

ATU startet Fernsehkampagne

„Meister gegen den Verschleiß“. Mit dem neuen Claim und dem TV-Spot „The Battle“ begann ATU Anfang des Jahres. Der TV-Spot inszenierte den permanenten Kampf zwischen Auto und Straße. Nun folgt ein neuer TV-Spot, der die Positionierung konsequent fortschreibt und dem „Verschleiß“ ein Gesicht verleiht.

Die Geschichte hinter dem mystischen TV-Spot „The Mountain“ ist abermals Ergebnis einer logischen Auseinandersetzung mit dem Thema Verschleiß: Denn Autos unterliegen Verschleiß – auf jedem Meter, in jeder Sekunde. Aber was passiert eigentlich mit all dem Abrieb, all den Teilen, die sich der Verschleiß holt? Dieser Frage ist die ATU Leadagentur HEIMAT nachgegangen.

Der TV-Spot „The Mountain“ läuft ab dem 1. August in verschiedenen Längen. Teilweise wird dieser durch einen Promotionteil ergänzt, der inhaltlich der inhaltlich die Geschichte weiter erzählt und dabei wechselnde Produktangebote kommuniziert. (ampnet/nic)

Bilder zum Artikel:



ATU startet Fernsehkampagne "The Mountain".



ATU startet Fernsehkampagne "The Mountain".