

Die Premiere vor der Premiere

Aufgabenstellung

Der A4 ist zwar eines der meistverkauften Modelle von Audi, doch ähnliche Begeisterung auszulösen wie beispielsweise ein Audi R8 vermag der Mittelklassewagen trotz aller technischen Feinheiten nicht. Darum muss die **Premiere umso spektakulärer** ausfallen.

Strategie/Lösung

Audi machte das Unmögliche möglich und holte zwei der neuen Audi A4 Modelle aus Deutschland quasi vom Fließband direkt in die Schweiz. Und lud bestehende Kunden noch vor der offiziellen Weltpremiere an der IAA in Frankfurt zu einem **exklusiven «Meet & Greet»** mit dem neuen Audi A4 ein. Noch vor dem eigentlichen Kampagnenstart – vor allen anderen – sollten bestehende Kunden als Dank für ihre Loyalität zu Audi einem exklusiven Premieren-Erlebnis beiwohnen dürfen.

Kreation/Umsetzung

Die Premiere stieg für einmal nicht beim Audi Händler um die Ecke, sondern in eigens dafür ausgesuchten Event-Locations, verteilt über die ganze Schweiz. Und am eigentlichen Event dann stand der neue Audi A4 nicht nur zum Probefahren bereit. Ein DJ sorgte gemeinsam mit dem Zürcher Kammerorchester für eine ungewöhnliche musikalische Untermalung, Gourmet-Häppchen wurden gereicht, Reden gehalten und ungewöhnliche Kunstinstallation stellten die eindrucklichsten der zahlreichen Produkthighlights des neuen Audi A4 auf anschauliche Art und Weise zur Schau. .

Ergebnis/Wirkung Effizienz

Über 2700 Personen konnte der neue Audi A4 innerhalb von wenigen Tagen an insgesamt sechs Locations exklusiv vorgestellt werden. Nach den Events bis zur eigentlichen Lancierung wurden vier Newsletter an alle Gäste versendet, welche auf die vielen Audi A4 Highlights aufmerksam machten und so die Wartezeit auf das Auto deutlich verkürzten. Mit dem letzten Newsletter wurden die Empfänger zu einer exklusiven Probefahrt eingeladen – vor allen anderen Personen in der Schweiz. Die Rücklaufquote betrug 8%.

Mit dem ungewöhnlichen Premieren-Event zeigte Audi, dass die Marke nicht nur mit «Vorsprung durch Technik» punktet, sondern auch mit «Vorsprung durch Kreativität».

