

# Mainz

DAS MAGAZIN IHRER MERCEDES-BENZ NIEDERLASSUNG  
FRÜHJAHR 2019

**DIE NEUE  
B-KLASSE**  
JETZT LIVE  
ERLEBEN



## Süßes verlangen

Das Café Nolda wird 100 Jahre alt

## GEHÖRT ZUR FAMILIE

Die neue B-Klasse: noch dynamischer, agiler und sicherer



## Ehrliche Haut

Stitch macht Tattoos  
salonfähig



## Macher mit Wohngefühl

Frischer Wind für die vier Wände

Mercedes-Benz

Die Niederlassungen





SÜSSES VERLANGEN 04  
Das Café-Nolda wird 100 Jahre alt

24 EHRLICHE HAUT  
Stitch macht Tattoos salonfähig



16 NEUVORSTELLUNGEN  
GLA, V-Klasse,  
Mercedes-Maybach S-Klasse



23 GLANZLICHTER SETZEN!  
Almaron angelt Kunden aus dem Netz



26 MACHER MIT WOHNGEFÜHL  
Frischer Wind für die vier Wände

# INHALT

FRÜHJAHR 2019

COLLECTION

**FAMILIENSPASS** ..... 18  
Produkte aus der Mercedes-Benz Collection

SERVICE

**KONNEKTIVITÄT** ..... 20  
Mercedes me Adapter und App

SERVICE

**REIFENSCHUTZ** ..... 21  
Bei Reifenschäden nicht das Nachsehen haben

NEWS

**STUDIE VISION URBANETIC** ... 22  
Neues aus der Welt von Mercedes-Benz

## MAINZER HIGHLIGHT

VON JULIA EWERT,  
CENTERLEITUNG  
MERCEDES-BENZ MAINZ



In dieser Ausgabe widmen wir gleich in mehreren Beiträgen Handwerk. Die Porträts zeigen unsere Kunden mit der Zeit, egal ob ihr Betrieb noch jung oder bereits seit 100 Jahren reich in Mainz mitmischl.

Den leckeren Torten im Café kann kaum einer widerstehen, uns öffnete der Familienbetrieb seine Backstube. **Seite 04**

Bei Stitch in Bretzenheim wird Handwerk praktiziert, das an Haut geht: Hier gasfieren Meister der Tätowierkunst. **Seite 24**

Lust auf einen Tapetenwechsel? Die Macher von Maler Wohn bringen frischen Wind in Ihre Wände. **Seite 26**

Weitere spannende Geschichten lesen Sie in unserem Webmagazin [www.niederlassungsmagazin-mercedes-benz.de/mainz](http://www.niederlassungsmagazin-mercedes-benz.de/mainz). Viel Spaß dabei!

**Kontakt**  
Mercedesstraße 1  
55128 Mainz-Bretzenheim  
Telefon: 06131 367-0  
[info-mainz@daimler.com](mailto:info-mainz@daimler.com)  
[www.mercedes-benz-mainz.de](http://www.mercedes-benz-mainz.de)  
<http://mb4.me/magazin-mz>  
<http://mb4.me/social-mz>  
[www.facebook.com/MercedesBenzMainz](https://www.facebook.com/MercedesBenzMainz)  
[www.facebook.com/Transporte](https://www.facebook.com/Transporte)

### IMPRESSUM

Mercedes-Benz Mainz – das Kundenmagazin Ihrer Mercedes-Benz Niederlassung | Herausgeber: Daimler AG | Mercedesstraße 137 | 70372 Stuttgart  
Verantwortlich für den Herausgeber: Sabine Pflanz, Carina Zepfner | Publications Manager: Erika Fachertscher ([kundenmagazin@daimler.com](mailto:kundenmagazin@daimler.com)) | Redaktion Mercedes-Benz Mainz: Herta Wenzel | Realisation: TERRITORY CTR GmbH | Carl-Beckmann-Straße 33 | 33111 Gütersloh | [www.territory.de](http://www.territory.de) | Gesamtprojektleitung: Marc Felsa (V.S.) | Projektmanagement: Ingrid Wenzel | Chefredaktion: Armin Hertz | Art-Direktion: Lutz Heiser | Redaktion: Peter Niederrig | Grafik: Ingrid Wenzel | Anzeigenleitung: René Pfeil (Tel. 05241 33480-197) | Druck: Mohn Media Montanari GmbH, 33111 Gütersloh | Fotos: Daimler AG, Alex Kraus, Ole Anders, Marc Götz, HANDELMARKETING, marketing GmbH / Stefan Schuler, Peter Tschirner/Verband / Marcus Geyer, Peter Tschirner/Verband / A. Leininger, Peter Schuler/Griff / Berndt, Klemm, Bert Müller, Investitionsmarketinggesellschaft Sachsen-Anhalt mbH / Hans-Joachim Meißner/Verband  
Die abgebildeten Modelle können auch als Sonderausstattungen, die nicht zum Serienmodell (Lieferumfang) gehören, Änderungen in Konstruktion und Ausstattung sowie technische Werte unterliegen. Alle Preise verstehen sich inkl. 19 % MwSt. (wenn nicht anders angegeben), Diskontos, Leasing und Änderungen vorbehalten.  
Die angegebenen Werte wurden nach dem vorgeschriebenen Messverfahren ermittelt. Es handelt sich um die „NEED-TO-DRIVE“-Werte (L5 u. d. L7) in Abhängigkeit von der Leistungsausstattung (EU) 2017/1154. Die Kraftstoffverbräuche wurden auf Basis dieser Werte ermittelt. Die Angaben beziehen sich nicht auf ein einzelnes Fahrzeug und sind nicht Bestandteil des Angebots, sondern dienen allein Vergleichszwecken zwischen verschiedenen Fahrzeugtypen. Die Werte variieren in Abhängigkeit von der gewählten Sonderausstattung. Weitere Informationen zum offiziellen Kraftstoffverbrauch und zu den offiziellen CO<sub>2</sub>-Emissionen neuer Personenkraftwagen können dem „Leitfaden über den Kraftstoffverbrauch, die CO<sub>2</sub>-Emissionen und den Stromverbrauch neuer Personenkraftwagen“ entnommen werden, das an allen Verkaufsstellen und bei der DLR (Deutscher Automobil Club) (www.dlr.de) unter [www.dlr.de](http://www.dlr.de) erhältlich ist.  
Anbieter: Daimler AG, Mercedesstraße 137, 70372 Stuttgart  
Partner von DLR: Daimler AG, vertreten durch Mercedes-Benz PKW Vertrieb GmbH, Niederlassung Mainz, Mercedesstraße 1, 55128 Mainz



Alexander Malko (rechts) hat Almaron 2012 mit einem Partner gegründet. Alvin Edwards (links) ist bei dem Unternehmen aus Kassel als Geschäftsführer angestellt und fährt Mercedes-Benz.

# GLANZLICHTER SETZEN!

Online Agenturen wie Almaron stellen sicher, dass man als kleiner Betrieb nicht durch die Maschen des großen weiten Internets fällt.

**Was macht eine Online Marketing Agentur?**

**Alvin Edwards:** Auf den Punkt gebracht: Wir machen Unternehmen erfolgreicher, indem sie im Internet sichtbar werden.

**Alexander Malko:** Unser Schwerpunkt ist, Inhalte auf Webseiten so aufzubereiten, dass sie von den Suchmaschinen gefunden werden und bei den Suchergebnissen möglichst weit oben stehen. Unsere Hauptzielgruppe sind dabei kleine und mittelständische Unternehmen.

**Aber geht man nicht gerade als kleines Unternehmen im Internet unter? Die Konkurrenz im weltweiten Netz ist doch riesig.**

**Alexander Malko:** Genau das ist die Herausforderung. Aber das Ziel besteht ja nicht darin, bei allen Nutzern einer Suchmaschine ganz oben zu landen und auf diese Weise möglichst viele Besucher auf seine Seite zu lenken. Es geht darum, genau jene Interessenten zu erreichen, die für mich als potenzielle Kunden relevant sind. Daran werden wir gemessen.

**Also sollte ich beispielsweise als Metzgerei bei Anfragen möglichst weit vorne stehen, die eine Metzgerei mit Partyservice in Mainz suchen. Aber wie gelingt das?**

**Alexander Malko:** Wenn wir über Suchmaschinen sprechen, reden wir vor allem über Google, das mit einem Marktanteil um die 90 Prozent das Maß aller Dinge ist. Google hat den Anspruch, seinen Nutzern die besten Ergebnisse zu liefern. Unsere Aufgabe besteht darin, auf einer Website für betreffende Suchbegriffe möglichst relevante Inhalte zu liefern.

**Alvin Edwards:** Es gibt rund 200 Parameter, die darüber entscheiden, wo eine Seite in den Suchergebnissen landet. Die Relevanz der Inhalte ist nur einer davon. Ein anderer Aspekt ist etwa, wie schnell die Website geladen wird.

**Klingt einfach. Aber vermutlich ist es für ein internationales Unternehmen wesentlich leichter, spannende Inhalte zu liefern als für den Handwerksbetrieb um die Ecke.**

**Alvin Edwards:** Das mag sein. Aber auch die

## ALMARON

Die Online Marketing Agentur unterstützt Unternehmen bei der Akquis von Neukunden im Internet. Schwerpunkt ist die lokale Suchmaschinenoptimierung für Klein- und Mittelständler. Als offizielle Google-Partneragentur hilft Almaron aber auch dabei sogenannte Google-Ads-Kampagnen zu optimieren, damit sich die bezahlten Werbezeigen auszahlen. Seit der Gründung 2012 hat Almaron mehr als 1.500 Projekte betreut und beschäftigt inzwischen rund 40 Mitarbeiter.

[www.almaron.de](http://www.almaron.de)

kleine Metzgerei hat etwas zu erzählen. Man muss sein Geschäft einfach mal durch die E-potenzierter Kunden betrachten und sich fragen, welche Inhalte für sie interessant sind.

**Muss man denn als kleine lokale Firma überhaupt im Internet vertreten sein?**

**Alvin Edwards:** Auf jeden Fall! Das ist wie in einem Boot in einem reißenden Fluss: Wer nicht rudert, treibt ab. Diese Gefahr sehen gerade bei älteren Unternehmen.

**Alexander Malko:** Solche Unternehmen werden verdrängt. Aber wir merken, dass die Nachwuchsgeneration nachzieht. Online Marketing hat einen großen Vorteil gegenüber klassischer Werbung: Ihr Kunde hat bereits aktiv die Entscheidung getroffen, sich auf die Suche zu begeben. Nun muss er nur noch genau Sie finden.