



## Econ Award 2010 für Mercedes-Benz Kampagne „Meister vs. Meister“

### Presse-Information

Datum:

19. November 2010

- **Econ Award 2010 würdigt beste Unternehmenskommunikation in deutschsprachigem Raum**
- **Mercedes-Benz Transporter für „Meister vs. Meister“ ausgezeichnet**

Berlin – Die „Meister vs. Meister“ Kampagne des Mercedes-Benz Vertrieb Deutschland (MBVD) gewinnt den Econ Award 2010 in Gold. Ausgezeichnet wurden die umfassenden PR Aktivitäten, mit denen Mercedes-Benz Transporter das Fußballfieber in deutschen Handwerksbetrieben mit Turnierspielen gegen DFB-Allstars entfacht hat. Die Jury begründete ihre Entscheidung für die „außergewöhnliche und erfrischende PR-Kampagne“ so: „Ein hervorragendes Konzept, das im fußballverrückten Deutschland aufgeht und ein aktives Signal für die Branche setzt.“

„Mit ‚Meister vs. Meister‘ haben wir unsere langjährige gute Partnerschaft mit dem deutschen Handwerk dokumentiert, den vielen tausend Handwerkern Danke gesagt und sehr viele neue Kunden und Interessenten in unsere Betriebe gebracht“, so Thomas Urbach, Mitglied der Geschäftsleitung des Mercedes-Benz Vertrieb Deutschland, verantwortlich für den Vertrieb Mercedes-Benz Transporter.

Zur „Meister vs. Meister“ Kampagne, die im Januar 2010 startete und ihren Schlusspunkt zehn Monate später hatte, gehörten unter anderem Viral-Spots, Pressekonferenzen mit Stars wie Sepp Maier und Andreas Brehme, ein witziger Webauftritt, zielgruppenorientierte Mailing- und PR-Aktionen, lokale Medienkooperationen, ein 50-minütiger Film auf DVD sowie vier Fußball-Turniere im Norden, Süden, Osten und Westen der Republik. Mehr als 1.000 Meisterbetriebe und über 7.500 fußballbegeisterte Handwerker hatten sich beworben, um gegen ein Team aus DFB-Allstars anzutreten. An das beste

Handwerkerteam, einen Gerüstbauer aus Velbert, übergab der MBVD einen neuen Mercedes-Benz Vito.

Seite 2

Insgesamt fand die Kampagne „Meister vs. Meister“ mit rund 640 Berichten in Regionalzeitungen, Fach- und Online-Medien, Hörfunk und Fernsehen eine starke Medienresonanz. Die Auflage Print lag bei circa 6,8 Millionen, die Höreranzahl Hörfunk bei circa 65 Millionen, und es gab mehr als 165 Millionen Page Impressions bei Online-Artikeln. Die Kampagne erarbeitete der MBVD zusammen mit der Agentur Scholz & Friends in Berlin.

Der Econ Award für Unternehmenskommunikation wird gemeinsam vom Econ Verlag und dem Handelsblatt vergeben. Seit 2007 zeichnet er die beste Corporate Communication aus dem deutschsprachigen Raum aus. Die Gewinner werden im Jahrbuch der Unternehmenskommunikation veröffentlicht. Unternehmen aus Deutschland, Österreich und der Schweiz haben sich dieses Jahr mit rund 250 Arbeiten in insgesamt neun Kategorien - unter anderem Geschäftsbericht, Imagefilm, Website, Social Media, Magazin und Strategische Unternehmenskommunikation - um den Econ Award beworben.

Der **Mercedes-Benz Vertrieb Deutschland (MBVD)** steuert von seiner Zentrale in Berlin den Vertrieb und Service der Marken Mercedes-Benz, AMG, smart, Maybach und Fuso in Deutschland. Mit rund 1.200 Mercedes-Benz, 310 smart sowie 140 Fuso Vertriebs- und Servicestützpunkten bietet der MBVD seinen Kunden ein bundesweit dichtes Betreuungsnetz. Weitere Informationen sind im Internet verfügbar unter [www.mbvde.de](http://www.mbvde.de).

Ansprechpartner:

Konstanze Fiola, Telefon: 030-2694-2012

E-Mail: [konstanze.fiola@daimler.com](mailto:konstanze.fiola@daimler.com)

Weitere Informationen von Mercedes-Benz sind im Internet verfügbar:

[www.media.daimler.com](http://www.media.daimler.com) und [www.mercedes-benz.de](http://www.mercedes-benz.de)