

## Daimler AG als Kundenreferenz

Uns erreichen immer wieder zahlreiche Anfragen unserer Geschäftspartner, die sich mit dem Thema Referenz-Nennung beschäftigen. Die Bandbreite solcher Anfragen ist groß: Angefangen davon, dass ein Partner unseren Unternehmensnamen (oder auch Markennamen) auf einer Kunden-Liste veröffentlichen möchte, über Case Studies u.ä., in denen gemeinsame Projekte eingehend beschrieben und veröffentlicht werden sollen, bis zu Pressemeldungen, die unsere jeweilige Geschäftsbeziehung zum Inhalt haben. Um Ihnen einen Überblick über unsere wichtigsten Anforderungen in diesem Zusammenhang zu geben, haben wir die wesentlichen Punkte zusammengefasst, die Sie bei einer geplanten Referenz beachten sollten.

**Dies ersetzt jedoch nicht die ausdrückliche Abstimmung und Freigabe im Einzelfall.**

### Nennung von Daimler als (Kunden-) Referenz

Bei der Nennung von Daimler als Referenz darf lediglich der Unternehmensname in gemischter Schreibweise, nicht aber die Marke/n unseres Hauses, wiedergegeben werden. Die Grundsätze des Verbots der anlehrenden Werbung sind zu beachten.

ABC GmbH  
Alit Venibh GmbH  
Daimler AG  
Onullut GmbH  
Vulputpat AG

ABC GmbH | Daimler AG |  
Onullut GmbH | Venibh GmbH |  
Vulputpat AG | Zibmn AG

Soll Daimler als Referenz in einer Broschüre, einem Web- oder einem Messeauftritt eines Lieferanten/Dienstleisters erwähnt werden, erfolgt die Nennung prinzipiell durch Abbildung des Unternehmensnamen „Daimler AG“ in gemischter Schreibweise (Groß-Kleinschreibung) und aus der Hausschrift des Lieferanten/Dienstleisters.

Farbliche und sonstige stilistische Hervorhebungen des Unternehmensnamen sind nicht erlaubt. Die Auflistung der verschiedenen Unternehmen sollte vorzugsweise in alphabetischer Reihenfolge stattfinden.

### Nutzung von Unternehmens- bzw. Markenzeichen der Daimler AG



Das Daimler-Unternehmenszeichen ist grundsätzlich den von Daimler initiierten Publikationen, Events, Messe- und Onlineauftritten vorbehalten. Die Benutzung des Daimler-Zeichens durch Dritte bedarf immer der schriftlichen Genehmigung. Die Nutzung sonstiger Marken-Logos des Daimler-Konzerns ist grundsätzlich nicht gestattet.

## Kommunikationsaktivitäten von Lieferanten und Dienstleistern mit Bezug zur Daimler AG und ihren Marken

Die Nennung von Daimler in eigenen Veröffentlichungen des Lieferanten/Dienstleisters, wie z.B. Case Studies im Internet, Beiträge in Mitarbeiter- oder Kundenmagazinen, Pressemitteilungen, bedarf immer einer konkreten Abstimmung und Freigabe im Einzelfall.

Grundsätzlich sollte – vor dem Hintergrund der anlehrenden Werbung – der Lieferant sich dabei jedoch darauf konzentrieren, seine eigenen Produkte und Dienstleistungen in den Vordergrund zu stellen, und weniger die Geschäftsbeziehung zur Daimler AG bzw. deren Produkte, Produktionsbedingungen, Anforderungen u.ä. darzustellen.

Grundlage für solche Kommunikationsaktivitäten ist selbstverständlich eine aktive sowie für beide Seiten erfolgreiche Lieferbeziehung. Die Daimler AG behält sich vor, nicht nur Form und Inhalt solcher Darstellungen im Einzelfall freizugeben, sondern ggf. auch eine grundsätzliche Zustimmung abzuwägen.

Um Ihnen exemplarisch einen Eindruck zu geben, welche Werbung von uns ggf. frei gegeben werden kann, haben wir im Folgenden einige Beispiele gesammelt:

### **Werbung:**

<b>Werbung, nicht akzeptabel</b>	<b>Werbung, akzeptabel</b>
1. Übernahme, auch ausschnittweise, von Daimler-Werbetexten, 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).	
	2. Hinweis auf die Daimler-Freigabe für Betriebsstoffe auf den Gebinden. Beispiel: „Öl, XYZ“, freigegeben nach Daimler-Betriebsstoffvorschriften, Blatt...“
3. „Der Mercedes unter den Büromaschinen, Waschmaschinen, Computern“ etc.	
	4. Rein textlicher, nicht blickfangmäßig hervorgehobener Hinweis darauf, dass ein Lieferant bestimmte Teile an Daimler zum Einbau in abgestimmte Produkte liefert; Daimler-Marken dürfen dabei nicht in Erscheinung treten.
	5. Rein textlicher, nicht blickfangmäßig hervorgehobener Hinweis eines Lieferanten, dass er in unseren Werken bestimmte Ausrüstungsgegenstände installiert hat; Daimler-Marken dürfen nicht verwendet werden.
	6. Referenzmäßige Anführung unseres Unternehmens in einer alphabetisch angeordneten Referenzliste. Unter dem Buchstaben „D“ kann dann der Name „Daimler AG“ aufgeführt werden. Bitte beachten: „Daimler“ darf nicht blickfangmäßig hervorgehoben sein.

## Nutzung von Bildmaterial der Daimler AG

Die Nutzung von Bildmaterial der Daimler AG (beispielsweise von der Media Site) für Referenzzwecke des Lieferanten/Dienstleisters bedarf der vorherigen Genehmigung. Gleiches gilt für die Verwendung sonstigen Bildmaterials, das Produkte oder Produktionsstätten/-anlagen der Daimler AG zeigt. Auch Fragen nach Verwendung von solchem Bildmaterial entscheiden wir vor dem Hintergrund des geltenden Marken-, Urheber- und Wettbewerbsrechts, daher auch dazu nachfolgend einige konkrete Beispiele, die Ihnen eine Einschätzung Ihres eigenen Vorhabens erleichtern sollen:

### ***Bildwerbung:***

<b>Werbung, nicht akzeptabel</b>	<b>Werbung, akzeptabel</b>
1. Die isolierte Verwendung unserer Markenzeichen und Markennamen in jedweder Verwendung, auch ähnlicher, verwechselbarer Marken.	
2. Präsentation von Fahnen, Spannbändern u.Ä. mit Daimler-Markenzeichen.	
3. 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, Daimler-Markenzeichen in jeder Einstellung sichtbar.	3. Abbildungen von Fahrzeugen, die nur einen untergeordneten Teil des Gesamtbildes darstellen, also nicht blickfangmäßig zu sehen sind; Fahrzeug als nicht hervorgehobener Bestandteil eines Compositings, Daimler-Marken dürfen nicht im Vordergrund stehen. Seitenansichten von LKWs sind zulässig, sofern Daimler-Marken nicht zu sehen sind, auch nicht auf den Felgen. Abbildungen von Fahrzeugen mit Daimler-Marken, wenn diese im Zusammenhang mit Räder-/Reifenwerbung verwendet werden, um den ästhetischen Eindruck des Produktes zu vermitteln.
4. Darstellungen des Innenraums oder der Armaturenanlage (einschl. Lenkrad) unserer Fahrzeuge mit erkennbaren Marken, z. B. auch Stern auf der Motorhaube.	4. Abbildungen von Fahrzeuginnenraum, Motorinnenraum, Kofferraum, von Motorenquerschnitten, von grafischen Zeichnungen, ohne dass Daimler-Marken zu sehen sind.
5. Fahrzeugabbildungen, Fahrzeugstrichzeichnungen (Ausnahme: Fahrzeugkonturen) für gewerbliche Zwecke, z. B. auf Geschäftsunterlagen, Webseiten, Multimediapräsentationen.	5. Abbildungen von Fahrzeugen, Innen- und Außenansichten, von Grafiken und Schaubildern mit erkennbaren Daimler-Markenzeichen dürfen in Sachbüchern (Auto-Technik), Schulbüchern (Illustration), Presse und Fernsehen abgebildet werden, sofern dadurch keine Geheimhaltungsinteressen berührt werden. Abbildungen, die in der Daimler-Werbung Verwendung finden, werden Dritten grundsätzlich nur dann zur Verfügung gestellt, wenn die zuständigen Kommunikationsabteilungen dies aus fachlicher Sicht für die Marke als nützlich ansehen.

6. Abbildung von Daimler-Werken (Mercedes-Benz u. a. einschließlich Zentrale), wobei blickfangmäßig unsere Marken zu sehen sind	6. Abbildung von Produktionsanlagen der Zulieferer, die in Daimler-Werken installiert sind, ohne dass Daimler-Marken bildlich in Erscheinung treten; Hinweis auf Daimler im Begleittext gestattet.
7. Blickfangmäßige Darstellung von Radkappen, Ersatzteilen, Zubehörteilen (technisch/nicht technisch) und Accessoires, wie beispielsweise Lenkräder, Fußmatten, Schlüsselanhänger, Putztücher, jeweils versehen mit unseren Markenzeichen.	7. 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.
8. Darstellung mit blickfangmäßiger Verwendung unserer Markenzeichen und der Teilenummer.	
9. Abbildungen von Oldtimern, die an das Image von Daimler anknüpfen.	9. Abbildung von Oldtimern, z. B. zur Darstellung der „alten Zeit“.
10. Abbildungen von Carl Benz und Gottlieb Daimler in einer Weise, die an das Daimler-Image anknüpfen.	10. Abbildungen von Carl Benz und Gottlieb Daimler in einer Weise, die ausschließlich auf die Erfinderpersönlichkeiten Bezug nehmen.