



## Ford als langjähriger Champions League-Partner zeigt Technologiekampagne während des UEFA CL-Finales

Ford als langjähriger Champions League-Partner zeigt Technologiekampagne während des UEFA CL-Finales  
Ford nutzt das UEFA Champions League-Finalspiel, um eine Technologiekampagne mit speziell entwickelten Werbespots zu zeigen  
Die Werbespots mit einer jeweiligen Länge von 20 und 30 Sekunden werden ab Samstag, dem Tag des Champions League-Finales zwischen Borussia Dortmund und dem FC Bayern München, in ganz Deutschland ausgestrahlt  
Die Kampagne wird Millionen Fernsehzuschauer auf eine neue Microsite einladen; unter [www.ford.com](http://www.ford.com) werden spannende Infos und unterhaltsame Videos angeboten  
Drei Highlights werden im Fernsehen zu sehen sein: Ford SYNC mit Notruf-Assistent, Active City Stop und die Panorama-Schiebetür  
KÖLN, 24. Mai 2013 - Ford wird das mit Spannung erwartete Finale der UEFA Champions League am Samstag publikumswirksam für eine Technologiekampagne nutzen. Drei Werbespots mit einer jeweiligen Länge von 20 und 30-Sekunden werden ab Samstag, dem 25. Mai 2013, dem Tag des CL-Finales zwischen Borussia Dortmund und dem FC Bayern München, in ganz Deutschland ausgestrahlt. Gezeigt werden innovative Technologien, die für die aktuelle Ford Fahrzeugfamilie erhältlich sind. Darüber hinaus wird die Kampagne viele Millionen Fernsehzuschauer auf eine neu gestaltete Microsite ([www.ford.com](http://www.ford.com)) einladen. Neben den auch im Fernsehen gezeigten drei Videos zu Ford SYNC mit Notruf-Assistent, Active City Stop und der Panorama-Schiebetür werden dort bereits ab Freitag, dem 24. Mai, weitere spannende Videos im Internet angeboten.  
Die unterhaltsame Kampagne weicht vom Muster herkömmlicher Autowerbung ab, die üblicherweise einzelne Fahrzeugmodelle zum Thema hat. Auf diese Weise wird das Markenversprechen von Ford "Eine Idee weiter" für die 90.000 Fußballfans im Londoner Wembley-Stadion und etwa 150 Millionen europäische Fernsehzuschauer lebendig.  
"Das UEFA Champions League-Finale hat ein größeres TV-Publikum als der Super Bowl in den USA", sagte Roelant de Waard, Vice President, Marketing, Sales and Service, Ford of Europe. "Dies ist die perfekte Gelegenheit, um das Blaue Ford-Oval vielen Millionen Zuschauern in ganz Europa zu präsentieren - als eine Marke, die faszinierende Autos mit fortschrittlichen Technologien bietet, die für mehr Sicherheit, Komfort und Fahrspaß sorgen."  
"Die digitale Welt und die sozialen Medien sind ein wesentlicher Schwerpunkt dieser neuen Kampagne, mit der wir unsere Kunden zu Gesprächen über Technologien, deren Nutzen und Autos der Zukunft anregen wollen", ergänzt Carl-Philipp Mauve, Marketingdirektor der Ford-Werke GmbH.  
Ob Internetnutzer die neu gestaltete Seite [www.ford.com](http://www.ford.com) mittels Computer, Smartphone oder Tablet besuchen, sie werden einen frischen Auftritt erleben. Dazu zählt unter anderem eine Scroll-Funktion zur direkten Erreichbarkeit von Informationen über sichere und umweltfreundliche Technologien, inklusive speziell erstellter Videos.  
Diese Videos bilden zugleich die Grundlage für die TV-Spots während der Werbepausen beim UEFA Champions League-Finale. Im Zuge der Kampagne sind deutschlandweit außerdem maßgeschneiderte Printanzeigen vorgesehen.  
Ford-Werke GmbH  
Die Ford-Werke GmbH ist ein deutscher Automobilhersteller mit Sitz in Köln. Das Unternehmen beschäftigt an den Standorten Köln, Saarlouis und Genk/Belgien insgesamt 29.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.  
Seit der Gründung des Unternehmens im Jahr 1925 in Berlin hat Ford über 40 Millionen Fahrzeuge in Deutschland und Belgien produziert.  
Für weitere Informationen zu den Produkten von Ford besuchen Sie bitte [www.ford.de](http://www.ford.de).

### Pressekontakt

Ford

50725 Köln

[ford.de](http://ford.de)  
[presse@ford.com](mailto:presse@ford.com)

### Firmenkontakt

Ford

50725 Köln

[ford.de](http://ford.de)  
[presse@ford.com](mailto:presse@ford.com)

Unternehmen mit Zukunft Der Name Ford steht für Mobilität, Innovation und richtungsweisendes Design. Und unsere 30.000 Mitarbeiter/-innen aus 57 Nationen sorgen dafür, dass das auch in Zukunft so bleibt. Sie entwickeln ebenso zeitgemäße wie zuverlässige Autos, die reines Fahrvergnügen bereiten. Kein Zufall also, dass unsere Erfolgsmodelle Fahrer/-innen und Fachpresse gleichermaßen begeistern.