

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 einzuhaltenden Anforderungen** für Referenzen, Bilder und Markenzeichen zu geben, haben wir die wesentlichen Punkte für Sie zusammengefasst. Die aufgeführten Beispiele decken nicht alle denkbaren Fälle ab, bilden aber eine gute Grundlage.

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**. Nutzen Sie die Informationen und führen Sie für sich und Ihre Anfrage ein Self-Assessment dazu durch.

Nennung der Mercedes-Benz AG – Grundsätzliche Anforderungen/Self-Assessment (Einhaltung verpflichtend!)

1. Referenzanfragen sind **frühestens 3 Monate nach Markteinführung** des betroffenen Produktes/der betroffenen Baureihen **bzw. nach Start des Projekts** möglich. Die Mercedes-Benz Group AG / Mercedes-Benz AG behält sich ggf. längere Fristen vor. Eine Referenzierung zu Auftragsvergaben ist nicht möglich.
2. Die Erstkommunikation von neuen Produkten, Prozessen, Verfahren etc. ist der Mercedes-Benz Group AG / Mercedes-Benz AG vorbehalten.
3. Die Anfrage **enthält keine Informationen, die der Geheimhaltungspflicht unterliegen**.
4. Die Anfrage **enthält keine Informationen zu Pilotprojekten**.
5. Ist die **Zusammenarbeit** Ihres Unternehmens mit unserem Hause **gut, konstruktiv, ziel- und ergebnisorientiert**?
6. Besteht eine **langjährige Zusammenarbeit**?
7. Die Anfrage enthält **keine unterjährigen Kennzahlen, Daten, Fakten** (Investitionssummen, Umsatz, Ergebnis, Produktion, Absatz).
8. Die Anfrage enthält **keine Prognosen, Erwartungen, Ziele** zu Absatz, Marktanteilen, Umsätzen, Produktionsplanzahlen etc.
9. Wir erteilen **keine Pauschalfreigabe** für geplante Veröffentlichungen. Konkret heißt das: Für jede Referenznennung benötigen wir das **konkrete Material** (finaler Text, geplantes Bildmaterial inkl. geplanter Bildunterschriften und Nennung der Quelle des Bildmaterials). Der geplante **Veröffentlichungsort und Verwendungszweck** muss **konkret angegeben** sein.

10. Grundsätzlich darf bei Referenztexten **nicht die Mercedes-Benz Group AG / Mercedes-Benz AG**, ihre Produkte, Merkmale (z. B. Qualität, Sicherheit) und Leistungen **im Fokus** stehen, **sondern die des Lieferanten**. Dabei dürfen die Mercedes-Benz Group AG / 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.
11. **Interviews** mit und **Zitate** von Mitarbeiter*Innen der Mercedes-Benz Group AG / Mercedes-Benz AG sind grundsätzlich **nicht freigabefähig** und dürfen nicht enthalten sein.
12. Unser **Unternehmenszeichen** und unsere **Marken-Logos** sind grundsätzlich für die von uns initiierte Verwendung vorgesehen und **dürfen von extern nicht verwendet werden**.
13. Wenn die Mercedes-Benz Group AG / Mercedes-Benz AG als Referenz in einer Veröffentlichung erwähnt werden soll, muss der **Name „Mercedes-Benz Group AG“ bzw. „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/Kundenlisten **muss in alphabetischer Reihenfolge stattfinden**.
14. Bei der Nutzung von **Bildmaterial, ggf. Videomaterial** für Referenzzwecke dürfen die Fahrzeuge und Produkte der Mercedes-Benz Group AG / Mercedes-Benz AG und ihrer Marken sowie die Markenzeichen nicht im Fokus stehen. Weiterhin dürfen Mitarbeiter*Innen unseres Unternehmens nicht abgebildet werden. Grundsätzlich müssen bei der Nutzung von Bildmaterial jeweils eine **Bildunterschrift** und die **Bildquelle** angegeben sein.
15. **Infoboxen** über unser Unternehmen oder Abbinder dürfen nicht verwendet werden.
16. Die Mercedes-Benz Group AG / Mercedes-Benz AG **verfasst keine Referenztexte** für Lieferanten/Dienstleister und **unterschreibt keine Vordrucke**.
17. Referenzanfragen dürfen in der Regel **kein Bildmaterial von Fotoshootings und Filmaufnahmen** auf Geländen der Mercedes-Benz Group AG / Mercedes-Benz AG beinhalten. Sollte doch entsprechendes Material enthalten sein, ist dieses in enger Abstimmung mit dem Ansprechpartner im Fachbereich entstanden und von diesem bereits freigegeben (bitte Ansprechpartner nennen).
18. Referenzanfragen sind **nur für direkte Lieferanten zulässig** (keine Tier 2,3).
19. Wurden mit **Ihrem Unternehmen vertraglich andere Anforderungen für die Referenzierung verhandelt und geregelt?** Ist dies der Fall sind diese bitte inkl. Ansprechpartner*in anzugeben.
20. Bei Anfragen zur Ausstellung/Demonstration von Bauteilen, Komplettfahrzeugen, Rohbaukarossen oder auch Bildmaterial unseres Hauses **auf Messen dürfen diese nicht im Fokus stehen**. Die geplante Präsentation muss konkret dargestellt werden (inkl. Bereitstellung des Messe-Standkonzepts, der geplanten Bauteilbenennung(en), Bildmaterials (inkl. Angabe Bildunterschriften & Nennung der Bildquelle).

Beispiele für akzeptable und nicht akzeptable Wortwerbung

Nicht akzeptable Wortwerbung	Akzeptable Wortwerbung
<p>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).</p>	
	<p>02 Hinweis auf die Mercedes-Benz AG-Freigabe für Betriebsstoffe auf den Gebinden. Beispiel: „Öl, XYZ“, freigegeben nach Mercedes-Benz Betriebsstoffvorschriften, Blatt...“</p>
<p>03 „Der Mercedes unter den Büromaschinen, Waschmaschinen, Computern“ etc.</p>	
	<p>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.</p>
	<p>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.</p>
	<p>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.</p>

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 Compositings, 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. Unschädlich ist, dass der interessierte Laie erkennt, dass das Fahrzeug ein Mercedes-Benz Fahrzeug ist. Bildunterschrift und Bildquelle ist anzugeben.

<p>08 Darstellung mit blickfangmäßiger Verwendung unserer Markenzeichen und der Teilenummer.</p>	
<p>09 Abbildungen von Oldtimern, die an das Image von Mercedes-Benz anknüpfen.</p>	<p>09 Abbildung von Oldtimern, z. B. zur Darstellung der „alten Zeit“.</p>
<p>10 Abbildungen von Carl Benz und Gottlieb Daimler in einer Weise, die an das Image von Mercedes-Benz anknüpfen.</p>	<p>10 Abbildungen von Carl Benz und Gottlieb Daimler in einer Weise, die ausschließlich auf die Erfinderpersönlichkeiten Bezug nehmen.</p>