

Presseinformation

13. Juli 2012

Advantage-Sondermodelle im Mittelpunkt

Honda startet neue Kampagne: „Erwarten Sie mehr“

Offenbach – „Erwarten Sie mehr“ lautet der Titel einer breit angelegten Kampagne, mit der Honda jetzt auf die aktuellen Advantage-Sondermodelle aufmerksam macht.

Herzstück ist ein TV-Spot, in dem die Düsseldorfer Agentur Red Lion den Honda Jazz, den Civic, den Accord und den CR-V auf eine ungewöhnliche Reise schickt. Wohin sie führt, ist ab heute bis zum 26. August im deutschen TV, aber auch in reichweitenstarken Printanzeigen sowie im Rahmen verschiedener Online-Aktivitäten zu sehen.

Die Botschaft des Spots, der als 7-, 20- und 30-Sekünder zum Einsatz kommt, ist klar: Wo andere Grenzen sehen, geht es bei Honda weiter. „Unser Ziel ist es, Begehrlichkeit, Aufmerksamkeit und Relevanz der Marke Honda und ihrer Modelle zu steigern“, erklärt Gerald Heinecke, Leiter Marketing und PR der Honda Deutschland GmbH. Mit einer hochwertigen Präsentation der Modelle, gepaart mit attraktiven Angeboten, wolle man in kurzer Zeit eine möglichst breite Zielgruppe erreichen.

Im Vordergrund steht zunächst das Raumwunder Jazz, dessen Einstiegspreis bis Ende September von 12.900 auf 9.990 Euro gesenkt wurde. „Ein hervorragendes Preis-Leistungsverhältnis und Qualität sind wichtige Aspekte der Honda-Markenwahrnehmung“, sagt Gerald Heinecke. „Mit den Advantage-Sondermodellen haben wir ein mehr als wettbewerbsfähiges Angebot, das diese Markenwerte unterstreicht.“

Weitere Informationen unter www.honda.de.

Presseinformation



Der Jazz steht zunächst im Mittelpunkt der neuen, breit angelegten Kampagne, mit der Honda auf die aktuellen Advantage-Sondermodelle aufmerksam macht.