

Ford nutzt Champions-League-Finale für Technologiekampagne

Ford nutzt als langjähriger Sponsor der Champions League das morgige Finale publikumswirksam für eine Technologiekampagne. Drei Werbespots mit einer Länge von Länge von 20 und 30 Sekunden werden in ganz Deutschland ausgestrahlt. Gezeigt werden Technologien, die für aktuelle Ford-Modelle erhältlich sind. Darüber hinaus wird die Kampagne viele Millionen Fernsehzuschauer auf eine neu gestaltete Microsite hinweisen.

Neben den auch im Fernsehen gezeigten drei Videos zu Ford Sync mit Notruf-Assistent, Active City Stop und der Panorama-Schiebetür des B-Max werden ab heute weitere Clips im Internet auf www.ford.com angeboten. Zum neuen Auftritt der Microsite zählen unter anderem eine Scroll-Funktion zur direkten Erreichbarkeit von Informationen über sichere und umweltfreundliche Technologien, inklusive speziell erstellter Videos. Sie bilden zugleich die Grundlage für die TV-Spots während der Werbepausen beim Champions-League-Finale. Im Rahmen der Kampagne sind deutschlandweit außerdem Printanzeigen vorgesehen. (ampnet/jri)