



Mercedes-Benz

お知らせ

**Press Information**

2010年7月7日

## メルセデス・ベンツ ブランドキャンペーンを実施

- ・ 新しいブランドスローガン「Das Beste oder nichts」
- ・ ブランドロゴのデザインを変更
- ・ 「メルセデスを体感するドイツの旅」が当たるオープン懸賞

メルセデス・ベンツ日本株式会社(以下 MBI、社長:ニコラス・スピークス、本社:東京都港区)は、本日よりメルセデス・ベンツの国際ブランドキャンペーンを日本で実施します。

キャンペーンは、ダイムラーAG の創業者のひとりであるゴットリープ・ダイムラーが遺したドイツ語の言葉「Das Beste oder nichts (ダス ベステ オーダー ニヒツ)」をブランドスローガンに、新聞、テレビ、インターネット、店頭、オープン懸賞を連動して展開します。「Das Beste oder nichts」は、妥協を排して完璧を目指す強い意志を表しており、メルセデス・ベンツブランドの基本理念として、メルセデスに関わる従業員ひとりひとりの判断や行動の指針となり、多くの革新的な技術や概念を生み出してきました。この言葉を、いま改めて対外的なコミュニケーションに用いることで、未来に向けて更なる革新に邁進するメルセデス・ベンツの姿勢を明確に示します。

また、最も有名なブランドロゴのひとつに数えられるメルセデス・ベンツのロゴマーク「スリーポイントドスター」には、今後は立体的で光沢感のあるデザイン表現が用いられるようになります。

なお、ブランドをより深くご理解頂くために、ルフトハンザ A380 ビジネスクラスで行く「メルセデスを体感するドイツの旅」に 5 組 10 名をご招待するオープン懸賞を実施いたします。(本日より 8 月 31 日までウェブサイト上で応募を受付。)

MBI では「Das Beste oder nichts」のブランドスローガンのもと、最高水準の製品・サービスをお届けすると共に、自動車を取り巻く環境問題にも積極的に取り組んでまいります。