

## Audi positioniert sich in der Wiener Innenstadt

Audi nutzt für die neue, innovative Kampagne „Audi House of Progress“ das exklusive MEGAggerüst, das durch die unmittelbare Nähe zur Wiener Staatsoper, zum Karlsplatz und zum Naschmarkt überzeugt. Auf einer rund 360m<sup>2</sup> großen Werbefläche auf der Kärntner Straße 46 wird die Werbebotschaft an zehntausende Passant:innen kommuniziert.

Das Herzstück der Kampagne, die Kärntner Straße 46, erreicht effektiv größtmögliche Aufmerksamkeit durch das unübersehbare MEGAggerüst, in der Wiener Innenstadt. Fußgänger:innen, Autofahrer:innen, Öffi-fahrer:innen und all diejenigen, die die Kärntner Straße 46 kreuzen, können die 3 Werbeflächen am Hauseck an der vielbefahrenen Kreuzung bestaunen.

Was genau steckt hinter der Werbebotschaft von Audi und dem „Audi House of Progress“?

- Das Dialog- und Kompetenzzentrum für Elektromobilität mitten in der Wiener Innenstadt steht für vier Monate ganz im Zeichen von „Vorsprung durch Technik“
- In der MOONCITY Vienna wechseln sich Marken- und Themenschwerpunkte ab: Den Anfang macht Audi mit dem House of Progress, Probefahrten inklusive
- Audi House of Progress ab 17. Dezember 2021 bis Ende April 2022 täglich von 10 bis 18 Uhr geöffnet, Eintritt frei

MEGABOARD, der Außenwerbe-Allround-Spezialist mit exklusiven Großflächen, konnte Audi als First Mover für den einzigartigen, brandneuen Standort gewinnen. Überzeugt hat die Top Lage in der Wiener Innenstadt. Denn die Kärntner Straße ist eine der bekanntesten Einkaufsstraßen Wiens und zieht täglich zehntausende Besucher an, welche sich in unmittelbarer Nähe der Wiener Staatsoper, dem Karlsplatz und dem Naschmarkt befindet.

**Bernhard Loos, Marketingleiter Audi Österreich:** „Individuelle Mobilität ist Ausdruck von Mindset und Lebenseinstellung. Mit dem House of Progress in der Kärntner Straße bieten wir einerseits die Möglichkeit, die Marke noch besser kennenzulernen.“ So darauf **MEGABOARD COO Gerald Schlosser**, „Wir freuen uns, dass wir einen exklusiven Standort mit einer innovativen Marke verbinden konnten“.

3,8 Mio. Kontakt-Chancen werden durch die Out-of-Home Kampagne bei einer Mindestlaufzeit von 14 Tagen erreicht.

### Pressekontakt:

Romana Zehetner

Communication Manager

[Romana.zehetner@megaboard.at](mailto:Romana.zehetner@megaboard.at)

