



„GO GET IT" - SELBSTBEWUSSTE WERBE-KAMPAGNE FÜR DEN NISSAN MICRA

- **Nissan entwickelt die „Micra Frau" - selbstbewusst und mit Humor**
- **Interaktive Online-Videos ergänzen klassische Printwerbung**
- **Kampagne startet parallel zu Markteinführung im September**

Kaum ein anderes Modell steht so für die Marke Nissan wie der Micra. Die neueste Auflage des Kleinwagenklassikers verkörpert den Nissan Marken-Slogan „Innovationen, die begeistern" in besonderem Maße. Mit neuem Design, optimiertem Innenraumkonzept und intelligenten Technologien wie dem Infotainmentsystem Nissan Connect ist der Micra ab September im Handel erhältlich. Begleitet wird die Markteinführung von einer innovativen Werbekampagne.

„Mit der neuen Kampagne bleiben wir dem femininen Ansatz treu, der bereits zur Einführung des Micra vor 30 Jahren Gültigkeit hatte. ‚Go get it' richtet sich an selbstbewusste Frauen, die den Micra als perfekte Ergänzung zu ihrem aktiven Leben sehen", so Gareth Dunsmore, General Manager Marketing Communications, Nissan Europe.

Den Mittelpunkt der Kampagne bilden drei Videos, in denen die „Micra Frau" souverän und mit Humor heikle Situationen meistert. Die Videos führen die Betrachter auf eine digitale Plattform, auf der sie ihren „Micra Standpunkt" zu persönlichen Alltags-Situationen zum Ausdruck bringen können. Die neue Kampagne wird auch in den Printmedien, auf Plakaten, bei den Nissan Händlern und durch lokale Aktionen für Aufmerksamkeit sorgen.

Rudi Anggono, Kreativdirektor der ausführenden Agentur TBWA/G1, ergänzt: „Diese Frauen konzentrieren sich auf das Wesentliche, darum passt der Micra auch so gut zu ihnen. Er ist praktisch, agil, leicht zu fahren und seine modernen Technologien ermöglichen ihnen genau das Leben, das sie führen möchten. Der Micra gibt diesen Frauen das Gefühl, dass sie sich ihrer Sache sicher sein können."