

## Audi zeigt, wo Allrad zu Hause ist

**Audi dokumentiert in der jüngst gestarteten internationalen Marketingkampagne „land of quattro“ die vielseitigen Einsatzmöglichkeiten der breitesten Allrad-Modellpalette im Premiumsegment. Im Mittelpunkt stehen die spannendsten Allrad-Strecken der einzelnen Länder, die diese zum „land of quattro“ machen. Auf einer eigenen Microsite können User seit dieser Woche zudem ihre persönlichen Lieblingsorte für quattro vorstellen.**

Die je nach Markt individuellen Print-Motive der Kampagne laden ein zu einer Reise durch das eigene Quattro-Land: Sie zeigen Fahrscenen von den spannendsten Allrad-Strecken innerhalb der jeweiligen Staatsgrenzen und verorten diese auf einer stilisierten Landkarte. Das abschließende Prädikat ‚land of quattro‘ ist bereits an Deutschland, Kanada und Russland vergeben. In den kommenden Monaten wird die Kampagne neben Österreich, der Schweiz und Italien in weiteren internationalen Märkten starten.

In einem Online-Special ([www.audi.de/quattro](http://www.audi.de/quattro)) stellt Audi für jedes „land of quattro“ weitere prädestinierte Allrad-Strecken vor. Besucher der Microsite können dort die quattro-Landkarte mit ihren persönlichen Erlebnissen bereichern und sie über Facebook mit Freunden teilen – es entsteht eine umfassende Hommage an die beliebtesten Allrad-Routen im Land. Im Frühjahr 2013 wird ein TV-Spot die Vermessung des Vierrad-Terrains fortsetzen.

Aktuell können Kunden bei Audi zwischen über 140 Quattro-Modellvarianten wählen, werden die unterschiedlichen Karosserieformen, Motorisierungen und Getriebe eingerechnet. Damit bieten die Ingolstädter die mit Abstand breiteste Allrad-Palette im Premiumsegment. (ampnet/nic)

Bilder zum Artikel:



„Land of Quattro“: Audi zeigt, wo Allrad zu Hause ist.