

## NEWCAST bewirbt den Toyota iQ mit Sonderwerbformen

Düsseldorf, 15. Januar 2009

Die Entwicklungsagentur NEWCAST, eine Tochter von VivaKi Deutschland (ehemals Publicis Groupe Media), startet kreativ ins neue Jahr. Zur Markteinführung des neuen Toyota iQ haben sich die Spezialisten für Sonderwerbformen eine einmonatige TV-Präsenz ausgedacht, wie sie individueller nicht sein könnte. Das Besondere: Es gibt keinen klassischen TV-Spot. Das ultrakompakte Citymobil für die junge, urbane Zielgruppe wird vom 17. Januar an ausschließlich über Sonderwerbformen vorgestellt - und zwar auf allen zielgruppenrelevanten Sendern.

„Wir haben mit RTL, VOX, RTL II und ProSieben jeweils ganz unterschiedliche Sonderwerbformen entwickelt, die in speziell für jüngere Zielgruppen attraktiven Umfeldern zum Einsatz kommen“, erläutert Olaf Lassalle, Executive Managing Director von NEWCAST. „Besondere Wirkung erzielen wir, weil die höchst individuellen Werbformen direkt am Scharnier zwischen Programm und Werbeblock platziert werden.“

Lassalles Team schuf unter der Leitung von Creative Director Stephan Ebert aus vorhandenem Promotion-Material einen 12-Sekunden-Trailer für den Toyota iQ sowie individuelle Move-Splits, Cut-ins und Logo-Morphings. Prägend bei jeder Werbform ist die Farbe „Purple“, mit der Toyotas Kleinster bereits in der 2008 initiierten Pre-Launch-Kampagne „Johns Appartement“ eingeführt wurde. Da der gleiche Farbton die Basis des „GZSZ“-Logos bildet, konnte hier das Logo-Morphing besonders aufmerksamkeitsstark umgesetzt werden.

Die maßgeschneiderten Werbformen werden bis Mitte Februar u.a. bei „GZSZ“, „TV Total“, „stern TV“ und verschiedenen Spielfilmen bei VOX (zum Beispiel „Pearl Harbour“) zu sehen sein.

„Die Idee, den iQ zum Verkaufsstart mit innovativen Sonderwerbformen im TV vorzustellen, hat uns überzeugt. Das i in iQ steht ja für Innovation. Und ein innovatives Fahrzeug sollte auch innovativ beworben werden“, so Ekkardt Sensendorf, Leiter Kommunikation Marketing bei Toyota.

Neben den iQ-Sonderwerbformen hat NEWCAST außerdem das crossmediale Sponsoring der RTL-Berichterstattung zur Handball-WM für den neuen Toyota Avensis realisiert. Zum Einsatz kommt hierbei ein von P//Mod kreierter Spot mit Oliver Kahn und Heiner Brand.

---

### Ansprechpartner

Nicole Karepin, Leiterin Kommunikation und Marketing  
ZenithOptimedia | Schirmerstraße 71 | 40211 Düsseldorf  
Fon +49 (0) 211/93 68-24 9, Fax +49 (0) 211/93 68-53 5  
nicole.karepin@zenithoptimedia.de, www.zenithoptimedia.de