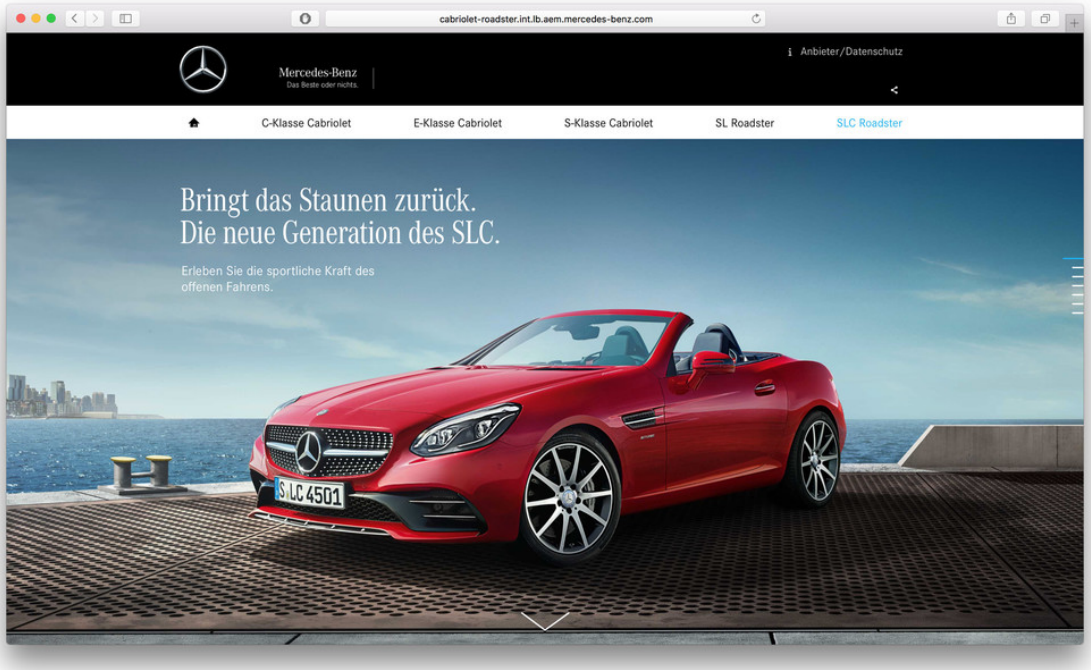
Mercedes-Benz startet Kampagne für vier „Traumwagen“

Im Jahr 2016 feiern vier „Traumwagen“ von Mercedes-Benz ihre Premiere: die beiden Roadster SL und SLC sowie die Cabriolets von C- und S-Klasse. Dazu startet Mercedes-Benz unter dem Claim „Bringen das Staunen zurück“ eine modular aufgebaute Dachkampagne mit Marketing- und Werbeaktivitäten auf allen digitalen und klassischen Kanälen. Im Mittelpunkt der Kampagne steht das neue C-Klasse Cabriolet.

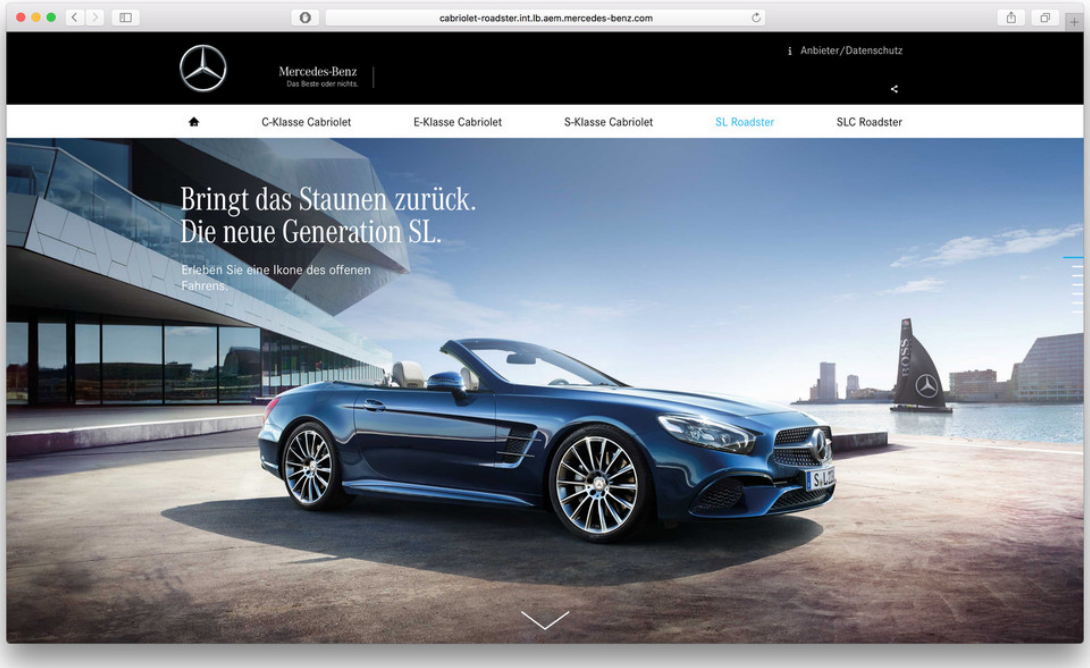
Der TV-Spot inszeniert mit ungewohnten Bildern das uneingeschränkte Freiheitsgefühl, das nur beim Fahren eines offenen Wagens spürbar ist. In der prägnant erzählten Geschichte sieht der Zuschauer, wie aus einem Kind ein erwachsener Mann wird. Immer zielgerichtet mit dem Blick auf die Aufgaben, die er zu bewältigen hat, erlebt er im C-Klasse Cabriolet noch einmal die Momente des Staunens, die er zuletzt als Kind genossen hat. Für die klassische Werbung kommen verschiedene Printanzeigenmotive zum Einsatz, die entweder ein Modell in den Mittelpunkt der Aufmerksamkeit rücken oder die gesamte Bandbreite der Traumwagen zeigen. Online können sich alle Interessenten in einem Webspecial unter www.mercedes-benz.com/openair von den Traumwagen faszinieren lassen. International startet die Kampagne in der 26. Kalenderwoche. Der Spot ist unter: https://www.youtube.com/watch?v=aXJBoy4Etg0 zu sehen.

Die Printkampagne ist ab 30. Juni 2016 in auflagenstarken Nachrichtenmagazinen, Special-Interest-Medien und überregionalen Tageszeitungen zu sehen. (ampnet/nic)

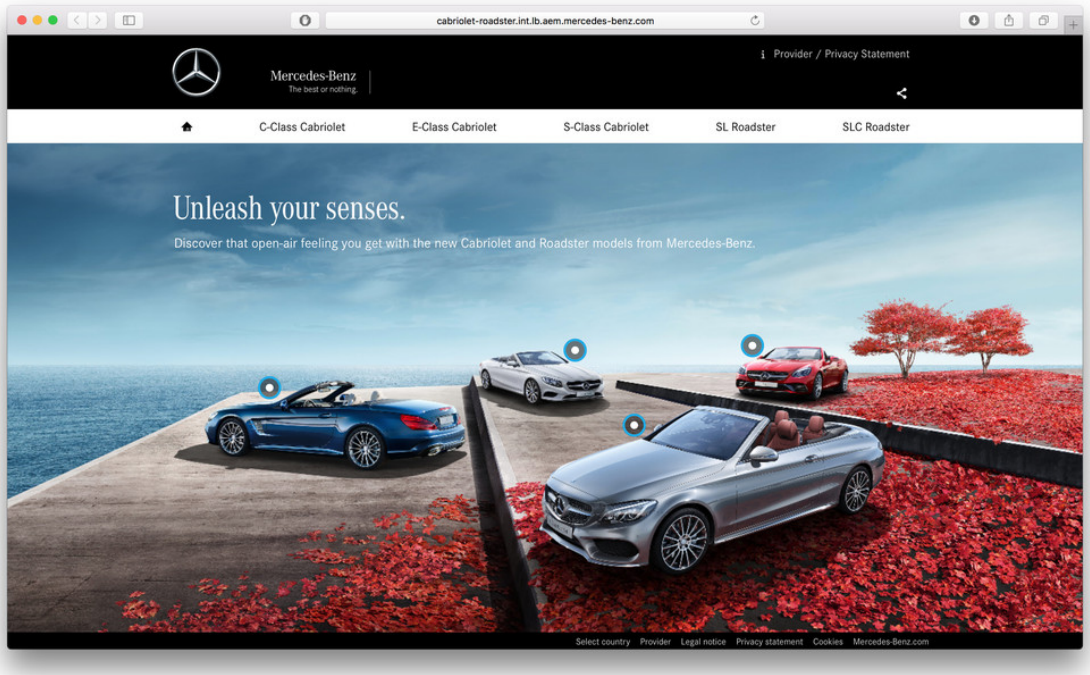
Bilder zum Artikel



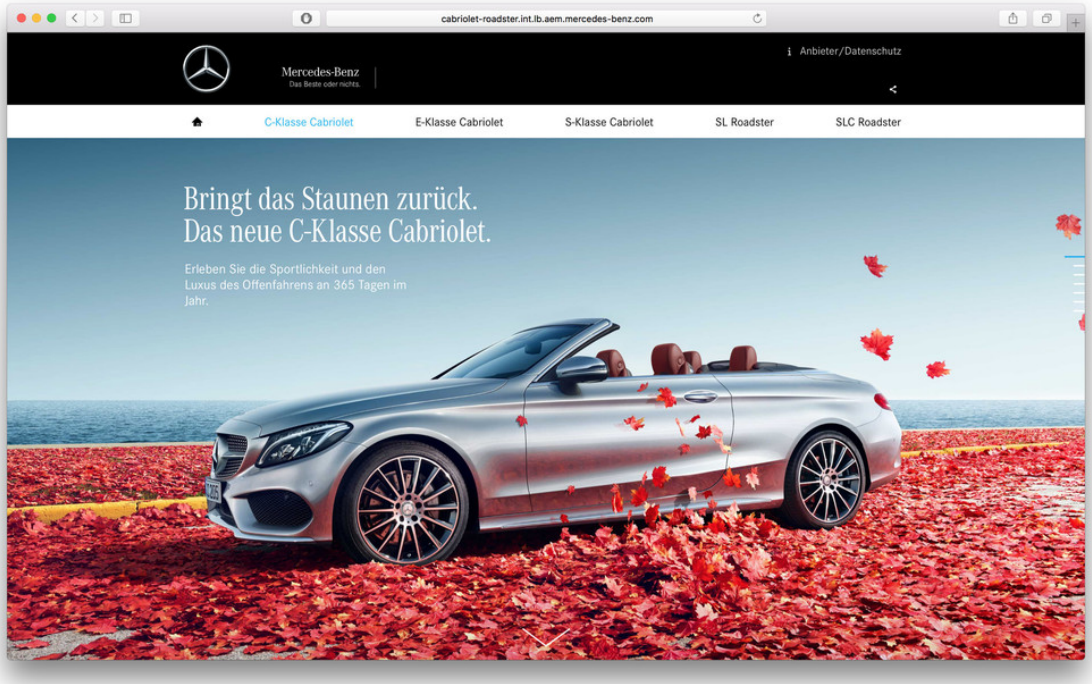
Mercedes-Benz-Kampagne.



Mercedes-Benz-Kampagne.



Mercedes-Benz-Kampagne.



Mercedes-Benz-Kampagne.