



CASE STUDY

# Events als Schlüssel zu nachhaltiger Markenfaszination

Erfahre, wie Mercedes-Benz Österreich am Fifteen Seconds Festival mit Live-Marketing Emotionen weckt, authentische Begegnungen schafft und neue Maßstäbe setzt





## Partnerschaft

Für jede Marke ist es entscheidend, Berührungspunkte zu schaffen, an denen sie ihre Produkte potenziellen Kund:innen näherbringen kann. Auch für Mercedes-Benz ist diese Product Experience integraler Bestandteil der Markenidentität. Am Fifteen Seconds Festival präsentiert sich das Unternehmen mit einem individuell gestalteten Expo-Booth, eigenen „Mercedes Benz Breakout Sessions“ sowie Probefahrten einer innovationsgeladenen Community und schafft mit dieser Präsenz Mehrwert in der relevanten Zielgruppe.

Branche:	Automobilindustrie
Ziele:	Markenpräsenz & Sichtbarkeit, Produkt-Promotion, Lead-Generierung, Netzwerk-Pflege
Integration:	Expo Booth, Track-Hosting, Probefahrten im Freigelände, Event-Branding, Kommunikation und Teilnahme

## Die Ziele

Hauptziel für Mercedes-Benz am Fifteen Seconds Festival ist das Produkterlebnis: Mit der sorgfältig in Szene gesetzten Präsentation von Showcars auf der Expo Area, dem spielerischen Erlebarmachen von innovativen Fahrzeug- Funktionalitäten und Probefahrten am Festival-Gelände werden Berührungspunkte für relevante Zielgruppen und potenzielle Kund:innen geschaffen. Diese speziell auf Events ausgerichteten Erlebnisse ermöglichen es Mercedes-Benz Österreich, Marke und Produkte für die Besucher:innen greifbar und erlebbar zu machen.



„In der Automobilbranche können wir immens viel an Emotion und Erfahrung transportieren. Doch dieses Gefühl entsteht nur, wenn die Menschen in unseren Fahrzeugen sitzen. Das volle Spektrum dessen, was ein Auto zu bieten hat, lässt sich digital einfach nicht erfassen.“



---

Michaela Burgstaller-Stritzinger, Director Marketing & Communications, Mercedes-Benz Österreich

Aufbauend auf dem Produkterlebnis vor Ort und der damit einhergehenden Lead-Generierung verfolgt Mercedes-Benz Österreich weitere spezifische Ziele auf dem Event: So wird die Festival-Umgebung auch zum Pflegen von Netzwerken und zur Ansprache potenzieller Talente genutzt. Nicht zuletzt stellt das Fifteen Seconds Festival außerdem einen Anreiz für das Team von Mercedes-Benz Österreich dar, dem im Rahmen der Veranstaltung nicht nur Möglichkeiten zur Weiterbildung, sondern auch ein außergewöhnliches Konferenz- Erlebnis geboten werden.

## Die Chance

Das Fifteen Seconds Festival eröffnet für Mercedes-Benz Österreich hervorragende Möglichkeiten, direkt mit der relevanten Zielgruppe in Kontakt zu treten und diese zum unmittelbaren Erlebnis der Fahrzeuge einzuladen, sei es auf der Expo Area oder bei Testfahrten am Gelände. Damit bietet das Festival eine effektive Plattform, um Interessent:innen zu erreichen und für die Marke zu begeistern – und das in einem von Neugierde und Innovationsgeist geprägtem Umfeld, in dem das Produkt-Erlebnis niederschwelliger und zwangloser ermöglicht werden kann als etwa im Schauraum eines Autohauses.

Auch der interdisziplinäre Charakter und die vielfältige inhaltliche Ausrichtung des Festivals wirken sich für Mercedes-Benz Österreich positiv aus: Sie helfen nicht nur



bei der Ansprache einer breit gefächerten, an Innovationen interessierten Zielgruppe anzusprechen, sondern ermöglichen auch den Dialog mit anderen Unternehmen und relevanten Entscheidungsträger:innen auf der Veranstaltung.

„Das Festival passt gut zu unserer Marke, da es uns ermöglicht, die nächste Generation von Führungskräften zu erreichen – jene innovativen Denker:innen, die etwas zu sagen haben und etwas verändern wollen. Das spiegelt sich in unseren eigenen Zielen als Marke wider, daher ist es uns wichtig, dass wir mit dieser Community in Berührung und ins Gespräch kommen.“



---

Michael Wolfgruber, Sponsoring & Event Management Specialist,  
Mercedes-Benz Österreich

## Rückblick & Ausblick

Mercedes-Benz Österreich ist bereits seit 2016 Partner am Fifteen Seconds Festival und wird auch 2024 wieder vertreten sein. Wie jedes Jahr werden dabei auch wieder Probefahrten vor Ort fixer Teil des Konzepts sein. Denn neben den überaus positiven Teilnehmer:innen-Reaktionen vor Ort sprechen auch die messbaren Zahlen – am Event generierte Leads, Anzahl der Probefahrten, auf diesem Weg angesprochene Kund:innen – für Mercedes-Benz Österreich eine klare Sprache.

Während das Probefahrtangebot im Kern unverändert seit Tag eins zum Festival-Partnerschaft von Mercedes-Benz gehört, wurde die Stand-Präsenz Jahr für Jahr weiterentwickelt: Denn das Fifteen Seconds Festival bietet für das Unternehmen eine effektive Storytelling-Bühne. Um diesem Benefit Rechnung zu tragen, investiert Mercedes-Benz zunehmend in den Standbau und das dahinterstehende Konzept.



Auf spielerische Weise erleben interessierte Teilnehmer:innen innovative Funktionen neuer Fahrzeugmodelle im Expo-Booth von Mercedes-Benz Österreich am Festival 2023

---

## Werde Partner:in auf Europas führender Zukunftskonferenz

Das Fifteen Seconds Festival hat seit 2014 zigtausende neugierige Geister in Graz vereint und rund 1.000 internationale Top-Speaker:innen nach Österreich gebracht. Vom Studierenden bis zum CEO: Bei uns lernt man heute, was es braucht, um morgen erfolgreich zu sein. Ob als Sponsor:innen, Aussteller:innen oder Speaker:innen auf einer unserer Bühnen: Seit zehn Jahren bringen wir global erfolgreiche Marken und Organisationen mit einer stetig wachsenden Community an neugierigen Köpfen aus allen Ecken der Welt zusammen.

[www.fifteenseconds.com/festival/partner-werden](http://www.fifteenseconds.com/festival/partner-werden)