

Mercedes-Benz startet Kampagne zur Markteinführung der A-Klasse

Zur Markteinführung der neuen A-Klasse am 15. September 2012 startet Mercedes-Benz mit dem Claim „Die neue A-Klasse. Der Pulsschlag einer neuen Generation“ eine umfangreiche Werbekampagne auf allen Kommunikationskanälen. Im Mittelpunkt der integrierten Kampagne stehen verschiedene Print-Anzeigen, fünf TV-Spots und eine Online-Plattform. Sie konzentrieren sich in erster Linie auf das Design des Fahrzeugs und einige besondere Produktmerkmale. Dazu gehören beispielsweise die vollständige Integration des Apple iPhone in das Anzeige- und Bedienkonzept des Fahrzeugs, hilfreiche Multimedia-Apps und das serienmäßige Assistenzsystem Collision Prevention Assist. Für das neue Modelle liegen bereits weit mehr als 40 000 Bestellungen vor.

Die Printanzeigen und TV-Spots zeigen auf ungewöhnliche Art und Weise die Besonderheiten des kompakten Mercedes-Benz. Zudem thematisieren sie den A 250 Sport mit Diamantgrill, laden zum Markteinführungstermin sowie zu Probefahrten ein und bewerben diverse Finanzierungsangebote. Die Printanzeigen werden deutschlandweit als 2/1- und 1/1-Seiten in Publikumszeitschriften, auflagenstarken Nachrichtenmagazinen, Special-Interest-Medien sowie in überregionalen Tageszeitungen geschaltet. Zudem werden alle Motive auf Großflächenplakaten an aufmerksamkeitsstarken Orten deutscher Städte zu sehen sein. Alle Printanzeigen verfügen über einen QR-Code, der direkt zur zentralen, interaktiven Online-Plattform führt, auf der seit März weltweit alle Kommunikationsaktivitäten zur neuen A-Klasse gebündelt werden.

Die Werbefilme im Fernsehen befassen sich mit jeweils einem Merkmal der A-Klasse. Der Spot „Parking“ thematisiert zum Beispiel die Mercedes-Benz App „Parkplatz-Finder“ im Comand-Online-System. Gezeigt wird eine fahrende A-Klasse, die plötzlich mitten im Raum stehen bleibt. Eine attraktive Frau steigt aus und markiert sich eindrucksvoll ihre eigene Parktasche um das Fahrzeug. In „Crashtest“ versucht ein Crashtestdummy verzweifelt, einen Auffahrunfall mit der A-Klasse zu inszenieren. Doch der Fahrer weicht allen Hindernissen, die sich in den Weg stellen, rechtzeitig aus – dank dem

serienmäßigen radargestützten Warnsystem Collision Prevention Assiste Werbespots werden auf allen reichweitenstarken TV-Sendern ausgestrahlt.

Die Kampagne läuft bis Ende Oktober, online bis Ende Dezember 2012. Verantwortlich zeichnet die Agentur Jung von Matt/Alster. Die Produktion der TV-Spots übernahm Tempomedia mit dem Regisseur Cyril Guyot, die Fotos stammen von Uwe Düttmann. Zeitlich verlängert wird der Leitgedanke der Kampagne „Der Pulsschlag einer neuen Generation“ durch einen Kalender für 2013, der über www.star-kalendermarkt.de bestellbar ist. Zwölf Kalendermotive erzählen die Geschichte eines jungen Paares auf ihrem Streifzug mit der neuen A-Klasse durch eine nächtliche Metropole.

Ergänzt wird die Kampagne durch eine dreimonatige Roadshow durch ganz Europa. Bereits Anfang Juni startete zeitgleich in Barcelona und Sevilla eine Flotte von knapp 50 A-Klassen, die bis Ende Oktober an angesagten Eventlocations und öffentlichen Plätzen in den europäischen Metropolen Station macht. Mit dabei ist ein futuristischer Pavillon, der passend zur A-Klasse durch seine skulpturale Form und sein progressives Design begeistert und zusätzlich die Aufmerksamkeit auf sich zieht.

Auch im neuen Städtebau-Simulationsspiel „Sim City Social“ auf Facebook ist die neue A-Klasse bereits unterwegs. Mercedes-Benz ist Partner von Electronic Arts und bietet den Fans bis Ende September exklusive zusätzliche Spieleoptionen. Sie können ihren Städten unter anderem eine Mercedes-Benz-Fabrik, ein Autohaus, Flächen für Fahrzeugpräsentationen und Werbeplakate hinzufügen sowie die neue A-Klasse durch die Straßen fahren lassen.

Mit dem „A-Class Guide“ bietet Mercedes-Benz die komplette Betriebsanleitung für die A-Klasse erstmals für Smartphones an. Der mobile Guide bietet viele nützliche Features wie den „Quick Start Help“ oder die „Quick Tipps“, die Ratschläge rund um die Fahrzeugnutzung geben. Animationen und kurze Filme ergänzen die Betriebsanleitung und zeigen anschaulich, wie bestimmte Funktionen bedient werden. Die App „Mercedes-Benz Guides“ und der „A-Class Guide“ sind kostenlos über den Google Play Store und den Apple App Store für alle gängigen Smartphones erhältlich. (ampnet/jri)