

Pressemitteilung

Stuttgart, 27. Juni 2025

MAHLE erfolgreich beim German Brand Award 2025

- MAHLE gewinnt den GOLD-Preis in der Kategorie „Branded CSR Activities – Environmental“ für Engagement in Nachhaltigkeit und Markenführung
- Vier weitere WINNER-Auszeichnungen, darunter für „MAHLE Workshop Heroes“-Kampagne und die Kommunikation zum bionischen Lüfter
- Auszeichnungen würdigen die innovative Markenkommunikation und nachhaltige Transformation von MAHLE

Der Automobilzulieferer MAHLE erhält beim diesjährigen German Brand Award sowohl einen GOLD-Preis in der Kategorie „Branded CSR Activities – Environmental“ als auch vier WINNER-Auszeichnungen in verschiedenen Kategorien. Der GOLD-Preis würdigt herausragendes Engagement für Nachhaltigkeit und Markenführung von MAHLE, vor allem die strategische Integration von Nachhaltigkeit entlang der gesamten Wertschöpfungskette und eine transparente Kommunikation ökologischer sowie sozialer Initiativen. Zusätzlich überzeugte MAHLE mit innovativen Projekten, darunter die Kampagne „MAHLE Workshop Heroes“, die durch ihre kreative Hollywood-Ästhetik und digitale Umsetzung hervorstach, sowie die Kommunikation zur Einführung des bionischen Lüfters, der durch eine Social-Media-Kampagne mit einer Eule als Symbol für leise Effizienz erfolgreich inszeniert wurde. Die Auszeichnungen bestätigen MAHLEs starke Markenstrategie und sein Engagement für ressourcenschonende, nachhaltige Mobilität.

GOLD für Nachhaltigkeit in der Markenführung

In ihrer Begründung des GOLD-Preises in der Kategorie „Branded CSR Activities – Environmental“ hob die Jury hervor, dass MAHLE eindrucksvoll demonstrierte, wie verantwortungsvolle Markenführung und Nachhaltigkeit auf harmonische Weise zusammenwirken können.

Mit Technologien wie bionischen Kühlplatten und Lösungen für alternative Antriebe setzt MAHLE neue Maßstäbe für ressourcenschonende Mobilität. Die CO₂-Reduktion gehört zu den fünf Strategiezielen des Konzerns. Das EcoVadis-Rating zählt MAHLE zu den 10 Prozent der leistungsstärksten

Automobilzulieferer weltweit – ein Beweis für die Wirksamkeit der nachhaltigen Maßnahmen des Konzerns.

WINNER für Markenstrategie und Innovation

Darüber hinaus erhielt MAHLE vier Auszeichnungen als WINNER in verschiedenen Kategorien:

Brand Impact of the Year in der Kategorie Excellence in Brand Strategy and Creation für die starke Wirkung der Markenstrategie im Kontext nachhaltiger Transformation.

Brand Communication – 360° Campaign für die Kampagne “MAHLE Workshop Heroes”, die Mechanikerinnen und Mechaniker in Kfz-Werkstätten als Helden würdigt. Zur Automechanika 2024 in Frankfurt am Main gestartet und inspiriert von Film-Blockbustern, setzt sie Werkstattteams mit Produkten und Services von MAHLE Lifecycle und Mobility in Szene. So zählen „The Thermonator“, „The Filter and the Furious“ oder „Diagnostix Reloaded“ zu den insgesamt 15 Motiven, die seitdem über verschiedene Kanäle ausgespielt werden. Die Jury hob hervor, dass durch eine breite Produktinszenierung eine kreative und zielgruppengerechte Umsetzung gelang, die digitale Formate wirkungsvoll integrierte.

Excellence in Brand Strategy and Creation –für Social Media und für Brand Innovation of the Year für die Markteinführung eines bionischen Lüfters, den MAHLE speziell für Elektro- und Brennstoffzellenfahrzeuge entwickelt hat. Inspiriert von den Federschwingen der Eule, einem der leisesten Vögel, zeichnet sich der Hochleistungslüfter durch eine extreme Geräuschreduktion um mehr als die Hälfte der Schalleistung aus. Zusätzlich bietet er einen um 10 Prozent höheren Wirkungsgrad und eine um 10 Prozent geringere Masse im Vergleich zu herkömmlichen Lüftern. Die begleitende Social-Media-Kampagne mit der Eule als Symbol für leise Effizienz überzeugte die Jury durch visuelle Klarheit, strategische Planung und eine emotionale Ansprache.

Der German Brand Award ist ein renommierter Preis für Markenführung, der seit 2016 jährlich von der Stiftung „Rat für Formgebung“ in über 60 Kategorien vergeben wird. Eine unabhängige Jury von Experten aus Wirtschaft, Wissenschaft und Agenturen bewertete in diesem Jahr über 1.300 Einreichungen aus 19 Ländern. Ziel des Awards ist es, Marken zu fördern, die Verantwortung übernehmen und Wandel mitgestalten.

Hinweis für die Redaktionen: Diese Pressemitteilung und das begleitende Bildmaterial finden Sie unter <https://newsroom.mahle.com/press/de/>.

Bildrechte: MAHLE GmbH



Photovoltaik-Anlagen tragen bei MAHLE zur CO₂-Reduzierung an den Standorten bei



Insgesamt 15 Filmtitel sind bisher in Motive für die MAHLE Workshop Heroes-Kampagne überführt worden



Die Visualisierung des bionischen Lüfters mit der Eule führte zu zahlreichen Interaktionen in den Sozialen Medien

Ansprechpartner in der MAHLE Kommunikation:

Kerstin Lau

Leiterin Media Relations

Telefon: +49 173 6180 956

E-Mail: kerstin.cynthia.lau@mahle.com

Manuela Höhne

Leiterin Kommunikation

Telefon: +49 173 3180 217

E-Mail: manuela.hoehne@mahle.com

Über MAHLE

MAHLE ist ein international führender Entwicklungspartner und Zulieferer der Automobilindustrie mit Kunden sowohl im Pkw- als auch im Nutzfahrzeugsektor. Der 1920 gegründete Technologiekonzern arbeitet an der klimaneutralen Mobilität von morgen mit Fokus auf die Strategiefelder Elektromobilität und Thermomanagement sowie weiterer Technologiefelder zur Verringerung des CO₂-Ausstoßes, zum Beispiel Brennstoffzelle oder hoch effiziente, saubere Verbrennungsmotoren, die auch mit synthetischen Kraftstoffen oder Wasserstoff betrieben werden. Jedes zweite Fahrzeug weltweit ist heute mit MAHLE Komponenten ausgestattet.

MAHLE hat im Jahr 2024 einen Umsatz von 11,7 Milliarden Euro erwirtschaftet. Das Unternehmen ist mit knapp 68.000 Beschäftigten an 135 Produktionsstandorten und 11 Technologiezentren in 28 Ländern vertreten. (Stand 31.12.2024)

#weshapefuturemobility