



Presse-Information

Marketing-Club Schwarzwald-Baar auf Tour: Besuch des Daimler-Crash-Centers

Marketing-Club Schwarzwald-Baar informiert sich über die Entwicklung der Sicherheitssysteme beim schwäbischen Autobauer

Villingen-Schwenningen/Sindelfingen, 22. März 2011. Club-Präsident Prof. Alexander Doderer begrüßte bei der auswärtigen Club-Veranstaltung bei der Daimler AG in Sindelfingen rund 20 Mitglieder und Gäste des Marketing-Club Schwarzwald-Baar. Interessante Vorträge zur Fahrzeugsicherheit sowie die Besichtigung verschiedener Bereiche der Entwicklung der Sicherheitssysteme boten den Auto-interessierten Marketiers spannende und abwechslungsreiche Stunden

Nach einer gemeinsamen Busfahrt nach Sindelfingen und einem stärkenden Frühstück präsentierte die Daimler AG ihr umfassendes Konzept und die Umsetzung ihrer Sicherheitssysteme-Entwicklung. Letztendlich fokussiert sich alles auf die „Vision vom unfallfreien Fahren“. Zur Vorstellung gehörten auch einige Crash-Abläufe, die in Slowmotion gezeigt und entsprechend erläutert wurden. Crashtests sind noch heute die wichtigste Grundlage für alle Sicherheitsentwicklungen von Daimler. Seit den 1950er-Jahren führt Daimler systematisch Crashtests durch und leistet damit Pionierarbeit auf dem Gebiet der Automobilsicherheit. Interessant war die anschauliche Präsentation eines SLS AMG, der einen Crashtest hinter sich hatte.

Seit vielen Jahrzehnten arbeitet Daimler an der Verbesserung der Automobilsicherheit. Bis heute hat das Unternehmen eine Vielzahl von Technologien und Systemen auf den Markt gebracht, die die Sicherheit in allen Fahrzeugen von Daimler, ob Pkw oder Nutzfahrzeug, nachweislich erhöhen. Viele dieser Systeme sind mit der Zeit auch von anderen Herstellern übernommen worden. Dadurch ließen sich zahlreiche Unfälle vermeiden oder deren Folgen mindern. Die Daimler-Sicherheitslösungen kommen somit allen Verkehrsteilnehmern zugute.

Das Sicherheitskonzept von Daimler orientiert sich im Sinne der „Real Life Safety“-Philosophie am realen Unfallgeschehen. Seit 1969 untersucht das Unternehmen Unfälle auf deutschen Straßen und die Erkenntnisse daraus geben wichtige Impulse für die Entwicklung neuer Sicherheitssysteme. Jede von Daimler produzierte Fahrzeugreihe, ob Pkw, Lkw, Bus oder Transporter, wird von einer Unfallforschungsabteilung betreut.



Presse-Information

Ein weiterer Schwerpunkt in der Fahrzeugsicherheit sind die sogenannten passiven Systeme. Dazu gehören bspw. die Sicherheitszelle, Rückhaltesysteme wie Gurt und Airbag, PRE-SAFE® als präventives Insassenschutzsystem für Pkws, der Spurassistent, der Attention Assist der den Sekundenschlaf überwacht sowie weitere Assistenten-Systeme.

Weiter ging der Besuch mit der Besichtigung der Materialprüfung. Erläutert wurde der Ablauf der Materialprüfung - von der Idee, über die Prüfung von Einzelkomponenten bis hin zum ersten Testfahrzeug. Vor dem Start des Testbetriebs werden die Fahrzeuge auf der "Heidestrecke" geprüft (auch Heide-Dauerlauf genannt). Der Begriff kommt aus den Anfängen der Testversuche für Fahrzeuge in den 50er Jahren des letzten Jahrhunderts, die in der Lüneburger Heide durchgeführt wurden. Interessant für die Marketing-Club-Besucher zu sehen war eine – leider – abgedeckte neue S-Klasse auf dem Prüfstand. Die Dynamik im Testablauf, die auf ein solches Fahrzeug einwirkt, wurde in beeindruckender Simulation dargestellt. Erst wenn alle vorgeschriebenen Tests bestanden sind, erhalten die Fahrzeuge die Freigabe für die Testfahrten.

Den Abschluß fand die Marketing-Club-Veranstaltung in den Klimaprüfständen. Besichtigt wurden die Varianten „kalt“ (-20 Grad) und „warm“ (+40 Grad). Hier wird getestet, ob die Fahrzeuge die Vorgaben erreichen, die der Gesetzgeber vorschreibt. Bspw. in welcher Zeit im Winter vereiste Scheiben frei sind.

Bei einem anschließenden gemeinsamen Mittagessen wurden die Erlebnisse noch eingehend diskutiert und vertieft.

Spannendes Programm für Marketing-Interessierte

Auch in diesem Jahr hat der Marketing-Club Schwarzwald-Baar wieder viel vor. Das hochwertige Programm wartet in gewohnter Qualität auf die Teilnehmer der Veranstaltungen. Wie immer sind Gäste herzlich willkommen.

Neuromarketing, also die Frage was uns der Blick in das Gehirn des Kunden bringt, ist Thema des Marketing-Club-Abends am 11. April im Donaueschinger Carlton-Hotel.

Ein Besuch beim Traditionsbetrieb „Faller“, dem Gütenbacher Spezialisten für Häuslebau für Modelleisenbahnen steht dann am 16. Mai auf dem Programm.

Den Programmabschluß im ersten Halbjahr bildet dann das beliebte Sommerfest des Marketing-Club am 20. Juni.

Anmeldungen und weitere Infos zu allen Veranstaltungen gibt es bei Carolin Doderer im Club-Sekretariat unter info@mc-sb.de oder per Telefon 0 77 21/50 23 27.



Presse-Information

Pressefotos – Bildunterschriften

Bild 1:

Die 20 Mitglieder und Gäste des MCSB erlebten einen spannenden Tag bei der Daimler AG in Sindelfingen.

Bild frei zur Veröffentlichung

Foto: Daimler AG, Sindelfingen

Abdruck frei, Belegexemplar erbeten.

Über den Marketing-Club Schwarzwald-Baar (www.mc-sb.de):

Der Marketing-Club Schwarzwald-Baar e.V. wurde im September 2006 als einer von ca. 65 Clubs des Deutschen Marketing-Verbandes gegründet und hat heute rund 90 Mitglieder verschiedenster Branchen. Unter dem Dach des Deutschen Marketing-Verbandes versammeln sich weit mehr als 13.000 Mitglieder. Damit stellt der Deutsche Marketing-Verband nicht nur die größte deutsche Marketingorganisation, sondern auch die älteste, denn der Verband existiert seit 1956.

Marketing-Clubs stehen für regelmäßige Begegnung mit Frauen und Männern, die professionell mit Marketing zu tun haben, und das in der Regel auch in leitender Position. Marketing-Clubs stehen aber auch für Information, Meinungsaustausch und Diskussion zu verschiedensten Management- und Marketing-Themen. Dabei finden die monatlichen Veranstaltungen an unterschiedlichsten Orten in der Region und in unterschiedlichsten Formen statt. Von der Podiumsdiskussion bis zur Betriebsbesichtigung mit anschließender Vorstellung der jeweiligen Marketing-Philosophie gibt es alles. So gesehen ist der Marketing-Club Schwarzwald-Baar nicht nur die zentrale, branchenbezogene Begegnungsplattform für die Region, sondern verbindet vielmehr die Region aktiv mit den Marketing-Ballungsräumen wie z. B. München, Düsseldorf, Frankfurt, Berlin oder Hamburg. Selbstverständlich gibt es im Marketing-Club Schwarzwald-Baar auch Mitglieder, die nicht direkt im Marketing tätig sind, wohl aber dessen Bedeutung für ein erfolgreiches Geschäft überhaupt kennen: Unternehmerinnen und Unternehmer, Vertriebsleute, Personalleiter, Banker, Einzelhändler, Handwerker usw.

Über die Daimler AG (www.daimler.com):

Der Daimler-Konzern ist mit seinen Geschäften Mercedes-Benz Cars, Daimler Trucks, Daimler Financial Services sowie Mercedes-Benz Vans und Daimler Buses ein weltweit führender Anbieter von Premium-Pkw und der größte Hersteller von schweren und



Marketing-Club Schwarzwald-Baar e.V.

Presse-Information

mittelschweren Lkw. Daimler Financial Services bietet zudem ein umfassendes, automobilnahes Finanzdienstleistungsangebot.

Kontakt:

Carolin Doderer
Geschäftsstellenleiterin
Marketing-Club Schwarzwald-Baar
Robert-Bosch-Straße 9
D - 78048 VS-Villingen
Tel: +49 (0) 7721-50 23 27
Fax: +49 (0) 7721-84 21 33
info@mc-sb.de
www.mc-sb.de

Antje Häcker
Vorstand PR und Öffentlichkeitsarbeit
Marketing-Club Schwarzwald-Baar
Robert-Bosch-Straße 9
D - 78048 VS-Villingen
Tel: +49 (0) 7721-50 23 27
Fax: +49 (0) 7721-84 21 33
info@mc-sb.de
www.mc-sb.de