



Mercedes-Benz

Presse-Information

23. September 2026

Neon Legacy Initiative: Mercedes-Benz und Roger Federer unterstützen lokale Tennisclubs anlässlich des Laver Cup 2026 in London

- Mercedes-Benz und Roger Federer spenden über 11.000 Tennisbälle an lokale Tennisclubs im Großraum London
- Mit der gemeinsamen Neon Legacy Initiative unterstützen Mercedes-Benz und Roger Federer soziale Projekte mit dem Ziel, den Tennissport zu fördern
- Als Global Partner stellt Mercedes-Benz dem Laver Cup G-Klassen als offizielle Team Cars zur Verfügung

Stuttgart/London. Anlässlich des Laver Cup 2026 in London setzen Mercedes-Benz und Tennis-Legende Roger Federer ihr gemeinsames soziales Engagement mit der Neon Legacy Initiative fort. Nach Projekten in London, Vancouver, Berlin und San Francisco liegt der Schwerpunkt in diesem Jahr auf der direkten Unterstützung durch Tennisequipment. Über den Laver Cup spenden Mercedes-Benz und Roger Federer 11.478 Tennisbälle an lokale Tennisvereine in der britischen Hauptstadt – einen für jedes Ass in Roger Federers Karriere. Ziel der gemeinsamen Initiative ist, den Sport in der Gesellschaft zu fördern, insbesondere Kindern und Jugendlichen den Zugang zum Tennissport zu erleichtern und gleichzeitig die nächste Generation von Tennisspielerinnen und Tennisspielern zu inspirieren.

„Tennis spielt schon immer eine so wichtige Rolle in meinem Leben und ich liebe es, zu sehen, wie Menschen diesen Sport zum ersten Mal für sich entdecken. Ich hoffe, gemeinsam mit Mercedes-Benz und der Neon Legacy Initiative mehr junge Menschen dazu motivieren zu können, auf den Platz zu gehen, Spaß zu haben und ihre eigene Liebe zu diesem Sport zu entwickeln.“

Roger Federer, 20-facher Grand-Slam-Sieger

„Roger Federer verkörpert auf besondere Weise Exzellenz und Authentizität – Werte, die wir teilen. Genau deshalb bedeutet uns diese Partnerschaft so viel. Gemeinsam möchten wir Tennis mehr Menschen zugänglich machen und mit unserer Neon Legacy Initiative die nächste Generation für diesen Sport begeistern.“

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

Der Laver Cup wird vom 25. bis zum 27. September 2026 in der Londoner O2 Arena ausgetragen. Mercedes-Benz begleitet das Turnier bereits seit seiner ersten Austragung im Jahr 2017 als Global Partner. Der Laver Cup ist Teil der ATP-Tour und zeichnet sich durch sein besonderes Teamformat aus, bei dem „Rivalen zu

Teamkollegen werden“. Neben einer Shuttleflotte für Offizielle und ausgewählte Gäste stellt Mercedes-Benz auch die einzigartigen Laver Cup Team Cars. In London ist eine blaue G-Klasse das dedizierte Fahrzeug für Team Europe, eine rote G-Klasse steht Team World zur Verfügung.

Der Laver Cup ist Teil des umfassenden Tennis-Engagements von Mercedes-Benz, zu dem auch die globale Partnerschaft mit der WTA im professionellen Damentennis sowie ausgewählte ATP-Turniere gehören.

Kontakt:

Regina Kurbos, +49 151 5860 7954, regina.kurbos@mercedes-benz.com

Diana Deiß, +49 176 3098 0952, diana.deiss@mercedes-benz.com

Mercedes-Benz Jubiläumsjahr „140 Years of Innovation“

Seit Carl Benz vor 140 Jahren das Patent für das erste Automobil angemeldet hat und Gottlieb Daimler kurz darauf die Motorkutsche baute, hat sich Mercedes-Benz der stetigen Innovation verschrieben, um die begehrtesten Autos der Welt für seine Kundinnen und Kunden zu bauen. Dieser Anspruch hat jede Innovation vorangetrieben – vom ersten Automobil der Welt im Jahr 1886 bis hin zur aktuell laufenden größten Modelloffensive der Unternehmensgeschichte. Mit Leidenschaft für Leistung und Pioniergeist, Exzellenz und konsequenter Kundenorientierung hat die Marke mit dem Stern stets die Zukunft der Mobilität geprägt. Das Ergebnis geht weit über technische Errungenschaften hinaus – es schafft das unverwechselbare Gefühl, für das Mercedes-Benz in seinem ganzen Wirken steht: Welcome home.

Mercedes-Benz feiert 140 Jahre Innovation und schickt drei neue S-Klasse Limousinen auf eine transkontinentale Reise zu 140 Zielen weltweit. Jeder Ort stellt die Technologie, das Erbe, den Pioniergeist und die weltweite Präsenz der Marke heraus. Unterwegs können Kundinnen und Kunden, Fans sowie Kolleginnen und Kollegen an den Feierlichkeiten teilhaben – auf einer epischen Reise, die bis Oktober dauert. Verfolgen Sie die „140 Years. 140 Places“-Tour über sechs Kontinente in unserem „[140 Years of Innovation | Mercedes-Benz Media](#)“-Special sowie in der [Mercedes-Benz Community](#).

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 164.000 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 Markenportfolio von Mercedes-Benz Cars umfasst neben der Marke Mercedes-Benz auch die Marken Mercedes-AMG und Mercedes-Maybach sowie die Produktmarke G-Klasse. Die Mercedes-Benz AG gehört weltweit zu den größten Herstellern von High-End-Pkw. Im Jahr 2025 wurden über 2,1 Millionen Pkw und Vans abgesetzt. In diesen beiden Geschäftsfeldern entwickelt die Mercedes-Benz AG das weltweite Produktionsnetzwerk mit rund 30 Produktionsstandorten auf vier Kontinenten kontinuierlich weiter. Nachhaltigkeit ist ein Leitprinzip der Mercedes-Benz Strategie. Dabei betrachtet Mercedes-Benz die Auswirkungen seiner Geschäftstätigkeit über die gesamte Wertschöpfungskette hinweg und berücksichtigt wirtschaftliche, ökologische und soziale Aspekte gleichermaßen. 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.