



Pressemitteilung: CITROËN DS4

Der CITROËN DS4 macht Schluss mit Konventionen.

Ungewöhnlich, unangepasst und überraschend anders: der CITROËN DS4 setzt neue Maßstäbe in der Automobilwelt. Mit Designelementen von SUV, Coupé und Limousine geht er ganz neue Wege. Kein Wunder, dass die Fachpresse ihn mehrfach zum „schönsten Auto in der Kompaktklasse“ in ganz Europa gekürt hat.

Die Kampagne: „Sag Nein zu Konventionen!“

Unkonventionell wie das Auto gibt sich auch die Launchkampagne. Die TV-Spots, Anzeigen und Onlinewerbemittel ermutigen dazu, endlich mal wieder Nein zu sagen. Nein zu Konventionen, Nein zum Mitlaufen in der Masse. Oder anders ausgedrückt, wie es einer der Kampagnenslogans auf den Punkt bringt: „Sei der Wind, nicht das Fähnchen.“

Die Kampagne teilt sich in eine Prelaunch und eine Launch-Phase. Nach kurzformatigen Teaserspots in TV und Radio sorgt der 30-sekündige TV-Spot mit Produktauflösung auf reichweitenstarken Sendern wie RTL, Pro7 und den Öffentlich Rechtlichen für Aufmerksamkeit und promotet die Premiere am 28. Mai.

Flankierend zum TV-Auftritt erscheinen Anzeigen in allen großen Publikumszeitschriften, Tageszeitungen und ausgesuchten Trendmagazinen. Das Besondere: Alle Anzeigen arbeiten mit QR-Codes. So können Smartphone-Besitzer über eine mobile Microsite den CITROËN DS4 direkt und digital erleben. Im Outdoor-Bereich kommen 18/1-Plakate, City Light- und Megaposter zum Einsatz sowie ein 104 m² großes E-Poster, auf dem die Kampagnenslogans als 3D-Animationen lebendig werden. Zudem setzen mobile Showrooms, genannt „VidiBoxen“, das Auto mit interaktiven Aktionen deutschlandweit in Szene. Die prominenten Standorte: von Berlin und Hamburg über Frankfurt bis nach München und Stuttgart.

Die Verlängerung der Kampagne ins Netz erfolgt über Homepage-Events auf yahoo und msn, virale Videos und Animationen auf YouTube, digitale Anzeigen via Auto Bild Ipad-App und natürlich Social Media. So konnte das eigens eingerichtete Facebook-Profil „Einfach mal Nein sagen“ innerhalb weniger Tage bereits mehrere tausend Fans gewinnen.

Damit unterstreicht der kommunikative Auftritt des CITROËN DS4 einmal mehr den Anspruch der hochwertigen DS-Linie – stets ein bisschen anders zu sein als die Konkurrenz.

Unternehmen:

CITROËN DEUTSCHLAND GmbH

Geschäftsführung:

Peter Weis

16.06.2011



Marketing: **Sevilay Gökkaya, Silke Carstens, Heike Kaatz**

Agentur: **EURO RSCG Düsseldorf / H Paris**
Kreation: **Gilbert Scheer, Felix Glauner, Torsten Pollmann,
Marjorieth Sanmartin, Christoph Müller, Martin
Staubach, Peer Hepp, Kai Tusar, Eva Schramm,
Jan Billmann**

Beratung: **Eric Britton, Daniel Grube, Martin Berg**