



## **PRESSEINFORMATION**

### **Euro RSCG und CITROËN bringen mehr Stil auf Deutschlands Straßen.**

**Düsseldorf, April 2008**

Mit dynamischem Design, innovativer Technik und höchsten Ansprüchen an Qualität wirkt der neue CITROËN C5 fast ein bisschen deutsch – allerdings mit einer gehörigen Portion französischem Esprit. Eine gelungene Mischung aus deutscher Automobilbaukunst und französischem Stil. Und ein Ergebnis, dass sich mehr als nur sehen lassen kann. Ab dem 24. April bringt der neue CITROËN C5 „Mehr Stil für die Straße.“

Euro RSCG Düsseldorf kreierte passend zum Motto eine breit angelegte Launchkampagne. Diese wird ab 18. April auf reichweitenstarken TV-Sendern, in Tageszeitungen und Publikumstiteln und auf Großflächen sowie im Internet ihr Debüt geben.

Dabei steht auch in der Kommunikation die Mischung deutscher und französischer Eigenschaften im Mittelpunkt. Während im TV-Spot ein einfacher Tankwart zum Sommeliere und somit der alltägliche Tankvorgang zur „Verkostung“ wird, weisen deutsch-französische Headlines á la „Auto Couture“ charmant auf die Vorzüge des neuen CITROËN C5 hin.

Wahre Größe beweist die Kampagne aber nicht nur inhaltlich sondern auch medial. Im Mai und Juni werden Riesenposter an stark frequentierten Plätzen in München, Köln, Berlin und Hamburg hängen. Bei CITROËN wird Stil eben groß geschrieben.

Kunde: CITROËN Deutschland AG  
Vorstand: Christophe Musy  
Marketing: Sonja Heine / Silke Carstens / Heike Kaatz

Agentur: EURO RSCG Düsseldorf  
Kreation: Felix Glauner, Florian Meimberg, Torsten Pollmann  
Beratung: Daniel Grube

TV-Produktion: Radical Media

17.06.2008



Regie: Tarsem

Photograph: Markus Wendler

Post-Produktion: CGI: Zerone

Für Rückfragen wenden Sie sich bitte an Daniel Grube oder Felix Glauner unter  
Telefon 0211-9916-0.