

Mercedes-Benz 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 beispielsweise vom Wunsch der prominenten Abbildung des Markenzeichens über die beiläufige Erwähnung unseres Namens und unserer Marken in Pressemitteilungen, Newslettern, Fachzeitschriften oder in Sozialen Medien bis hin zur Nennung der Mercedes-Benz AG in Kundenlisten.

Referenztexte, -bilder und -filme der sind durch die **Mercedes-Benz AG genehmigungspflichtig. Vereinbart** ist das in den **Allgemeinen Einkaufsbedingungen unter Punkt 5**. Explizit heißt es dort: „Die Vertragsparteien dürfen nur mit vorheriger, schriftlicher Zustimmung der anderen mit ihrer Geschäftsverbindung zum Vertragspartner werben.“

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 AG – Grundsätzliche Anforderungen

- Referenzanfragen **sind frühestens 3 Monate nach Markteinführung** des betroffenen Produktes, der betroffenen Baureihen möglich. Die Mercedes-Benz AG behält sich ggf. längere Fristen vor.
- Die **Erstkommunikation** von neuen Produkten, Prozessen, Verfahren etc. ist der Mercedes-Benz AG vorbehalten.
- Grundsätzlich richtet sich die **Bewertung von Referenzanfragen nach verschiedenen Parametern** wie beispielsweise der Höhe des Umsatzvolumens, der Länge und Art der Zusammenarbeit (gut, konstruktiv, ziel- und ergebnisorientiert) 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**.
- 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 AG**, seine Produkte und Merkmale (z. B. Qualität, Sicherheit), sondern müssen **der Lieferant und seine Leistungen im Vordergrund** stehen. Dabei dürfen die Mercedes-Benz AG und ihre Marken **nicht in Überschriften** und **maximal ein- bis zweimal pro Seite** erwähnt werden. Die Grundsätze des Verbots der anlehrenden Werbung sind zu beachten.
- **Interviews** mit und **Zitate** von Mitarbeiterinnen & Mitarbeiter der Mercedes-Benz 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.
- Wenn die Mercedes-Benz AG als Referenz in einer Broschüre oder einem Webauftritt erwähnt werden will, muss der **Name „Mercedes-Benz AG“** grundsätzlich in gemischter Schreibweise (Groß-Kleinschreibung) und in der Hausschrift des Lieferanten/Dienstleisters abgebildet werden. Farbliche und sonstige stilistische **Hervorhebungen unseres**

Unternehmensnamens sind nicht erlaubt. Die Auflistung verschiedener Unternehmen in Referenzlisten sollte in alphabetischer Reihenfolge stattfinden.

- Bei der Nutzung von **Bildmaterial** für Referenzzwecke dürfen die Fahrzeuge und Produkte der Mercedes-Benz AG und ihrer Marken sowie die Markenzeichen nicht im Fokus stehen. Weiterhin dürfen keine Mitarbeiterinnen & Mitarbeiter der Mercedes-Benz AG abgebildet werden. Grundsätzlich ist bei der Nutzung von **Bildmaterial eine Bildunterschrift** zu verwenden und die **Bildquelle anzugeben**.
- **Infoboxen** über unser Unternehmen oder Abbinder dürfen nicht verwendet werden.
- Die Mercedes-Benz AG verfasst keine Referenztexte und unterschreibt keine **Vordrucke**.
- Mit Anfragen zu **Fotoshootings und Filmaufnahmen** auf dem Gelände der Mercedes-Benz AG gehen wir sehr restriktiv um. In sehr gut begründeten Ausnahmefällen klären wir diese mit der Unternehmenskommunikation.
- 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 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 AG-Freigabe für Betriebsstoffe auf den Gebinden. Beispiel: „Öl, XYZ“, freigegeben nach Mercedes-Benz 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 AG“ aufgeführt werden.

	Bitte beachten: „Mercedes-Benz AG“ darf nicht blickfangmäßig hervorgehoben sein.
--	--

Beispiele für akzeptable und nicht akzeptable Bildwerbung

Die Nutzung von Bildmaterial der Mercedes-Benz AG/Mercedes-Benz Group AG (beispielsweise von der Mercedes-Benz Group Media Site) für Referenzzwecke bedarf der vorherigen Genehmigung. Gleiches gilt für die Verwendung sonstigen Bildmaterials, das Produkte oder Produktionsstätten/-anlagen der Mercedes-Benz AG/Mercedes-Benz Group AG zeigt.

Grundsätzlich muss jedes für **eine Referenznennung angefragte Bild mit einer Bildunterschrift und der Bildquelle 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:

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 AG, 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 AG dürfen nicht im Vordergrund stehen. Abbildungen von Fahrzeugen mit Marken der Mercedes-Benz 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 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 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 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 AG/Mercedes-Benz Group AG, wobei blickfangmäßig unsere Marken zu sehen sind	06 Abbildung von Produktionsanlagen der Zulieferer, die in Werken der Mercedes-Benz AG installiert sind, ohne dass unsere Marken bildlich in Erscheinung treten; Hinweis auf Mercedes-Benz AG 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. Unsäädlich ist, dass der interessierte Laie erkennt, dass das Fahrzeug ein Mercedes-Benz Fahrzeug ist. Bildunterschrift und Bildquelle ist anzugeben.
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.