

Ästhetik trifft Funktionalität: MediaCom setzt den McLaren Grand Tourer in Szene

CLIENTS

03 JUL 2020

Wer im Job viele Entscheidungen fällt, sollte privat keine Kompromisse eingehen müssen. Diese Geschichte erzählt die neue „Homebound“-Kampagne von McLaren.

Das Besondere: Kreation und Media kommen aus einer Hand. Auf Basis des datenbasierten Planungsansatzes hat MediaCom zusammen mit [m]STUDIO – der Full-Service-Agentur der GroupM – eine Social-Media-Kampagne entwickelt, die spezifisch auf eine spitze Zielgruppe zugeschnitten ist: erfolgreiche, anspruchsvolle Entrepreneurinnen und Entrepreneur. Der Kampagnenzeitraum umspannt den 3. Juli bis zum Spätsommer 2020.

Modern Luxury Sportwagen mit Vorzügen

Mit der Inszenierung des „Grand Tourer“ schlagen McLaren und MediaCom eine gänzlich neue Route ein. Anders als in der bisherigen Kommunikation werden Alltagssituationen gezeigt, die die Lebensrealität eines anspruchsvollen Publikums spiegeln. In drei prägnanten Spots inszeniert MediaCom ein Auto, das Ästhetik und Funktionalität stilvoll verbindet: Egal ob Shoppingausflug, Businessstrip oder Kurzurlaub – gehobenes Design und Stauraum integrieren den Sportwagen in den Alltag. Gerade in einer Zeit, in der regionale und europäische Ziele in den Fokus rücken, betont die „Homebound“-Kampagne einen bewussten Gegentrend zum Jet Set-Lifestyle. Durch die Ausspielung über LinkedIn ist zudem die präzise Ansprache der Zielgruppe gewährleistet.

„In unseren Clips inszenieren wir den McLaren Grand Tourer als täglichen und selbstverständlichen Begleiter einer anspruchsvollen Zielgruppe“, erzählt Frank Olma, Creative Director bei [m]STUDIO. „Gerade Media-seitig stellt das Luxus-Segment besondere Herausforderungen an Kreation und Targeting. Hier hilft es uns, dass Content und Ausspielung aus einer Hand erfolgen. So können wir für unseren Kunden McLaren eine konsistente Ansprache realisieren.“

Sebastian Schulte, Marketing Manager – Northern Europe bei McLaren, ergänzt: „Der McLaren GT ist ohne Kompromisse konzipiert, so dass ‚Homebound‘ Stories genau das Richtige für unser aufregendes neues Modell sind. Diese drei Videos sind eine großartige Gelegenheit, das elegante Design des McLaren GT zu bewundern und seine Alltagstauglichkeit zu erleben. Besonders wichtig ist uns die Zielgruppenansprache ohne Streuverluste. Dabei vertrauen wir sowohl in Kreation als auch beim Media Buying auf die Expertise der MediaCom.“

Für die kreative Umsetzung zeichnet Frank Olma (Creative Director) bei [m]STUDIO verantwortlich. Die Umsetzung und Projektsteuerung erfolgte durch Nawid Soroush von [m]STUDIO, der Contentunit der GroupM. Die Mediaplanung verantwortete Markus Kloers von MediaCom. Für die Fotografie war Arne Jansen zuständig mit Texten von Jessica Kohlen. Die Filmproduktion oblag Neuland. Dabei führte Peter Schilling Regie, die Kameraführung übernahm Niklas Hill. Für die Produktion am Set war Tim Ohly (Producer) verantwortlich.

CLIENTS