



SUBARU sucht den besten Techniker Deutschlands **Die DSTM 2005**

Das Frühjahr 2005 stand bei SUBARU ganz unter dem Zeichen der DSTM – der Deutschen SUBARU Techniker Meisterschaft: Im Rahmen eines nationalen Wettbewerbs suchte der weltgrößte Hersteller von allradgetriebenen Pkw den besten Techniker Deutschlands. Dieser fährt im November 2005 zur weltweiten Endausscheidung nach Japan, zur Techniker-Olympiade.

Hintergrund – Erfolge auf ganzer Linie

SUBARU ist seit Jahren unter den Top Five in der Kundenzufriedenheit und beim Service. Die Stimmung im Vertrieb ist gut; im Jahr 2004 konnte ein deutliches Absatzplus erzielt werden. 2005 feierte Subaru Deutschland darüber hinaus 25-jähriges Firmenjubiläum.

Aufgabe – Anerkennung & Motivation

Mit der DSTM wollte sich SUBARU für die hervorragenden Ergebnisse im Service-Bereich innerhalb der letzten Jahre bedanken, Spaß vermitteln und das hohe Niveau im Kundendienst weiter ausbauen bzw. stabilisieren.

Die Story – Rennsport



Was lag beim Rallye-Engagement von SUBARU näher, als die Aktion rund um das Thema Rennsport zu spinnen? Broschüre, Urkunden für die Finalteilnehmer, Siegerpokale etc. – es wurde ein durchgängiges Aktionsdesign entwickelt. Darüber hinaus wurden alle Texte konsequent in der Sprache des Rennsports umgesetzt (natürlich unter Berücksichtigung des SUBARU-CIs).





Die Mechanik – drei Vorläufe führten zum Ziel

Im April und Mai standen die DSTM-Vorläufe auf dem Rennkalender. Pro Lauf erhielten alle 316 Teilnehmer einen Fragebogen und für jede richtige Antwort Punkte. Die 10 Teilnehmer mit den meisten Antwortpunkten qualifizierten sich für die nationale Endausscheidung in Friedberg. In jeder Fragebogenrunde gab es außerdem attraktive Sachprämien von Quasar und SUBARU zu gewinnen.

Im Endlauf waren dann die Fähigkeiten am Auto gefragt: Die „Top 10“ des Fahrerfeldes trafen sich am 12. und 13. Juni in Friedberg. Dort hieß es: Ran an die Wagen, Fehler finden und beheben, Messungen durchführen und Berechnungen anstellen. Darüber hinaus mussten die Teilnehmer noch einmal zeigen, was sie in der Theorie drauf haben.

Der Rücklauf der Fragebögen lag bei durchschnittlich über 70 %, und auch in Friedberg zeigten die SUBARU Techniker, wie motiviert sie bei der Sache waren.

Im Hintergrund – Quasar als Agentur

Im Rahmen der DSTM hat Quasar die komplette Betreuung übernommen:

- Entwicklung des Aktionsmottos und der Aktionsstory
- Kreation und Produktion aller Aktionsmittel
- Auswertung der Fragebögen
- Verwalten und Pflege der Teilnehmerdaten
- Übernahme der Aktionszentrale
- Auswahl und Versand der Verlosungsprämien
- Druck und Versand der monatlichen Mailings

