

# Renault baut die sichersten Autos

Die Geschichte einer Kampagne

Von Nordpol+ Hamburg

# Renault baut die sichersten Autos

Die Geschichte einer Kampagne

Wie alles begann.

# Die Ausgangssituation

“Renault baut die sichersten Autos der Welt – aber keiner weiß es.“

# Stufe 1

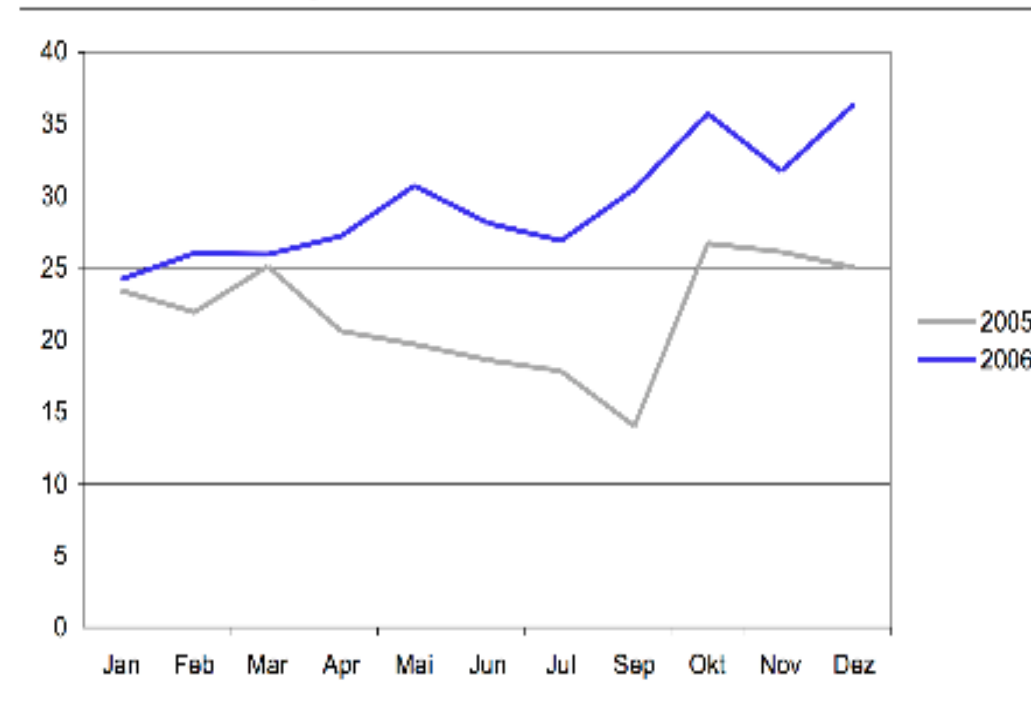
Die führende Position von Renault breit und glaubwürdig verankern:

# Der Spot: Crashtest

# Die Ergebnisse

Entwicklung der Werbeerinnerung von Renault gesamt im Kampagnenzeitraum 2006

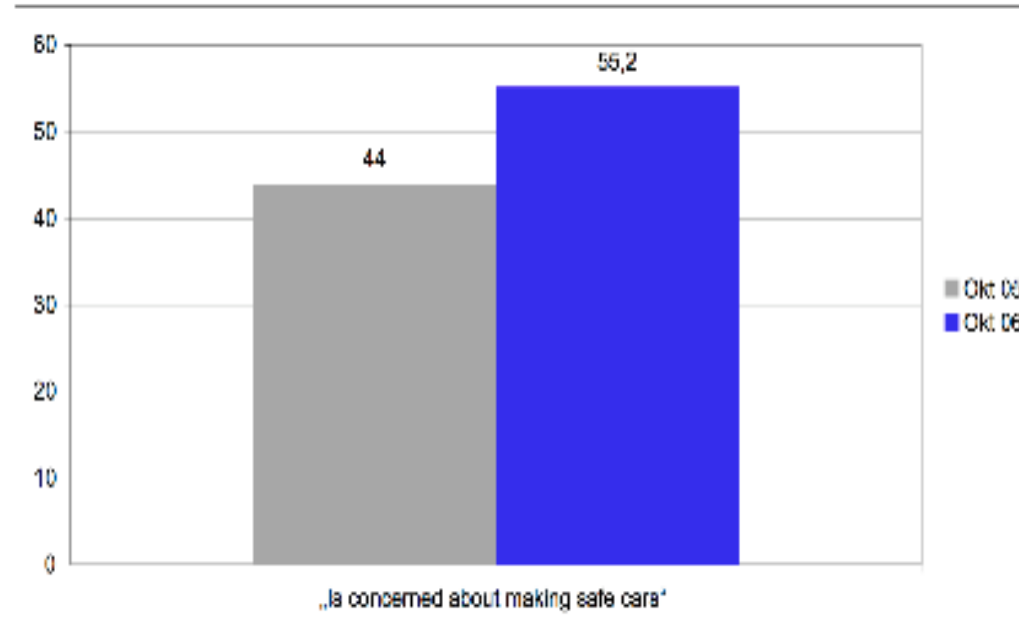
Abb. 1: Werbeerinnerung in %



(Quelle: tns sofnres, keine Messung im August)

# Die Ergebnisse

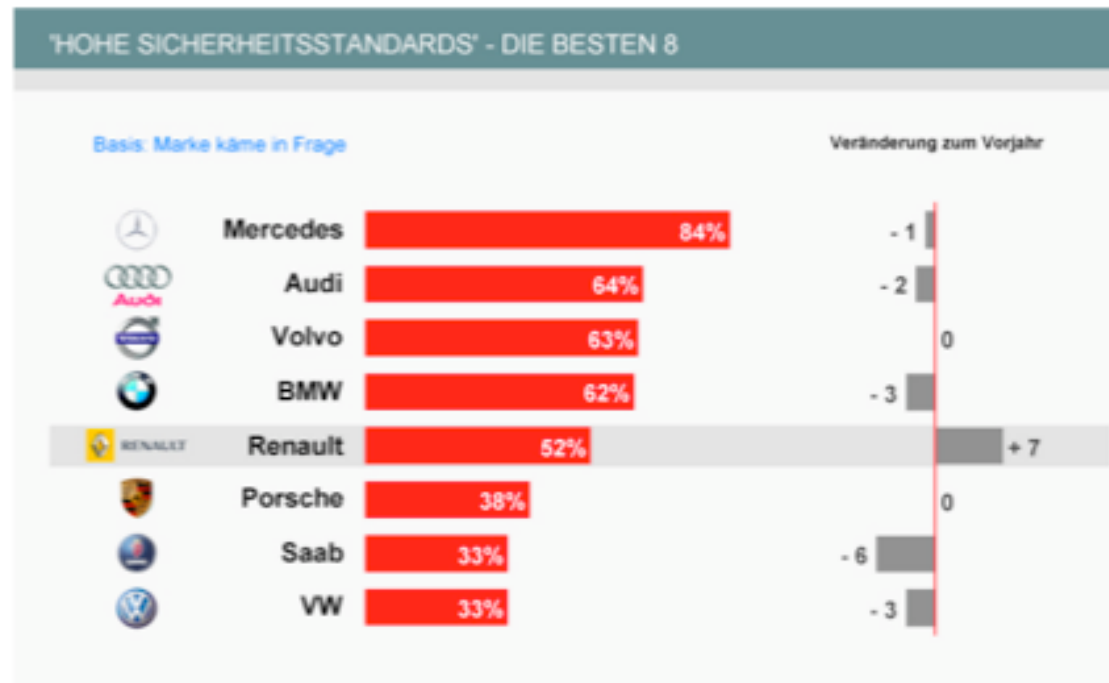
Abb. 3: Entwicklung Strategic Key Item „Safety“ in %



(Quelle: Insofres)

# Die Ergebnisse

Abb. 5: Herstellervergleich „Hohe Sicherheitsstandards“



(Quelle: auto, motor & sport, „best cars 2007“, 100.782 Teilnehmer insgesamt, Zeitraum 10/06 - 01/07)

# Stufe 2

Dramatisierung der führenden Rolle Renaults beim  
Insassenschutz, dem Zentrum aller Sicherheitsbemühungen:

# Der Spot: Collision

# Stufe 3

Inszenierung aller 8 Renaults mit fünf Sternen beim EuroNCAP und Übertragung der Sicherheitskompetenz der Marke auf die einzelnen Modelle.

Die echten Unfälle liefern den ultimativen Beweis für "Sicherheit in allen Klassen".

# Der Spot: Ballett – das sicherste Ensemble der Welt

Fortsetzung folgt.