



AMAG Import AG
PR Manager Audi
Kathrin Kaltenbrunner
Mobile: +41 76 556 37 80
E-Mail: audi.pr@amag.ch
www.audi.ch

Audi startet neue Markenkampagne: Der Beginn einer neuen Ära

- **Globale Markenkampagne verdeutlicht Markenstrategie von Audi**
- **Neuer Leitspruch „Future is an attitude“ für künftige Kampagnen**
- **Henrik Wenders, SVP Marke Audi: „Mit unserer geschärften Markenstrategie definieren wir Vorsprung zeitgemäss und richten uns zukunftsfähig aus.“**
- **Die nationale Umsetzung in der Schweiz verantwortet Katharina Momani, Head of Marketing mit ihrem Team**

Cham, 5. Oktober 2020 - Audi definiert „Vorsprung“ neu und stellt den Menschen mit seinen Werten und Bedürfnissen in seiner nachgeschärften Markenstrategie in den Mittelpunkt. Nachhaltigkeit, Digitalisierung und Design sind weiter die zentralen Themen. Die neue globale Markenkampagne mit dem Leitspruch „Future is an attitude“ verdeutlicht die Transformation hin zur nachhaltigen und digitalen Premiummobilität.

„Mit unserer geschärften Markenstrategie definieren wir Vorsprung zeitgemäss und richten uns zukunftsfähig aus – für eine neue automobilen Ära und für unsere Kunden.“, sagt Henrik Wenders, Senior Vice President Marke Audi. Dabei gehe es darum, mithilfe von Technologie das Leben von Menschen zu verbessern und einen Beitrag für die Gesellschaft zu leisten. Der Anspruch von Audi sei es, die Zukunft der Premiummobilität zu gestalten und faszinierende Erlebnisse zu schaffen.

Mit der globalen Kampagne zeigt das Unternehmen seinen Weg in eine elektrische, digitale und emotionale Zukunft. Zu sehen sind neben aktuellen Fahrzeugen wie dem Audi e-tron Sportback auch Visionsfahrzeuge wie der Audi AI:ME und der Audi Q4 Sportback e-tron concept. Diese stehen für die Innovationskraft der Marke.

Unter dem Leitspruch „Future is an attitude“ bündelt Audi künftig die weltweiten Marketing-Massnahmen. Dabei berücksichtigt die globale Kampagne kulturelle und länderspezifische Bedürfnisse. Der vollelektrische Audi e-tron Sportback dient als Zugpferd der Kampagne in der Schweiz. In Bewegtbild und Print wurde mit natürlichem Licht, warmen Farben und unkonventionellen Blickwinkeln gearbeitet, in denen der Mensch im Vordergrund steht: moderne Charaktere, die von Leidenschaft und Fortschritt angetrieben sind – und für die Zukunftsorientierung eine Lebenseinstellung ist.

Vorsprung durch Technik bleibt der Markenclaim. Für die kreative Umsetzung zeichnet sich die **Hamburger Agentur thjnk** verantwortlich. Auf der neu eingeführten Website **progress.audi** werden alle Kampagneninhalte zusammengeführt und dem Nutzer weiterführende Hintergrundgeschichten angeboten.

Katharina Momani, Head of Marketing Audi Schweiz betont:
«Dank starkem Teamwork von Audi, MediaCom, SwissOnline Publishing und Wunderman Thompson konnten wir eine wirklich impact-starke, multimediale Kampagne auf die Beine stellen. Die dezidierte Abstimmung von TV, Print und Digital ermöglicht eine vielseitige



Sichtbarkeit bei hoher Reichweite. Premium-Platzierungen sorgen für optimale Performance, parallel geschaltete Mobile-Spots erreichen zudem Second Screen Nutzer. Weitere digitale Sonderwerbformen mit Spot-Integration und grossflächiger Formatauswahl auf Premium-Umfeldern garantieren die bestmögliche Platzierung der Botschaft in unserer Zielgruppe hier in der Schweiz. Innovative interaktive Formate ermöglichen ferner, den Kommunikationsansatz **«Future is an attitude»** unmittelbar erlebbar zu machen.»

Zu sehen ist die Kampagne in der Schweiz von Oktober bis Ende Dezember im TV, auf Anzeigen, auf grossflächigen Online-Formaten wie NZZ Video Wall und Watson Branding Day, interaktiven Bannern, InArticle-Videos und auf Youtube (Pre-Rolls und Masthead).

Verantwortlich bei Audi Schweiz: Katharina Momani (Head of Marketing), Franziska Schmidt (Teamleader Marketing Communication), Magdalena Rettich (Marketing Communication Manager), Rafael Wolter (Digital Marketing Manager)

Hinweise für die Redaktion:

Credits:

Kreativagentur: thjnk Hamburg GmbH

Produktionsfirma: ANORAK Film GmbH

Regisseur: Hanna Maria Heidrich

Redaktion: loved GmbH

Post Production: The Mill (London); KATALYST (Berlin)

Music Supervision and Direction: gate.11 audio-visuelle kommunikation GmbH

Mediaagentur Schweiz: MediaCom AG

Kreativagentur Schweiz: Wunderman Thompson Switzerland AG

Social Media Agentur Schweiz: Swiss Online Publishing AG

Link zum **nationalen TV-Spot** und dem **Markenfilm:**

DE: <https://youtu.be/Tx4RuuzPIQ8>

FR: <https://youtu.be/cYPtTmhvxqc>

IT: <https://youtu.be/3Awdwah2S3s>

Markenfilm: <https://youtu.be/pWaHZ2oRE7s>

Link zur Website progress.audi

- Ende -