



Mercedes-Benz

Presse-Information

10. Dezember 2025

Auf der Weltbühne des Tennis: Mercedes-Benz und WTA geben langfristige Partnerschaft bekannt

- Mercedes-Benz wird ab 2026 Premier Partner und Exclusive Automobile Partner der Women's Tennis Association (WTA)
- Ziel der langfristigen Zusammenarbeit ist die gemeinsame Förderung sowie Steigerung der Sichtbarkeit des Frauentennis
- Mercedes-Benz wird bei WTA 1000-, 500- und 250-Turnieren präsent sein und außergewöhnliche Erlebnisse für Spieler, Fans, Kunden und Gäste schaffen

Stuttgart. Mercedes-Benz setzt ein starkes Zeichen für den internationalen Tennissport und startet eine langfristige Partnerschaft mit der Women's Tennis Association (WTA). Unter dem gemeinsamen Claim „WTA Tour – driven by Mercedes-Benz“ beginnt die Partnerschaft ab dem 1. Januar 2026. Als Premier Partner und Exclusive Automobile Partner wird Mercedes-Benz bei WTA 1000-, 500- und 250-Turnieren weltweit präsent sein und einzigartige Erlebnisse für Spielerinnen, Fans, Kunden und Gäste schaffen. Emotionale Berührungspunkte wie diese bilden eine wichtige Plattform für Austausch und Miteinander, die den Kern dessen stärken, wofür die Marke Mercedes-Benz steht. Beide Partner verfolgen das gemeinsame Ziel, die Sichtbarkeit des Frauentennis weiter zu erhöhen und das Wachstum des Sports langfristig zu stärken. Gleichzeitig unterstreicht Mercedes-Benz seinen Anspruch, Sport auf globaler Ebene zu fördern, weibliche Athletinnen nachhaltig zu unterstützen und die nächste Generation zu inspirieren.

„Tennis lag Mercedes-Benz schon immer am Herzen – ein Sport, der von Hingabe, Verantwortung und Selbstvertrauen geprägt ist. Als weltweiter Premier Partner zeigen wir nicht nur unser starkes Bekenntnis zum Sport, sondern auch zu den Werten, die ihn ausmachen.“

Mathias Geisen, Vorstandsmitglied der Mercedes-Benz Group AG, Vertrieb

„Unsere Partnerschaft mit der WTA feiert die Frauen, die die Zukunft des Sports neu definieren – auf und neben dem Platz. Ihre Leidenschaft und der Drang, sich immer weiterzuentwickeln, reflektieren auch unseren eigenen Anspruch an Innovation. Wir wollen ihre Geschichten sichtbar machen und zeigen, welches Potenzial in ihnen steckt und so auf einer globalen Bühne neue Generationen inspirieren, sowie Fans und Kunden weltweit erreichen.“

Christina Schenck, Leiterin Digital & Kommunikation und Leiterin Investor Relations, Mercedes-Benz AG

„Wir freuen uns sehr, Mercedes-Benz als Premier Partner der WTA Tour begrüßen zu dürfen. Diese langfristige Partnerschaft steht für eine gemeinsame Vision und ein starkes Engagement für die Zukunft des Frauentennis. Wir freuen uns auf die Zusammenarbeit und möchten gemeinsam diesen Sport weiter voranbringen. Einen so starken und vertrauenswürdigen Partner zu gewinnen, ist ein entscheidender Moment auf unserem Weg, das Wachstum der WTA Bühne und des Frauentennis zu beschleunigen. Mercedes-Benz ist ein Synonym für zeitlose Eleganz, Innovation und kompromissloses Streben nach Exzellenz – und passt perfekt zu uns. Wir sind stolz darauf, mit einer so außergewöhnlichen Marke zusammenzuarbeiten, während wir zeitgleich in diese aufregende, neue Ära des Frauentennis aufbrechen.“

Marina Storti, CEO der WTA Ventures

Als Premier Partner und Exclusive Automobile Partner der WTA stärkt Mercedes-Benz weiter sein Engagement im Spitzensport und knüpft zudem an eine lange Tradition im Tennis an. Die Partnerschaft wurde bei einer Pressekonferenz im Mercedes-Benz Museum in Stuttgart verkündet. Vor Ort waren neben WTA-Gründerin Billie Jean King, der ehemaligen Tennisspielerin Andrea Petković, Marina Storti – CEO der WTA Ventures, Valerie Camillo – Vorsitzende der WTA, Mathias Geisen – Vorstandsmitglied der Mercedes-Benz Group AG, und Christina Schenck – Leiterin Digital & Kommunikation und Investor Relations, Mercedes-Benz AG auch die Mercedes-Benz Markenbotschafter Coco Gauff und Roger Federer.

„Seit der Gründung der WTA war es unsere Mission, jedem Mädchen und jeder Frau die Möglichkeit zu geben, sich messen zu können, Anerkennung für ihre Leistung zu bekommen und ihren Sport zum Beruf zu machen. Wenn eine globale Marke wie Mercedes-Benz so an unserer Seite steht, sendet das eine Botschaft, die weit über die Tenniswelt hinaus geht: Frauensport ist wichtig. Athletinnen verdienen eine globale Bühne, auf der sie gesehen und gehört werden und auf der sie auch selbst glänzen und inspirieren können. Ich bin unglaublich stolz, dass die WTA diese Vision mit Entschlossenheit und Leidenschaft vorantreibt.“

Billie Jean King, Gründerin der WTA

Auf der WTA-Tour wird der Mercedes-Benz Stern künftig wieder auf den größten Bühnen des Tennissports strahlen. Mercedes-Benz wird 2026 bei rund 30 Turnieren präsent sein, ab 2027 sind weitere geplant. Der Mercedes-Benz Netzstern feiert sein WTA-Debüt bei den Mubadala Abu Dhabi Open in Abu Dhabi, Vereinigte Arabische Emirate, sowie den Ostrava Open in Ostrava, Tschechien, 31. Januar bis 7. Februar 2026. Vor Ort stellt Mercedes-Benz eine exklusive Fahrzeugflotte für Spielerinnen, Offizielle und Gäste bereit und schafft besondere Fahrerlebnisse rund um das Turnier.

Mit der neuen WTA-Partnerschaft und Markenbotschafterin Coco Gauff unterstreicht Mercedes-Benz die wachsende Bedeutung des Tennissports als globale Plattform.

Kontakt:

Luise Niemsch, +49 176 30 939 051, luise.niemsch@mercedes-benz.com

Larissa Schulz, +49 160 86 958 64, larissa.schulz@mercedes-benz.com

Weitere Informationen von **Mercedes-Benz** sind auf www.mercedes-benz.com und auf unserem **LinkedIn-Kanal** unter [Mercedes-Benz AG | LinkedIn](#) verfügbar.

Presse-Informationen und Digitale Services für Journalisten und Multiplikatoren finden Sie zudem auf unserer Onlineplattform Mercedes-Benz Media unter media.mercedes-benz.com.

Mercedes-Benz AG im Überblick

Die Mercedes-Benz AG ist Teil der Mercedes-Benz Group AG mit insgesamt rund 175.000 Beschäftigten weltweit und verantwortet das globale Geschäft von Mercedes-Benz Cars und Mercedes-Benz Vans. Ola Källenius ist Vorsitzender des Vorstands der Mercedes-Benz AG. Der Fokus des Unternehmens liegt auf der Entwicklung, der Produktion und dem Vertrieb von Pkw und Vans sowie fahrzeugnahen Dienstleistungen. Darüber hinaus strebt das Unternehmen die führende Position bei Elektromobilität und Fahrzeug-Software an. Das Produktportfolio umfasst die Marke Mercedes-Benz mit Mercedes-AMG, Mercedes-Maybach und G-Klasse mit ihren vollelektrischen Modellen sowie Produkte der Marke smart. Die Mercedes-Benz AG gehört weltweit zu den größten Herstellern von High-End-Pkw. Im Jahr 2024 wurden rund 2,4 Millionen Pkw und Vans abgesetzt. In diesen beiden Geschäftsfeldern entwickelt die Mercedes-Benz AG das weltweite Produktionsnetzwerk mit mehr als 30 Produktionsstandorten auf vier Kontinenten kontinuierlich weiter und richtet sich dabei auf die Anforderungen der Elektromobilität aus. Parallel dazu wird das globale Batterie-Produktionsnetzwerk auf drei Kontinenten auf- und ausgebaut. Nachhaltigkeit ist das Leitprinzip der Mercedes-Benz Strategie und bedeutet für das Unternehmen, dauerhaft Wert für alle Stakeholder zu schaffen: für Kunden, Beschäftigte, Investoren, Geschäftspartner und die Gesellschaft als Ganzes. Grundlage dafür ist die nachhaltige Unternehmensstrategie der Mercedes-Benz Group. Damit übernimmt das Unternehmen Verantwortung für die wirtschaftlichen, ökologischen und sozialen Auswirkungen seiner Geschäftstätigkeit und hat die gesamte Wertschöpfungskette im Blick.

Als international tätiges Unternehmen zählen Chancengleichheit, Vielfalt, Offenheit und Respekt zu den Grundüberzeugungen von Mercedes-Benz. Dies zeigen wir in der Art und Weise wie wir denken, handeln und kommunizieren. Grundsätzlich schließen alle gewählten Begriffe selbstverständlich alle Geschlechter und Identitäten ein.