

Initiativen in Sport und Kultur für Frauen

Chancengleichheit für Frauen -Internationaler Weltfrauentag-

Stuttgart (BW). Zum Internationalen Frauentag würdigt Mercedes-Benz die Leistungen und Errungenschaften von Frauen weltweit und bekräftigt zugleich das langjährige Engagement für Chancengleichheit. Das Unternehmen unterstreicht zum 8. März unter anderem seine Initiativen in Sport und Kultur, um weibliche Talente in den Fokus zu rücken und Mädchen und Frauen weltweit zu inspirieren. Mercedes-Benz engagiert sich durch Initiativen in Sport und Kultur für Frauen mit Tennisstar Coco Gauff hebt die Bedeutung weiblicher Vorbilder hervor. In der Kooperation „Driven by Her“ mit der Medienplattform CultedXO fördert MB die weibliche Kreative.



in kulturell relevanten Content zu übersetzen.

Kampagne mit Coco Gauff als starke Stimme ihrer Generation

Eine Markenkampagne ist Auftakt der Partnerschaft mit der 21-jährigen Tennisspielerin Coco Gauff, die seit Dezember 2025 neue globale Markenbotschafterin von Mercedes-Benz ist. Mit bereits zwei Grand-Slam-Einzeltiteln und einem Grand-Slam-Doppeltitel gilt Gauff heute als eine der herausragendsten Athletinnen ihrer Generation. Mercedes-Benz würdigt ihren anhaltenden Einfluss auf dem Tennisplatz und auf nachkommende Sporttalente mit einer Social-Media-Kampagne, die am Weltfrauentag erstmals ausgespielt wird. Coco ist ein eindrucksvolles Beispiel für weibliche Vorbilder, eine inspirierende globale Botschafterin und weibliche Stimme ihrer Generation.

Mercedes-Benz hat mit dem Aufbau einer langfristigen Partnerschaft mit der Women's Tennis Association (WTA) ein starkes Zeichen für den internationalen Tennissport gesetzt. Seit Januar dieses Jahres ist Mercedes-Benz der Premier Partner und Exclusive Automobile Partner der WTA. Gemeinsam verfolgen sie das Ziel, Frauentennis weiter zu fördern, um dessen Einfluss, Sichtbarkeit und Stellenwert weiter zu steigern.

„Driven by Her“: Sichtbarkeit für weibliche Kreative in Zusammenarbeit mit CultedXO

Zum Internationalen Frauentag startet zudem die Kooperation „Driven by Her“ mit der Plattform CultedXO, einer jungen Medienmarke mit Fokus auf Community und Kultur. Die Kampagne ist inspiriert vom Pioniergeist von Bertha Benz, die mit ihrer legendären Pionierfahrt im Patent-Motorwagen ihres Ehemanns Carl Benz dem Automobil zum Durchbruch verhalf. Vier aufstrebende Kreative erhielten die Chance, technologische Innovationen von Mercedes-Benz durch ihre eigene Linse kreativ zu interpretieren und

365 Tage im Jahr: Frauen bei Mercedes-Benz

Das Engagement und die Initiativen sind Ausdruck der Haltung von Mercedes-Benz: Das Unternehmen möchte das Potenzial hochqualifizierter weiblicher Fach- und Führungskräfte nutzen und mehr Frauen und Mädchen für technische Berufsfelder begeistern. Das Unternehmen beteiligt sich beispielsweise an zahlreichen Berufs- und Informationstagen, bei denen insbesondere Mädchen und junge Frauen Einblicke in technische Berufe erhalten. Mercedes-Benz ist außerdem Partnerunternehmen der Hacker School – einer gemeinnützigen Organisation in Deutschland mit dem Ziel, Kinder und Jugendliche für das Programmieren zu begeistern. Ein Schwerpunkt liegt dabei ausdrücklich darauf, Mädchen die IT-Welt zugänglich zu machen. Um aufzuzeigen, welche Karrierewege in der Automobilbranche möglich sind, braucht es außerdem Vorbilder. Diese finden weibliche Nachwuchskräfte auch innerhalb des Unternehmens: Weltweit sind 26,7 Prozent der leitenden Führungskräfte bei Mercedes-Benz Frauen.

Text, Fotos: Mercedes-Benz AG

