

# Mercedes-Benz AG als Referenznennung

---

Uns erreichen zahlreiche Anfragen unserer Geschäfts-/Zuliefererpartner, die sich mit dem Thema Referenznennung beschäftigen. Die Bandbreite solcher Anfragen ist groß, denn die Wertschätzung einer Marke zeigt sich auch daran, dass sie in der Werbung Dritter genutzt wird – von der prominenten Abbildung des Markenzeichens bis zur beiläufigen Nennung von Unternehmensnamen und Produkten.

Beispiele sind die Veröffentlichung unseres Markennamens auf einer Kunden-Liste, über Case Studies oder Ähnliches, in denen gemeinsame Projekte eingehend beschrieben und veröffentlicht werden sollen, bis zu Pressemeldungen, die unsere jeweilige Geschäftsbeziehung zum Inhalt haben.

Da stellt sich schnell die Frage, was rechtens ist und was nicht, was wir zulassen können und was wir unterbinden müssen. Um Ihnen einen Überblick über unsere wichtigsten Anforderungen für Referenzen, Bilder und Markenzeichen zu geben, haben wir die wesentlichen Punkte für Sie zusammengefasst.

Bitte beachten Sie diese bei einer von Ihnen geplanten Referenz. Berücksichtigen Sie bitte, dass die aufgeführten Beispiele nicht alle denkbaren Fälle abdecken. Die Beachtung und Umsetzung dieser Anforderungen ersetzt nicht die ausdrückliche Abstimmung und Freigabe im Einzelfall.

## Nennung der Mercedes-Benz AG als Referenz

### - Anforderungen

- Bei der Nennung der Mercedes-Benz AG als Referenz darf lediglich der Unternehmensname in gemischter Schreibweise wiedergegeben werden.
- Der Name Daimler/Daimler AG darf nicht wiedergegeben werden.
- Die Grundsätze des Verbots der anlehenden Werbung sind zu beachten.
- Soll die Mercedes-Benz AG als Referenz in einer Broschüre, einem Web- oder Messeauftritt eines Lieferanten/Dienstleisters erwähnt werden, erfolgt die Nennung prinzipiell durch Abbildung des Unternehmensnamens „Mercedes-Benz AG“ in gemischter Schreibweise (Groß-Kleinschreibung) und der Hausschrift des Lieferanten/Dienstleisters.
- Farbliche und sonstige stilistische Hervorhebungen des Unternehmensnamens sind nicht erlaubt. Eine Auflistung mehrerer Unternehmen als Referenz muss in alphabetischer Reihenfolge aller Kunden stattfinden.
- Eine Referenznennung ist frühestens 3 Monate nach Markteinführung des Fahrzeuges der Mercedes-Benz AG möglich. Starten Sie bei Bedarf die Referenzanfrage zu gegebenem Zeitpunkt.
- Referenznennungen zu Showcars und Fahrzeugstudien sind frühestens 9 Monate nach Vorstellung möglich und müssen zu gegebenem Zeitpunkt angefragt/ingereicht werden.
- Grundsätzlich ist auf Zitate von Mitarbeitern der Mercedes-Benz AG zu verzichten.
- Referenzanfragen, bei welchen Bauteile für Produkte der Mercedes-Benz AG auf einer Messe ausgestellt werden sollen, ist die genaue Bezeichnung in der Anfrage zu nennen.

## Nutzung von Unternehmens- bzw. Markenzeichen der Mercedes-Benz AG

Das Unternehmenszeichen Mercedes-Benz ist grundsätzlich den von Mercedes-Benz und Daimler initiierten Publikationen, Events, Messe- und Onlineauftritten vorbehalten.

Die Nutzung von Marken-Logos aller Unternehmensbereiche des Daimler-Konzerns ist grundsätzlich nicht gestattet.

## Kommunikationsaktivitäten von Lieferanten und Dienstleistern mit Bezug zur Mercedes-Benz AG und ihren Marken

Die Nennung von Mercedes-Benz 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.

Vor dem Hintergrund der anlehrenden Werbung muss sich der Lieferant grundsätzlich darauf konzentrieren, seine eigenen Produkte und Dienstleistungen in den Vordergrund zu stellen.

Grundlage für genannte Kommunikationsaktivitäten ist selbstverständlich eine aktive sowie für beide Seiten erfolgreiche und partnerschaftliche Geschäfts- und Lieferbeziehung.

Die Mercedes-Benz AG behält sich vor, Form und Inhalt im Einzelfall freizugeben oder abzulehnen.

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

Werbung, <u>nicht</u> akzeptabel	Werbung, akzeptabel
<p>1. Übernahme, auch ausschnittweise, von Mercedes-Benz und Daimler-Werbetexten, auch in abgewandelter Version.</p> <p>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>2. Hinweis auf die Mercedes-Benz/Daimler-Freigabe für Betriebsstoffe auf den Gebinden. Beispiel: „Öl, XYZ“, freigegeben nach Mercedes-Benz/Daimler-Betriebsstoffvorschriften, Blatt...“</p>
<p>3. „Der Mercedes unter den Büromaschinen, Waschmaschinen, Computern“ etc.</p>	

	<p>4. Rein textlicher, nicht blickfangmäßig hervorgehobener Hinweis darauf, dass ein Lieferant bestimmte Teile an Mercedes-Benz zum Einbau in abgestimmte Produkte liefert; Mercedes-Benz Marken dürfen dabei nicht in Erscheinung treten.</p> <p>5. Rein textlicher, nicht blickfangmäßig hervorgehobener Hinweis eines Lieferanten, dass er in unseren Werken bestimmte Ausrüstungsgegenstände installiert hat; Mercedes-Benz/Daimler-Marken dürfen nicht verwendet werden.</p> <p>6. Referenzmäßige Anführung unseres Unternehmens in einer alphabetisch angeordneten Referenzliste. Unter dem Buchstaben „M“ kann dann der Name „Mercedes-Benz AG“ aufgeführt werden. Daimler AG kann nicht angeführt werden.</p> <p>Bitte beachten: „Mercedes-Benz“ darf nicht blickfangmäßig hervorgehoben sein.</p>
--	--

## Nutzung von Bildmaterial der Mercedes-Benz/Daimler AG

Die Nutzung von Bildmaterial der Mercedes-Benz AG (beispielsweise von der Daimler Global Media Site) für Referenzzwecke des Lieferanten/Dienstleisters bedarf der vorherigen Genehmigung.

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

Grundsätzlich ist darauf zu achten, dass jedes angefragte Bild für eine Referenznennung mit einer Bildunterschrift zu versehen ist und in der Referenzanfrage anzugeben ist.

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

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

<b>Werbung, <u>nicht</u> akzeptabel</b>	<b>Werbung, akzeptabel</b>
<p>1. Die isolierte Verwendung unserer Markenzeichen und Markennamen in jedweder Verwendung, auch ähnlicher, verwechselbarer Marken.</p> <p>2. Präsentation von Fahnen, Spannbändern u.Ä. mit Mercedes-Benz/Daimler-Markenzeichen.</p> <p>3. Bild- bzw. seitenfüllende blickfangmäßige Abbildungen von z. B. Mercedes-Benz Fahrzeugen, insbesondere Abbildungen von freigestellten Fahrzeugen. Ansicht von vorn,</p>	<p>3. Abbildungen von Fahrzeugen, die nur einen untergeordneten Teil des Gesamtbildes darstellen, also nicht blickfangmäßig zu sehen sind; Fahrzeug als nicht hervorgehobener Bestandteil eines</p>

<p>schräg von vorn, von hinten, schräg von hinten, Mercedes-Benz Markenzeichen in jeder Einstellung sichtbar.</p>	<p>Composings, Mercedes-Benz Marken dürfen nicht im Vordergrund stehen.</p>
<p>4. Darstellungen des Innenraums oder der Armaturenanlage (einschl. Lenkrad) unserer Fahrzeuge mit erkennbaren Marken, z. B. auch Stern auf der Motorhaube.</p>	<p>4. Abbildungen von Fahrzeuginnenraum, Motorinnenraum, Kofferraum, von Motorenquerschnitten, von grafischen Zeichnungen, ohne dass Mercedes-Benz Marken zu sehen sind.</p>
<p>5. Fahrzeugabbildungen, Fahrzeugstrichzeichnungen (Ausnahme: Fahrzeugkonturen) für gewerbliche Zwecke, z. B. auf Geschäftsunterlagen, Webseiten, Multimediapräsentationen.</p>	<p>5. Abbildungen von Fahrzeugen, Innen- und Außenansichten, von Grafiken und Schaubildern mit erkennbaren Mercedes-Benz Markenzeichen dürfen in Sachbüchern (Auto-Technik), Schulbüchern (Illustration), Presse und Fernsehen abgebildet werden, sofern dadurch keine Geheimhaltungsinteressen berührt werden.</p> <p>Abbildungen, die in der Mercedes-Benz/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.</p>
<p>6. Abbildung von Mercedes-Benz/Daimler-Werken (einschließlich Konzernzentrale), bei welchen blickfangmäßig unsere Marken zu sehen sind.</p>	<p>6. Abbildung von Produktionsanlagen der Zulieferer, die in Mercedes-Benz/Daimler-Werken installiert sind, ohne dass Mercedes-Benz/Daimler-Marken bildlich in Erscheinung treten; Hinweis auf Mercedes-Benz/Daimler im Begleittext gestattet.</p>
<p>7. Blickfangmäßige Darstellung von Radkappen, Ersatzteilen, Zubehörteilen (technisch/nicht technisch) und Accessoires, wie beispielsweise Lenkräder, Fußmatten, Schlüsselanhänger, Putztücher, jeweils versehen mit unseren Markenzeichen.</p>	<p>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.</p>
<p>8. Darstellung mit blickfangmäßiger Verwendung unserer Markenzeichen und der Teilenummer.</p>	
<p>9. Abbildungen von Oldtimern, die an das Image von Daimler anknüpfen.</p>	<p>9. 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 Mercedes-Benz/Daimler-Image anknüpfen.</p>	<p>10. Abbildungen von Carl Benz und Gottlieb Daimler in einer Weise, die ausschließlich auf die Erfinderpersönlichkeiten Bezug nehmen.</p>