

Presseinformation

14. August 2015

Honda beweist Pioniergeist

Neue Markenkampagne „Ignition“

Frankfurt am Main – Honda wartet in diesem Jahr mit einer Fülle neuer Produkte auf. Zu den Neuheiten zählt der neue HR-V, der neue Jazz und die sehnsüchtig erwartete neue Generation des Civic Type R. Auch der HondaJet startete in diesem Jahr zu seinem ersten kommerziellen Flug und Honda feierte sein Comeback in der Formel 1. Diese Aufbruchsstimmung unterstreicht das Unternehmen nun mit seiner neuen Markenkampagne „Ignition“, die heute startet.

Kein anderes Unternehmen blickt auf eine so lange Tradition bei der Konstruktion von Motoren der verschiedensten Kategorien zurück wie Honda: Automobile, Motorräder, Roboter, Power Equipment, Luftfahrt und Rennsport. Der Auftaktfilm zur Kampagne „Ignition“ setzt in bester Kinomanier Hondas mutiges Vorwärtstreben in Szene, indem er die Philosophie der Marke mit dem inspirierenden Motto aufgreift: „Dinge wagen, von denen andere nur träumen.“



„Ignition“-Kampagne: Ausschnitt aus Hondas neuem Film

Inspiziert von Hondas Abenteuergeist zollt der Film einem der tollkühnsten Unterfangen menschlicher Wissbegier und Ingenieursträumen Tribut: der Raumfahrt.

Presseinformation

Mit Elementen aus der Raumfahrt gestaltete filmische Details sollen die Vorstellungskraft des Zuschauers anregen. Nach der Eröffnungssequenz mit Hondas humanoidem Roboter, ASIMO, schwenkt die Kamera auf eine Reihe von Honda Produkten, die auf einer imposanten Startbahn in Szene gesetzt sind. Himmel und Sonne spiegeln sich in der Straßenoberfläche und dem darunter fließenden Wasser. Von oben betrachtet ähnelt die Formation der bekannten Silhouette eines Space Shuttle oder einer Rakete.

Hondas Erbe zieht sich wie ein roter Faden durch den Film. So ist beispielsweise der Fahrer eines neuen NSX in Großaufnahme zu sehen, der ein Bild des NSX von 1991 in der Hand hält. Der scharfsichtige Betrachter entdeckt zudem einen Gastauftritt des McLaren-Honda Fahrers Jenson Button und vernimmt die Stimme des verstorbenen Ayrton Senna.

Wie bereits die preisgekrönte Kampagne „The Other Side“ startet auch die modellübergreifende Kampagne „Ignition“ zeitgleich in ganz Europa. Trailer zum Film, die eine Woche vor dem Start in den sozialen Medien und auf der Honda-Website veröffentlicht wurden, machen Lust auf mehr. Europaweit und in voller Länge wird der Film zum ersten Mal heute zu sehen sein.

„Ignition“ wurde von Aoife McArdle von der britischen Film- und Videoproduktionsfirma Somesuch auf der Podil-Brücke in Kiew (Ukraine) gedreht. Die lokale Produktion übernahm die Firma Radioaktive Film. Für die Postproduktion waren die britischen Firmen The Mill im Bereich Spezialeffekte und Factory im Bereich Sounddesign zuständig. Die Musik komponierte der Science-Fiction-Filmmusikkomponist Walter Mair. Er bettet hierin Teile von Beethovens „5. Sinfonie“ sowie Mozarts „Arie der Königin der Nacht“ ein, zwei Stücke, die auf einer der Datenplatten gespeichert sind, die mit der Voyager im Jahr 1977 die Reise ins All antraten.

Der Film steht im Fokus einer neu gestalteten Kampagnenseite auf www.honda.de, wo ausführlichere Hintergrundgeschichten zu den gezeigten Produkten zu finden sind.

Presseinformation

Gerald Heinecke, Deputy General Manager Marketing/PR bei Honda in Deutschland:

„Ab September werden wir mit einem komplett neuen Produktangebot aufwarten. Die ‚Ignition‘-Kampagne verdeutlicht den Abenteuergeist der Marke Honda und zeigt das mutige Streben nach Fortschritt. Wir haben eine langjährige Tradition bei der Schaffung einzigartiger und mitreißender Werbekampagnen und ‚Ignition‘ bietet beste Voraussetzungen, dies fortzusetzen.“

Verbrauchs- und Emissionswerte für alle Honda Modelle: Effizienzklasse: F–A+; Kraftstoffverbrauch in l/100km: kombiniert 10,4–3,6; CO₂-Emission in g/km: 246–94. (Alle Werte gemessen nach 1999/94/EG)