
Watch him: Ford lenkt den Blick auf den Mustang Mach-E

Ford begleitet die Markteinführung des Mustang Mach-E mit einer besonderen Werbekampagne. Sie läuft ab heute mit einer Reichweite von elf Millionen Zuschauern zur besten Sendezeit in allen großen TV-Kanälen. Zahlreiche Sonderformen in Digital-, Außen- und Anzeigenwerbung komplettieren die nationale achtwöchige Werbeaktion. Auch eine Tiktok-Kampagne ist Bestandteil des 360-Grad-Werbekonzeptes, ein Novum für Ford in Europa.

Mit dem Werbespot „Watch me“ setzt die Kampagne auf den besonderen Charakter von Fahrzeug und Zielgruppe und verzichtet auf die reine Inszenierung von Technik. Der Spot, der in verschieden langen Versionen zwischen sechs und 60 Sekunden eingesetzt wird, beschreibt das Aufsehen, das eine Fahrerin mit ihrem Mustang Mach-E erregt, als sie durch die Stadt fährt.

Entwickelt wurde die Kampagne von BBDO Deutschland. Produziert hat den Spot Iconoclast Germany unter der Regie von "We are from LA", die bereits für Musikvideos von Pharrell Williams und Dua Lipa kreiert haben. Für die Bildwelt zeichnet Tom Craig verantwortlich, ein bekannter Fashionfotograf. Auch damit beschreitet Ford neues Terrain in der Kommunikation.

Die vollelektrische Limousine gibt es mit zwei verschiedenen Batteriegrößen sowie wahlweise mit Heck- oder Allradantrieb. Je nach Akkukapazität ergeben sich WLTP-Normreichweiten zwischen 440 bis 610 Kilometern. Für den Spurt auf Tempo 100 benötigt der Mustang Mach-E rund sieben Sekunden. Die Höchstgeschwindigkeit ist auf 180 km/h begrenzt. Der Basispreis beträgt 46.900 Euro. (ampnet/jri)

Bilder zum Artikel



Ford-Werbekampagne für den Mustang Mach-E.

Foto: Auto-Medienportal.Net/Ford



Ford-Werbekampagne für den Mustang Mach-E.

Foto: Auto-Medienportal.Net/Ford



Ford-Werbekampagne für den Mustang Mach-E.

Foto: Auto-Medienportal.Net/Ford



Ford-Werbekampagne für den Mustang Mach-E.

Foto: Auto-Medienportal.Net/Ford



Ford-Werbekampagne für den Mustang Mach-E.

Foto: Auto-Medienportal.Net/Ford
