

Presseinformation

8. Februar 2012

TV-Spot zum neuen Honda Civic

Einladung zu einer ungewöhnlichen Entdeckungsreise

Offenbach – Am 11. Februar rollt der neue Honda Civic in den deutschen Handel. Begleitet wird die europäische Markteinführung des völlig überarbeiteten Kompaktwagens von der Kampagne „Das große Unbekannte“, die die englische Agentur Wieden & Kennedy (W+K) entwickelt hat. Im Mittelpunkt steht ein TV-Spot, der seine Zuschauer zu einer ungewöhnlichen Entdeckungsreise einlädt.

Der TV-Spot folgt der Entwicklung der neunten Civic-Generation von einer zündenden Idee über die Konzeption bis ans Fließband. Die Botschaft lässt keinen Zweifel: Wer sich traut, eingefahrene Wege zu verlassen, wird begeistert sein. „Viele Menschen fürchten sich, etwas zu tun, das sie nie zuvor wagten. Und genau für die Tugend, es trotzdem zu tun, steht der Name Honda“, erklärt Tony Davidson, Creativ Director von W+K.

Der Spot wird bis zum 4. März und vom 19. bis 31. März im deutschen TV ausgestrahlt. Eine 60-sekündige Version ist zudem vom 23. Februar bis 31. März deutschlandweit in diversen Kino-Centern im Umfeld von 14 zielgruppenaffinen Filmen zu sehen.



Die Kampagne „Das große Unbekannte“ begleitet die europäische Markteinführung des neuen Honda Civic.

1/2

Honda Deutschland GmbH

Presse und Öffentlichkeitsarbeit • Spremlinger Landstraße 166 • 63069 Offenbach
Telefon 069-8309-389 • Fax 069-8309-839 • E-Mail: susanne.mickan@honda-eu.com
www.hondanews.eu • [Facebook: Honda Deutschland Automobile](#)

Presseinformation



Am 11. Februar rollt der neue Honda Civic in den deutschen Handel.