
Seat startet Kampagne zum Tarraco

Seat startet in Deutschland eine breit angelegte TV-Werbekampagne zum neuen Tarraco, der am 23. Februar in den Handel kommt. Mit dem Slogan „Why not now?“ sollen Menschen ermutigt werden, nach neuen Herausforderungen zu suchen und sich persönlich weiterzuentwickeln, indem sie sich unabhängig von ihrem Alter neue Ziele setzen. Die TV-Spots sind bei allen reichweitenstarken Sendern zu sehen. Zusätzlich wird eine umfassende Digital- und Radiopräsenz sowie Außenwerbung in den 15 wichtigsten deutschen Städten die Kampagne flankieren.

In der von C14-torice gestalteten TV-Kampagne wird auf verschiedene Arten von Ausreden Bezug genommen: Vor dem Hintergrund einer verschneiten Winterlandschaft wird beispielsweise eine Frau in einem Neoprenanzug gezeigt, die zu einem zugefrorenen See mitten im Wald fährt. Sie schlägt ein Loch in das Eis und springt in das eiskalte Wasser, um zu tauchen. Ohne jegliche Ausrede. In diesem Kontext wird der neue Tarraco als Partner präsentiert, der seinen Besitzer zur nächsten Herausforderung bringt.

In der ersten Phase wird die Kampagne in neun weiteren Ländern gestartet: Frankreich, Irland, Italien, Großbritannien, Spanien, Portugal, Polen, Schweden und Mexiko. Online ist auch eine Teaser-Kampagne verfügbar, die die Menschen dazu bewegen möchte, sich nicht in Ausreden zu flüchten. „Alter ist eine Zahl, keine Ausrede“ oder „Du bist nie zu alt, dich neu zu erfinden“ sind einige der Botschaften, mit der Zielgruppe der über 40-Jährigen angesprochen werden soll. (ampnet/jri)

Bilder zum Artikel



Seat Tarraco.

Foto: Auto-Medienportal.Net/Seat