



Markenkampagne „FOR“

„FOR“ a new urban joy in Schweizer Städten

Schlieren. Funktionalität, Innovation und Lebensfreude – dies sind die Markennwerte, die smart in sich vereint und so einzigartig macht. smart versteht sich als zukunftsorientierte, visionäre Marke, hinter der eine grosse Idee steckt. smart ist mehr als nur ein Auto; smart ist Ausdruck von urbaner Lebensfreude. Dies bringt die neue Markenkampagne zum Ausdruck, die unter dem Leitmotiv „FOR“ startet. „FOR“ steht für eine konstruktive, positive und optimistische Haltung, die die Welt verändern kann. „FOR“ ist aber auch ein Appell, nicht zu denen gehören zu wollen, die ständig nur „dagegen“ sind, sondern einen positiven Beitrag zu leisten: FÜR mehr Lebensqualität in der Stadt, FÜR mehr Platz, FÜR mehr Mobilität, FÜR mehr Lebensfreude. Diese Haltung steckt in den Genen der Marke smart. Die Kampagne in der Schweiz möchte zum Mitmachen anregen und einen Dialog fördern. Neben der internationalen Roadshow und der schweizweiten smart Exhibitions werden über zahlreiche Aktionen in Schweizer Städten die Inhalte der FOR Kampagne allen Interessierten näher gebracht.

„Mit der Markenkampagne ‚FOR‘ bringen wir die Haltung von smart zum Ausdruck und zeigen, was smart, unsere Mitarbeiter und natürlich die smart Fahrer bewegt“, so smart Chefin Dr. Annette Winkler. „smart ist viel mehr als ein Auto, smart war und ist eine grosse Idee für urbane Mobilität. Eine Idee, die sich nicht aufhalten lässt, weil sie den Status quo als Herausforderung versteht – und nicht als Hindernis. Eine Idee, die den grossen und kleinen Fragen des Stadtverkehrs mit einem Lächeln begegnet. Und mit Antworten, die das Leben in der Stadt jeden Tag aufs Neue einfacher, schöner und unbeschwerter machen.“

Mit der Markenkampagne wird eine neue Ära von smart eingeleitet, denn sie ist zugleich Vorbote der neuen Fahrzeuge von smart: Im Juli feierte der neue smart fortwo und der neue smart forfour ihre Weltpremiere. Die dritte Generation des smart fortwo ist in ihrem Erscheinungsbild progressiver geworden, dabei aber unverwechselbar smart geblieben: frisch, modern und selbstbewusst. Extrem kurze Überhänge an Front und Heck – diese charakteristischen Proportionen bieten hervorragende Übersichtlichkeit und Wendigkeit und erlauben, zusammen mit dem Heckmotor, eine Fahrgastzelle mit konkurrenzlos viel Platz auf kompaktem Raum. Der smart smart – eine Marke der Daimler AG

Presse-Information

Corporate Communications
8952 Schlieren, Schweiz

21. August 2014

Ansprechpartner:

Artur Demirci

Telefon:

+41 44 755 88 23

Mail:

artur.demirci@daimler.com

forfour übernimmt diese charakteristischen Designmerkmale und interpretiert damit das Thema Viersitzer völlig neu. Als intelligentes, urbanes Fahrzeug für vier Personen ergänzt er das smart Produktportfolio und zeigt mit frischem Design und innovativen Ideen, dass auch praktische Autos einen unverwechselbaren Charakter aufweisen können.

„FOR“ a new urban joy - Aktivitäten in Schweizer Städten

Ob als leuchtendes [Kunstwerk](#) oder mit weiteren überraschenden Below-the-Line-Aktionen – smart macht seit Anfang August während zwei Monaten in Schweizer Städten auf die FOR Botschaften aufmerksam. Ziel dieser Aktionen ist es, Lebensfreude im urbanen Umfeld zu vermitteln und die Liebe der Bevölkerung zu ihrer Stadt aufleben zu lassen.

„FOR“ auf allen Kommunikationskanälen

Die schweizweite smart Kampagne umfasst die drei wesentlichen Komponenten klassische Kommunikation, digitale Kommunikation und Social Media sowie eine Roadshow, die eng miteinander verknüpft sind.

Die klassische Kommunikation

Die klassischen Massnahmen kommunizieren mit starken, einprägsamen Bildern die Haltung der Marke smart, die wie keine andere für Lebensfreude in der Stadt steht. Ab Anfang September wird die Markenkommunikation in Form von Kino- und TV-Spots sowie Online-Massnahmen schweizweit in Erscheinung treten.

Der Markenfilm macht deutlich: smart war schon immer mehr als ein Automobilhersteller. smart ist eine grosse Idee für urbane Mobilität. Der Markenfilm verkündet FÜR was smart steht – FOR a new urban joy.

Online-Massnahmen erklären in kurzen Statements, welche FOR-Haltungen den Kern der Marke widerspiegeln:

- FOR being a pioneer.
- FOR challenging the status quo.
- FOR making room for the good stuff.
- FOR being optimistic.
- FOR loving the city.

Alle klassischen Kampagnenmassnahmen laden zur Teilnahme und Identifikation mit „FOR“ ein und verlinken auf die Plattform www.whatareyoufor.ch und den Hashtag „#WhatAreYouFOR“, die ein zentrales Element der Gesamtkommunikation bilden.

Wofür steht die Schweizer Stadtbevölkerung? Im Social Web startet die Markenkampagne den Dialog mit Nutzern, Fahrern und den Bewohnern der Städte. Mit der digitalen Plattform #WhatAreYouFOR animiert smart die Schweizer User, persönliche Botschaften zu verfassen und mit ihren Freunden zu teilen. Auf der Plattform dokumentieren zudem verschiedene Schweizer Persönlichkeiten als Local Heroes mit persönlichen #WhatAreYouFOR-Botschaften ihre Verbundenheit zu ihrer Schweizer Stadt. Sie formulieren Wünsche, Appelle oder Ideen und teilen ihre positive Haltung zu Themen, die Ihnen wichtig sind.

Auf einer Heatmap werden die aktuellen Botschaften dargestellt und zeigen so im Verlauf der Kampagne die positiven Impulse regional auf. Die generierten Statements werden regelmässig ausgewertet und im Zusammenhang mit einer europäischen Studie zum Thema Urbane Lebensfreude in Europa publiziert.

Nutzer können auch durch die Verwendung des Hashtags #WhatAreYouFOR auf Twitter aktiv an der Kampagne teilnehmen. Der Austausch über die digitalen Plattformen in der Schweiz dauert bis Ende des Jahres an.

smart Roadshow und Exhibitions in 8 Schweizer Städten

Ein wesentlicher Teil der Markenkampagne ist eine europaweite Roadshow, die vom 18. bis 20. September 2014 in Zürich Halt macht. smart lädt die Bewohner der Stadt ein, gemeinsam die Lebensfreude in ihrer Stadt zu feiern. Bei der Roadshow präsentiert smart seinen Besuchern ein vielfältiges Programm mit verschiedenen lokalen Künstlern live on stage, wie beispielsweise dem Zürcher Rapper „Skor“. Mit dem Fokus auf lokale Besonderheiten und Protagonisten weckt die Roadshow die Emotionen der Besucher und verknüpft diese mit der smart Haltung „FOR“.

Im Anschluss an die Roadshow in Zürich werden bis November 2014 die smart Exhibitions in weiteren sieben Städten der Schweiz durchgeführt. Die Stars der Exhibitions-Auftritte sind der neue smart fortwo und der neue smart forfour. Besucher können sich vor Ort ein Bild von den neuen Modellen machen und Probefahrten vereinbaren. Weitere interaktive Produkt- und Markeninformationen runden das Angebot der Exhibitions ab. Die smart Exhibitions finden an folgenden Daten statt:

Zürich	18.-20. September
Basel	25.-28. September
Lausanne	9.-11. Oktober
Bern	17.-18. Oktober
Luzern	28.-29. Oktober
Lugano	6.-8. November
Genf	13.-15. November
St. Gallen	21.-23. November

Weitere Informationen von smart sind im Internet verfügbar:

www.media.daimler.com, www.whatareyoufor.ch und www.smart.ch