



Pressemitteilung PEUGEOT 308 SW

Deutschland Einführung für den PEUGEOT 308 SW.

Am 17. Mai bringt PEUGEOT den PEUGEOT 308 SW auf den deutschen Markt. Wie die PEUGEOT 308 Limousine soll der PEUGEOT 308 SW den neuen Qualitätsanspruch von PEUGEOT unter Beweis stellen. Der neue Kompaktklasse-Kombi zeichnet sich durch seine Variabilität und Größe aus. Zudem bietet das schon vom PEUGEOT 307 SW bekannte Panorama-Glasdach einen wunderbaren, Licht durchfluteten Innenraum. Die markentypischen Eigenschaften wie Dynamik, Ästhetik und vorbildliches Fahrverhalten werden auch vom PEUGEOT 308 SW unterstrichen. Mit seiner äußerst umweltfreundlichen Motorentechnologie holt der neue PEUGEOT 308 SW zu einer erfolgreichen Karriere aus.

Kommunikativ begleitet wird die PEUGEOT 308 SW-Markteinführung von einer international realisierten TV- und Print-Kampagne.

Unter dem Gedanken „Der neue PEUGEOT 308 SW. Raum für Ihre Träume.“ wurde eine einzigartige, integrierte Kampagne entwickelt, die auf allen Kanälen für Aufmerksamkeit sorgen soll.

Wie im Spot zur PEUGEOT 308 Limousine zu sehen, zeigt der Film den Traum des Windes. Auf seiner Fahrt durch die Welt verändert der Wind die Natur. Zum Beispiel sieht man einen Kanufahrer im Sand, der die Dynamik des PEUGEOT 308 SW unterstreichen soll.

Die TV-Spot-Produktion wurde unter der Regie von Bruno Aveillan (Produktion Wizz Paris) in Marokko realisiert. Die Postproduktion übernahm La Maison Paris.

Die Fotoproduktion fand zur gleichen Zeit ebenfalls in Marokko statt. Fotograf war Bruno Aveillan.

Ab dem 05. Mai wird der TV-Spot auf den großen TV-Sendern wie z.B. ARD, RTL, VOX, Pro7, Sat 1 on air sein.



Die Printanzeige ist sowohl in den bekannten und auflagestarken Auto-Zeitschriften Auto Bild, auto motor und sport, Auto/Straßenverkehr als auch in Publikumszeitschriften wie z.B. Spiegel, Stern, Sport Bild, Petra, TV Spielfilm zu sehen.

Online wird der Launch des PEUGEOT 308 SW durch Internetbanner unterstützt. Das Wüsten-Szenario und die diversen Features des PEUGEOT 308 SW werden hier auf besonderer Art und Weise dargestellt.



Düsseldorf, 14. Mai 2008



Kunde: Automobiles PEUGEOT / PEUGEOT Deutschland
Marketing Direktor: Oliver Kurtz
Werbeleiterin: Anne Blomeier

Adaption der Kampagne
Agentur: EURO RSCG Düsseldorf
CD GF / CD: Karl König / Ralph Aichem
Art Director: Stefan Muhl / Jochen Kirchhof
Text: Marcus Herrmann
Management Supervisor: Guido Körfer
Account Director: Gaele Berrest