

Skoda startet Kampagne für den Fabia

Unter dem Motto „Der neue Skoda Fabia. Bühne frei“ startet Skoda seine Werbekampagne für den neuen Kleinwagen, der am 15. November auf den Markt kommt. Zentrales Element sind launige TV-Spots, in denen der Fabia die gesamte Aufmerksamkeit auf sich zieht, obwohl um ihn herum viel Spektakuläres passiert.

Eine Rolle im zentralen TV-Spot spielt die Konnektivität. Mirror-Link etwa ermöglicht es, das Display des eigenen Smartphones auf dem Fahrzeugmonitor zu spiegeln. In dem dazugehörigen Werbefilm wendet sich eine Gartenparty-Gesellschaft fasziniert dem vorfahrenden Fabia zu – obwohl zeitgleich ein sprechender Papagei die fantastischsten Kunststücke vorführt. Erst als er auf dem Mirror-Link des Fabia erscheint, nehmen die Partygäste den Vogel wieder wahr.

Die Werbespots sind zudem auf www.skoda-auto.de zu sehen und über Youtube verfügbar. Verantwortlich für die Adaption der TV-Kampagne ist die Agentur Leagas Delaney aus Hamburg. (

Begleitet wird die Fernsehwerbung von Printanzeigen in großen Publikumstiteln und online. Das grafische Konzept aller Broschüren, Online- und Printanzeigen zeigt große Flächen in knalligen Primärfarbe. Fast Comic-artig werden reale Motive mit Grafikelementen gemischt. (ampnet/jri)

Bilder zum Artikel



Werbemotiv für den Skoda Fabia.
