

Mercedes-Benz Group AG als Kundenreferenz

Uns erreichen zahlreiche Anfragen unserer Geschäftspartner, die unser Unternehmen und unsere Marken als Referenz nennen möchten. Die Bandbreite der Anfragen ist groß und reicht vom Wunsch der prominenten Abbildung des Markenzeichens über die beiläufige Erwähnung unseres Namens und unserer Marken in Pressemitteilungen oder in Sozialen Medien bis hin zur Nennung der Mercedes-Benz Group AG in Kundenlisten.

Um Ihnen einen Überblick über unsere wichtigsten Anforderungen für Referenzen, Bilder und Markenzeichen zu geben, haben wir die wesentlichen Punkte für Sie zusammengefasst. Die aufgeführten Beispiele decken jedoch nicht alle denkbaren Fälle ab.

Bitte beachten Sie unsere Anforderungen, wenn Sie eine Referenz planen. **Die Beachtung und Umsetzung ersetzt jedoch nicht die ausdrückliche Abstimmung und Freigabe im Einzelfall.** Eine Referenzanfrage ist in jedem Falle einzureichen.

Nennung der Mercedes-Benz Group AG – Grundsätzliche Anforderungen

- Wir geben **keine Pauschalfreigabe** für geplantes Material. Für eine Freigabe benötigen wir das **konkrete Material** (finale Texte, Fotos, Bildunterschriften etc.), das veröffentlicht werden soll. **Der geplante Veröffentlichungsort und Verwendungszweck muss angegeben sein.**
- Bei Referenztexten darf nicht die Mercedes-Benz Group AG, sondern müssen **der Lieferant und seine Leistungen im Vordergrund** stehen. Dabei dürfen die Mercedes-Benz Group AG und ihre Marken **nicht in Überschriften** und **maximal einmal pro Seite** erwähnt werden. Die Grundsätze des Verbots der anlehnenen Werbung sind zu beachten.
- **Interviews** mit und **Zitate** von Mitarbeitern der Mercedes-Benz Group AG sind grundsätzlich nicht freigabefähig.
- Unser **Unternehmenszeichen** und unsere **Marken-Logos** sind grundsätzlich für die von uns initiierte Verwendung vorgesehen und dürfen von extern nicht verwendet werden.
- Soll die Mercedes-Benz Group AG als Referenz in einer Broschüre oder einem Webauftritt erwähnt werden, muss der **Name „Mercedes-Benz Group AG“** grundsätzlich in gemischter Schreibweise (Groß-Kleinschreibung) und in der Hausschrift des Lieferanten/Dienstleisters abgebildet werden. Farbliche und sonstige stilistische Hervorhebungen des Unternehmensnamens sind nicht erlaubt. Die Auflistung verschiedener Unternehmen in Referenzlisten sollte vorzugsweise in alphabetischer Reihenfolge stattfinden.
- Bei der Nutzung von **Bildmaterial** für Referenzzwecke dürfen die Fahrzeuge und Produkte der Mercedes-Benz Group AG und ihrer Marken sowie die Markenzeichen nicht im Fokus stehen. Weiterhin dürfen keine Mitarbeiter der Mercedes-Benz Group AG abgebildet werden.
- **Infoboxen** über unser Unternehmen oder Abbinder dürfen nicht verwendet werden.
- Die Mercedes-Benz Group AG verfasst keine Referenztexte und unterschreibt keine **Vordrucke**.
- Mit **Fotoshootings und Filmaufnahmen** auf dem Gelände der Mercedes-Benz Group AG gehen wir sehr restriktiv um. In sehr gut begründeten Ausnahmefällen klären wir diese mit der Unternehmenskommunikation.

- Die **Erstkommunikation** von neuen Produkten, Prozessen, Verfahren etc. ist der Mercedes-Benz Group AG vorbehalten.
- Grundsätzlich richtet sich die Bewertung von Referenzanfragen nach verschiedenen Parametern wie Höhe des Umsatzvolumens, Länge der Zusammenarbeit und nach vorhandenen strategischen Partnerschaften. Diese Faktoren wägen wir im Einzelfall ab und **behalten uns vor, Anfragen** grundsätzlich oder deren Form und/oder Inhalt **abzulehnen**.
- Referenzanfragen von **Sublieferanten** sind nicht möglich.

Beispiele für akzeptable und nicht akzeptable Wortwerbung

Nicht akzeptable Wortwerbung	Akzeptable Wortwerbung
01 Übernahme, auch ausschnittsweise, von Werbetexten der Mercedes-Benz-Group AG, auch in abgewandelter Version. Das Original: „Mercedes – Ihr guter Stern auf allen Straßen.“ Abwandlungen: „Ihr guter Planet auf allen Straßen.“; „Der Stern, der gut tut. Auf allen Straßen.“ (Werbung für Alkohol).	
	02 Hinweis auf die Mercedes-Benz-Group-Freigabe für Betriebsstoffe auf den Gebinden. Beispiel: „Öl, XYZ‘, freigegeben nach Mercedes-Benz-Group-Betriebsstoffvorschriften, Blatt...“
03 „Der Mercedes unter den Büromaschinen, Waschmaschinen, Computern“ etc.	
	04 Rein textlicher, nicht blickfangmäßig hervorgehobener Hinweis darauf, dass ein Lieferant bestimmte Teile an die Mercedes-Benz Group zum Einbau in abgestimmte Produkte liefert; Unsere Marken und Modelle dürfen dabei nicht in Erscheinung treten.
	05 Rein textlicher, nicht blickfangmäßig hervorgehobener Hinweis eines Lieferanten, dass er in unseren Werken bestimmte Ausrüstungsgegenstände installiert hat; Unsere Marken und Modelle dürfen nicht verwendet werden.
	06 Referenzmäßige Anführung unseres Unternehmens in einer alphabetisch angeordneten Referenzliste. Unter dem Buchstaben „M“ kann dann der Name „Mercedes-Benz Group AG“ aufgeführt werden. Bitte beachten: „Mercedes-Benz Group AG“ darf nicht blickfangmäßig hervorgehoben sein.

Beispiele für akzeptable und nicht akzeptable Bildwerbung

Die Nutzung von Bildmaterial der Mercedes-Benz Group AG (beispielsweise von der Global Media Site) für Referenzzwecke bedarf der vorherigen Genehmigung.

Gleiches gilt für die Verwendung sonstigen Bildmaterials, das Produkte oder Produktionsstätten/-anlagen der Mercedes-Benz Group AG zeigt.

Grundsätzlich muss jedes für eine Referenznennung angefragte Bild mit einer Bildunterschrift versehen sein und in der Referenzanfrage angegeben werden.

Anfragen zur Verwendung von Bildmaterial entscheiden wir nach geltendem Marken-, Urheber- und Wettbewerbsrechts.

Nachfolgend einige konkrete Beispiele, die Ihnen eine Einschätzung erleichtern sollen:

Nicht akzeptable Bildwerbung	Akzeptable Bildwerbung
01 Die isolierte Verwendung unserer Markenzeichen und Markennamen in jedweder Verwendung, auch ähnlicher, verwechselbarer Marken.	
02 Präsentation von Fahnen, Spannbändern u. Ä. mit Markenzeichen der Mercedes-Benz Group AG.	
03 Bild- bzw. seitenfüllende blickfangmäßige Abbildungen von z. B. Mercedes-Benz Fahrzeugen, insbesondere Abbildungen von freigestellten Fahrzeugen. Ansicht von vorn, schräg von vorn, von hinten, schräg von hinten, Markenzeichen in jeder Einstellung sichtbar.	03 Abbildungen von Fahrzeugen, die nur einen untergeordneten Teil des Gesamtbildes darstellen, also nicht blickfangmäßig zu sehen sind; Fahrzeug als nicht hervorgehobener Bestandteil eines Comosings, Marken der Mercedes-Benz Group AG dürfen nicht im Vordergrund stehen. Abbildungen von Fahrzeugen mit Marken der Mercedes-Benz Group AG, wenn diese im Zusammenhang mit Räder-/Reifenwerbung verwendet werden, um den ästhetischen Eindruck des Produktes zu vermitteln.
04 Darstellungen des Innenraums oder der Armaturenanlage (einschl. Lenkrad) unserer Fahrzeuge mit erkennbaren Marken, z. B. auch Stern auf der Motorhaube.	04 Abbildungen von Fahrzeuginnenraum, Motorinnenraum, Kofferraum, von Motorenquerschnitten, von grafischen Zeichnungen, ohne dass Marken der Mercedes-Benz Group AG zu sehen sind.
05 Fahrzeugabbildungen, Fahrzeugstrichzeichnungen (Ausnahme: Fahrzeugkonturen) für gewerbliche Zwecke, z. B. auf Geschäftsunterlagen, Webseiten, Multimediapräsentationen.	05 Abbildungen von Fahrzeugen, Innen- und Außenansichten, von Grafiken und Schaubildern mit erkennbaren Markenzeichen der Mercedes-Benz Group AG dürfen in Sachbüchern (Auto-Technik), Schulbüchern (Illustration), Presse und Fernsehen abgebildet werden, sofern dadurch keine Geheimhaltungsinteressen berührt werden. Abbildungen, die in der Werbung der Mercedes-Benz Group AG Verwendung finden, werden Dritten grundsätzlich nur dann zur Verfügung gestellt, wenn die zuständigen Kommunikationsabteilungen dies aus fachlicher Sicht für die Marke als nützlich ansehen.
06 Abbildung von Werken und der Zentrale der Mercedes-Benz Group AG, wobei	06 Abbildung von Produktionsanlagen der

blickfangmäßig unsere Marken zu sehen sind	Zulieferer, die in Werken der Mercedes-Benz Group AG installiert sind, ohne dass unsere Marken bildlich in Erscheinung treten; Hinweis auf Mercedes-Benz Group im Begleittext gestattet.
07 Blickfangmäßige Darstellung von Radkappen, Ersatzteilen, Zubehörteilen (technisch/nicht technisch) und Accessoires, wie beispielsweise Lenkräder, Fußmatten, Schlüsselanhänger, Putztücher, jeweils versehen mit unseren Markenzeichen.	07 Ein Reifen wird in der unmittelbaren Fahrzeugumgebung gezeigt. Die Blickbetonung liegt eindeutig auf dem Reifen. Unschädlich ist, dass der interessierte Laie erkennt, dass das Fahrzeug ein Mercedes-Benz Fahrzeug ist.
08 Darstellung mit blickfangmäßiger Verwendung unserer Markenzeichen und der Teilenummer.	
09 Abbildungen von Oldtimern, die an das Image von Mercedes-Benz anknüpfen.	09 Abbildung von Oldtimern, z. B. zur Darstellung der „alten Zeit“.
10 Abbildungen von Carl Benz und Gottlieb Daimler in einer Weise, die an das Image von Mercedes-Benz anknüpfen.	10 Abbildungen von Carl Benz und Gottlieb Daimler in einer Weise, die ausschließlich auf die Erfinderpersönlichkeiten Bezug nehmen.