



Pressemitteilung: CITROËN DS3

CITROËN DS3 hängt den Retro-Trend ab.

Mit dem DS3 bringt CITROËN weit mehr als nur ein neues Modell auf die Straße: Es ist der erste Vertreter der neuen, hochwertigen DS-Linie. Mit 38 Farbkombinationen von Dach und Karosserie, farblich abgestimmten Felgen und unzähligen Interieur-Varianten ist der neue CITROËN DS3 so vielfältig wie kaum ein anderes Auto. Und eine klare Absage an die Modeerscheinung. Altes immer wieder neu aufzulegen. Genau daraus ergibt sich auch die Positionierung des DS3: „Anti Retro“.

Eine Positionierung, die gleichermaßen auch Philosophie des neuen CITROËN DS3 ist. Kein Remake, keine Nostalgie, kein Déjà-vu – sondern die konsequente Fortführung des Markenclaims: Créative Technologie.

Vollkommen neu und sehr selbstbewusst gibt sich auch die medienübergreifende Launchkampagne. Von TV-Spots, Anzeigen, Online-Bannern und Mailings über Promotionmaßnahmen bis hin zu zahlreichen Aktionen am Point of Sale.

Die Kampagne:

Die von Euro RSCG Worldwide konzipierten TV-Spots lassen Stilikone Marilyn Monroe und Trendsetter John Lennon post mortem zu Wort kommen: „Um einer Zeit seinen Stempel aufzudrücken, darf man nicht zurückblicken. Man muss seinen eigenen Stil entwickeln und ganz im Hier und Jetzt leben. So wird der neue CITROËN DS3 zum Leitbild dieser Philosophie: „Die besten Ideen sind doch die, die noch keiner gedacht hat.“

Die 33-sekündigen TV-Spots mit Hinweis auf die Premiere am 12. und 13.03. starten ab Anfang März auf reichweitenstarken Sendern wie SAT1, Pro7, VOX, Kabel 1 und RTL2. Ab Mitte März werden sie in einer 30-sekündigen Version zu sehen sein.

Flankierend zum TV-Auftritt erscheint die Printkampagne in großen, Publikumszeitschriften und ausgesuchten Trendmagazinen. Insgesamt drei Anzeigen-Motive mit Headlines wie „Remakes sind was fürs Kino.“ unterstreichen die Positionierung „Anti Retro.“

Auch online wird positionierungsadäquat gearbeitet. Riesige Blöcke zerquetschen Retro-Fernseher, Kreissägen halbieren altmodische Schreibmaschinen und Lava-Lampen landen kurzfristig im Mixer.



Neben den klassischen Medien wird der Launch des neuen CITROËN DS3 auch mit Streetpromotions begleitet. Sogenannte „VidiBoxen“ werden an stark frequentierten Plätzen in Düsseldorf, Hamburg, Berlin, München und Frankfurt platziert. Selbstverständlich gibt es die Möglichkeit, „Anti Retro“ hautnah zu erleben: bei einer Probefahrt direkt vor Ort.

Kunde: **CITROËN DEUTSCHLAND GmbH**
Geschäftsführung: Peter Weis
Marketing: Sonja Heine, Silke Carstens, Heike Kaatz

Agentur: **Euro RSCG Düsseldorf / H Paris**
Kreation: Gilbert Scheer, Torsten Pollmann, Christoph Müller, Martin Staubach, Till Köster, Kai Tusar
Beratung: Eric Britton, Daniel Grube, Martin Berg, Ellen Cremer