

## Mercedes-Benz startet Kampagne zur Markteinführung der neuen E-Klasse

**Zur Markteinführung der 10. Generation der E-Klasse am 9. April 2016 startet Mercedes-Benz unter dem Claim „Die E-Klasse. Masterpiece of Intelligence.“ eine weltweite Marketing- und Werbekampagne auf allen Kommunikationskanälen. Die 360°-Kampagne inszeniert die E-Klasse als intelligenteste Businesslimousine der Welt und als Meilenstein auf dem Weg zum unfallfreien und autonomen Fahren. Erstmals können Interessenten über eine eigene Seite bei Amazon direkt eine Probefahrt vereinbaren.**

Die Amazon Websites in Deutschland, Frankreich, Großbritannien und Japan zeigen eine Produktseite über die neue E-Klasse mit Auszügen aus dem interaktiven Webspecial „The mind behind“. Dies ermöglicht Amazon-Kunden ein neuartiges Erlebnis mit der neuen Business-Limousine. Über den Button „Probefahrt buchen“ können Interessenten eine Testfahrt mit Mercedes-Benz vereinbaren. Die Kombination aus Targeting, Produkterlebnis und Probefahrtbuchung in mehreren Ländern ist exklusiv und wird in dieser Form erstmalig von Mercedes-Benz und Amazon umgesetzt.

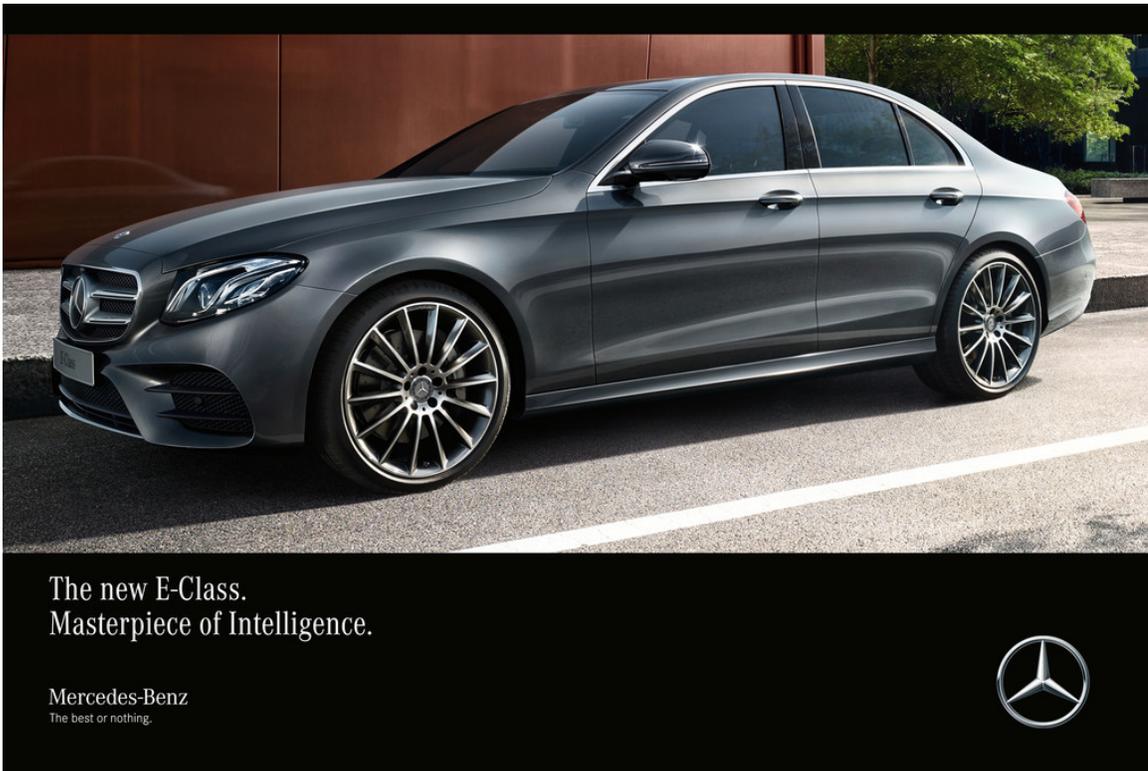
Drei TV-Spots machen mit unterschiedlichen Themen deutlich, wie weit die neue E-Klasse ihrer Zeit voraus ist. Der Spot „The Future“ verbindet die Zukunft in Gestalt des Mercedes-Benz F015 mit der Gegenwart in Form der neuen E-Klasse. Die neue Business-Limousine wird als Meilenstein auf dem Weg zum autonomen Fahren positioniert. Der Spot „The Journey“ nimmt die Zuschauer mit auf eine Reise durch die Entwicklung des autonomen Fahrens. Anhand von nachgedrehten Szenen basierend auf archiviertem Material aus den letzten 30 Jahren, wird gezeigt, wie alles begann und welche Fortschritte erzielt wurden. Die neue E-Klasse stellt den bisherigen Höhepunkt dieser Entwicklung dar. Beim dritten Spot „Intuition“ liegt der Fokus auf den Assistenz- und Sicherheitssystemen „Mercedes-Benz Intelligent Drive“. Ihre Funktionsweisen werden mit Szenen menschlicher Intuition plastisch und eindrucksvoll dargestellt.

Die TV-Spots sind für die Bedürfnisse unterschiedlicher Märkte adaptiert und in Längen von 30 und 60 Sekunden realisiert. In Deutschland ist ab 21. März der TV-Spot „The

Future“ zu sehen. Verantwortlich für Konzept und Realisierung der TV-Spots sind Merkley + Partners („The Future“ und „The Journey“) sowie BBDO China („Intuition“).  
(ampnet/nic)

## Bilder zum Artikel

---

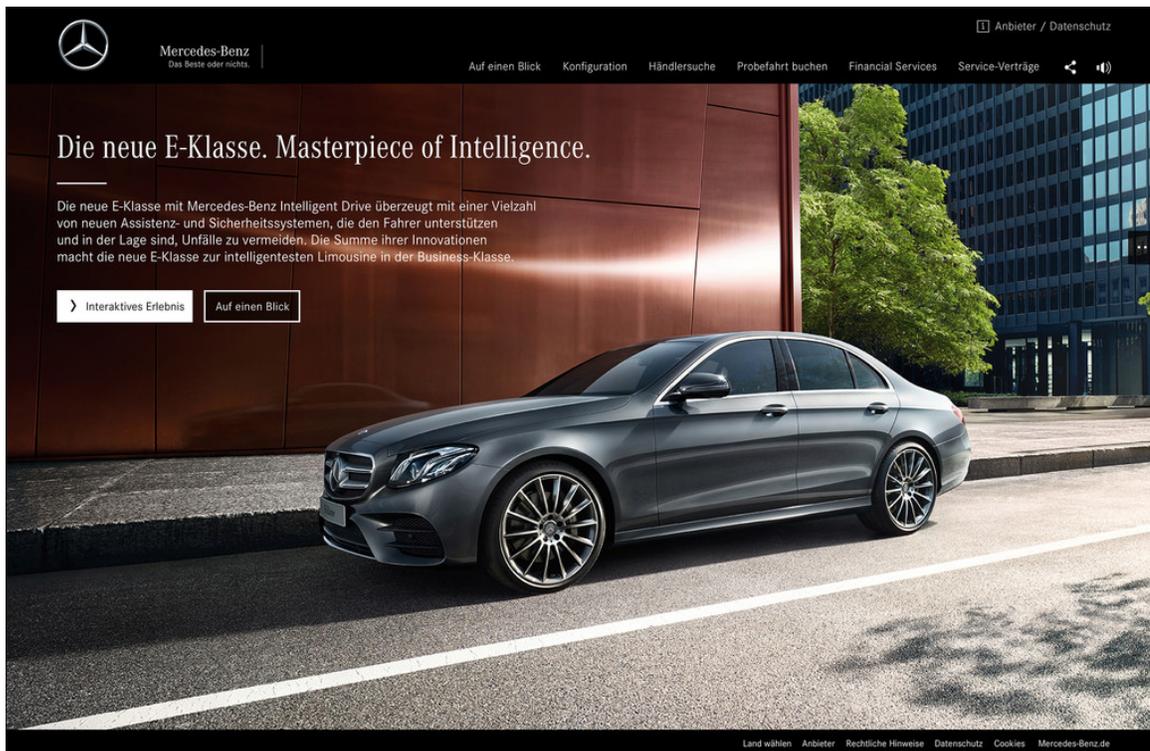


Kampagne zur Markteinführung der neuen Mercedes-Benz E-Klasse.

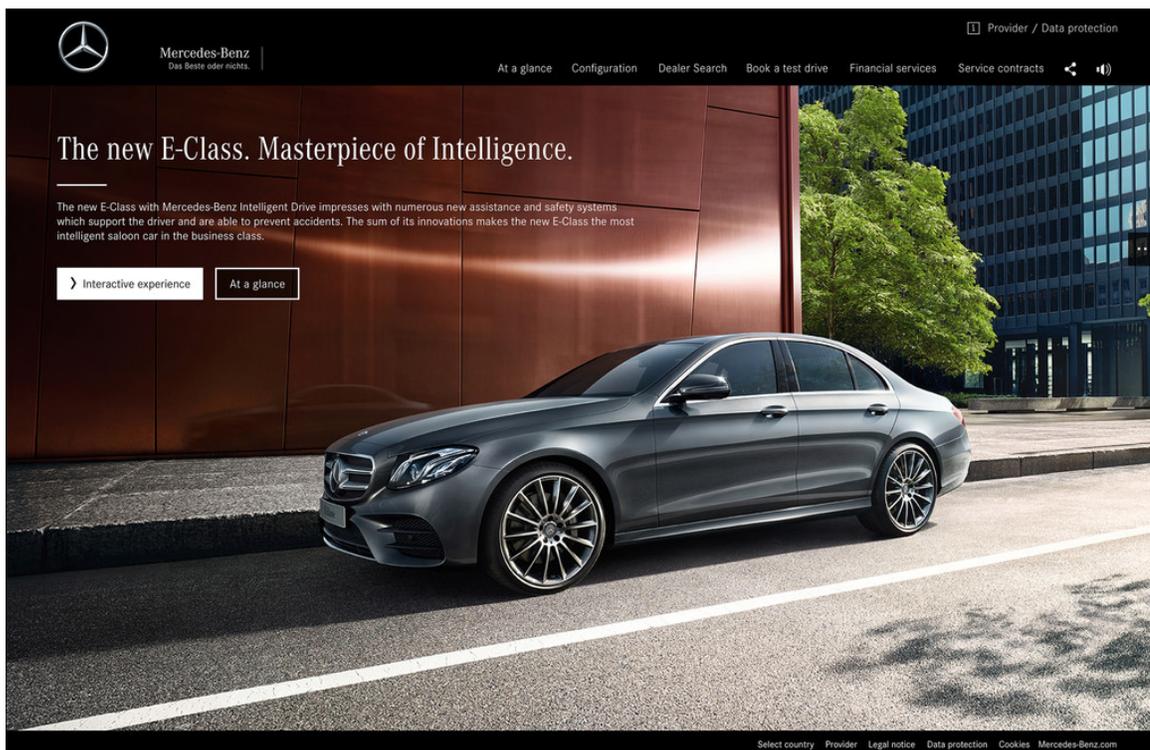
---



## Kampagne zur Markteinführung der neuen Mercedes-Benz E-Klasse.



## Kampagne zur Markteinführung der neuen Mercedes-Benz E-Klasse.



## Kampagne zur Markteinführung der neuen Mercedes-Benz E-Klasse.



The road to the future begins here.

The new E-Class. Masterpiece of Intelligence.

Mercedes-Benz  
The best or nothing.



Kampagne zur Markteinführung der neuen Mercedes-Benz E-Klasse.



Die Zukunft beginnt auf der Straße.

Die neue E-Klasse. Masterpiece of Intelligence.

Mercedes-Benz  
Das Beste oder nichts.



Kampagne zur Markteinführung der neuen Mercedes-Benz E-Klasse.



Feel the intelligence.

Experience the comfort and convenience of the next generation Intelligent Drive.

Mercedes-Benz  
The best or nothing.



Kampagne zur Markteinführung der neuen Mercedes-Benz E-Klasse.

---



Intelligenz kann man nicht sehen, aber spüren.

Erlieben Sie den Komfort der neuesten Generation Intelligent Drive.

Mercedes-Benz  
Das Beste oder nichts.



Kampagne zur Markteinführung der neuen Mercedes-Benz E-Klasse.

---