

A wie Auszeichnung: Dr. Dieter Zetsche erhält den Award of Excellence 2012

Für eine erfolgreiche Markenbildung und seine unternehmerische Leistung ehrte der Club 55, die Europäische Gemeinschaft von Vertriebs- und Marketingexperten, den Vorstandsvorsitzenden der Daimler AG und Leiter von Mercedes Benz Cars, Dr. Dieter Zetsche, vergangene Woche in Palma de Mallorca.



Vizepräsident Wolf Hirschmann (li.) und Präsident Rudolf Obrecht (re.) gratulieren Dr. Dieter Zetsche zum AWARD OF EXCELLENCE 2012
(Foto: Doris Kuert)

Ein Tag vor dem ersten EM-Spiel der deutschen Fußball-Nationalmannschaft bot es sich für Dieter Zetsche mehr denn je an, beim Jahreskongress des Club 55 den aktuellen Werbetrailer des Unternehmens zur neue A-Klasse zu präsentieren. Die Message kam rüber: Es geht um Attraktivität und Angriff – für das Team von Jogi Löw und für die Mannschaft von Dieter Zetsche.

„Das Beste oder nichts“ war schon die Aussage von Gründervater Gottlieb Daimler, und so lautet auch die Markenbotschaft von Mercedes seit 2010. Dieter Zetsche steht voll und ganz hinter diesem „Versprechen“: „Das heißt nicht, dass wir immer in allem die Besten sind, doch dieser Ausspruch ist der Anspruch jedes Mitarbeiters in unserem Unternehmen“, so der Preisträger. Die Entwicklung der letzten Jahre spricht für den 59-jährigen Vorstandsvorsitzenden und sein Unternehmen. „Wir sagen immer dann *Der Mercedes unter den...*, wenn wir das Beste meinen“, führte Zetsche weiter aus.

Der Club 55 freut sich, dass Dr. Dieter Zetsche nun auch zu dem Kreis der Top-Manager gehört, die mit dem AWARD OF EXCELLENCE ausgezeichnet wurden. Es ist nicht nur die Anerkennung dafür, dass er den Weltkonzern in der Erfolgsspur hält, sondern vor allem honoriert der Club damit, dass Zetsche die Marke Mercedes Benz konstant geprägt und verbreitet hat. Zetsches Erklärung für die enorme Etablierung der Marke klingt einfach: „Das Produkt muss die Marke unterstützen, und die Marke muss dem Produkt helfen.“ In seiner Rede vor mehr als 80 Mitgliedern und Gästen nahm Dieter Zetsche Bezug auf das diesjährige Motto des Club 55-Kongresses „Inspiration. Innovation. Identität.“ und deklinierte diese Begriffe für sein Unternehmen durch.

„Der Mensch entscheidet immer mit Kopf, Herz und Bauch. Deshalb ist eine klare Identität die Voraussetzung für eine starke Marke“, so Dieter Zetsche im Interview mit Club 55-Vizepräsident Wolf Hirschmann. Die Werte, die er in Zusammenhang mit der Identität von Mercedes Benz anbringt, leuchten ein: Es geht um Faszination, es geht um Perfektion, und es geht um Verantwortung. Letzterer wird Zetsche als Vorstandsvorsitzender seit 2006 gerecht. Seine Art zu führen gilt als transparent, offen und zielorientiert. Der Erfolg spricht eine klare Sprache: 2011 verkaufte das rund 270.000-Mitarbeiter starke Unternehmen mehr Fahrzeuge als jemals zuvor. Daimler machte 106 Mrd. Euro Umsatz und über 6 Mrd. Euro Gewinn. Auch dank der starken Marke, für die es laut Zetsche vor allem Inspiration brauche.

An dieser Stelle lobt er besonders die Ingenieure und Designer, die dafür gesorgt haben, dass Mercedes Benz seine erfolgreiche Designstrategie seit sechs Jahren konsequent verfolgt. Das trägt dazu bei, dass auch der Absatz auf dem deutschen Markt, wo 75 Prozent aller Fahrzeuge produziert werden, konstant angekurbelt wird. „Wir wollen das Design emotionaler machen, ohne billig oder modisch zu werden, denn das würde nicht zu Mercedes passen“, so Zetsche.

So, wie die deutsche Fußball-Nationalmannschaft auf Attraktivität, Angriff und den EM-Sieg fokussiert ist, so will Dr. Dieter Zetsche die Daimler AG in den nächsten Jahren weiterhin an der Spitze der der Automobilbranche halten. Entgegen der Ansichten, die Nachfrage nach Fahrzeugen könnte in Zukunft zurückgehen, weiß Zetsche, dass es in seiner Branche nicht darum gehen wird, dass die Menschen Autos brauchen werden. Die Herausforderung bestehe darin, die Fahrzeuge weiterhin attraktiv und umweltfreundlich zu gestalten. So prognostiziert der diesjährige Preisträger des Club 55-AWARD OF EXCELLENCE: „Die besten Zeiten des Autos kommen noch.“ Zu seiner jüngsten Auszeichnung, die ihm Präsident Rudolf Obrecht feierlich überreichte, fügt er grinsend hinzu: „Meine Freude ist umso größer, weil ich für diesen Preis nicht ins Elfmeterschießen muss.“

CLUB 55

Die „European Community of Experts in Marketing and Sales CLUB 55“ wurde 1959 in Lugano gegründet und hat ihren juristischen Sitz in Genf in der Schweiz. Der CLUB 55 versteht sich als eine grenzübergreifende Vereinigung von Sales- und Marketing-Experten und bildet ein internationales Netzwerk für Trainer und Berater. Die meisten Mitglieder stammen aus Deutschland, der Schweiz, Österreich und Frankreich. Mehr Informationen unter www.club55-experts.com.

Kontakt:



Heike Reising
Marketing & Services
Dorfgasse 9
CH - 4710 Balsthal

Fon: 0041 (0)62 - 391 25 25
Fax: 0041 (0)62 - 391 24 74
E-Mail: presse@club55-experts.de
URL: www.club55-experts.com

Pressekontakt:

PS:PR

PS:PR Agentur für Public Relations

Petra Spiekermann
Uferstr. 39
D - 50996 Köln

Fon: 0049 (0)221 - 77 88 98 0
Fax: 0049 (0)221 - 77 88 98 18
E-Mail: info@pspr.de
URL: www.pspr.de