit, Fahrdynamik und Ökonomie.

Der TV-Spot konzentriert sich auf die unwiderstehliche Anziehungskraft des CLS.
Der Film spielt mit der Sehnsucht nach absoluter Entscheidungsfreiheit. Er zeigt
einen Mann mittleren Alters, einen modernen Aussteiger, der seine erfolgreiche
Karriere gegen ein einfaches Leben in den Bergen eingetauscht hat. Doch plötzlich
sieht er auf der Bergstraße den CLS und ist völlig gebannt von der faszinierenden
Schönheit dieses Coupés – ein Moment, der sein Leben erneut verändert.

Außerdem sind drei Kurzfilme im Internet und im Kino zu sehen. Neben der
Faszination des CLS stellen sie auf humorvolle Weise das energiesparende und
umweltschonende BlueEFFICIENCY-Modell sowie die einzigartige LED-Technologie
in den Fokus. Das innovative Lichtsystem des CLS wird zudem in einem eigenen
Beitrag auf www.mercedes-benz.tv ausführlich erläutert.

Darüber hinaus spielt der CLS gemeinsam mit Top-Model Karolina Kurkova die
Hauptrolle im Bildmotiv des internationalen Mode-Engagements von Mercedes-
Benz. Premiere feiert das Motiv bei der Mercedes-Benz Fashion Week Berlin, die
vom 19. bis 22. Januar 2011 auf dem Bebelplatz stattfindet. Das spektakuläre
Modemotiv, das den Betrachter durch Schönheit, Dynamik und Extravaganz
fesselt, ist auf Anzeigen, Plakaten, Postern und im Internet zu sehen.

Internetspecial mit einer Kurzgeschichte des Erfolgsautors Joey Goebel bereits online Seite 3

Schon seit der Weltpremiere des Fahrzeugs im September 2010 haben Interessierte die Möglichkeit, in einem interaktiven Internetspecial unter www.mercedes-benz.com/cls einen Eindruck des neuen CLS zu bekommen. In einer Kurzgeschichte des amerikanischen Erfolgsautors Joey Goebel erlebt der Nutzer das einzigartige viertürige Coupé. Dabei kann er selbst zur Hauptfigur werden und die Geschichte über „Sinnlichkeit und Sinn“ aktiv mitgestalten. Die Highlights des CLS werden in weiteren Kurzgeschichten von Joey Goebel als Clip vorgestellt. Im Februar steht die für das iPad optimierte Version des interaktiven Webspecials im App Store zur Verfügung.

Ansprechpartner:

Melanie Graf, Telefon: +49 (0)711-17-7 68 76, melanie.graf@daimler.com

Tobias Müller, Telefon: +49 (0)711-17-7 73 68, tobias.mueller@daimler.com

Weitere Informationen von Mercedes-Benz sind im Internet verfügbar:

www.media.daimler.com