

DIVERSITY MARKETING

Aus: Diversity Newsletter 65 – Winter 2010

Top: Seat – sportliche Emotionen für Alle

Wie Automobilhersteller eine gelungene Werbung für diverse Zielgruppen jenseits von Stereotypen produzieren können, beweist Seat einmal mehr in der Fernsehwerbung für den Ibiza ST. Im Kern vermittelt der Spot, dass das



sportliche Fahrzeug mehr Freiraum fürs Leben gibt, unabhängig von Alter,



persönlichen Interessen oder Herkunft. Und auch unabhängig von Geschlecht, was bei dieser Sportversion positiv auffällt. Gezeigt werden zwei junge Musiker, eine Spanisch sprechende Malerin, ein Französisch sprechendes

Pärchen, das in Kürze ein Baby erwartet, ein Gastronom mittleren Alters, ein junges Pärchen sowie eine junge lachende Frau. Der Spot stellt bewusst die Menschen und ihre Bedürfnisse ins Zentrum der Betrachtung. Das Auto selbst taucht nur sehr kurz am Anfang und Ende auf und wird somit zum Transportmittel. Mit dem Spot macht Seat deutlich, dass das Augenmerk des Seat Ibiza ST klar auf den Bedürfnissen verschiedenster Anwender liegt und somit vor allem durch Funktionalität und emotionalen Mehrwert punktet. Anders als seine Konkurrenten ist der Seat Ibiza ST kein Statussymbol, sondern genauso vielfältig wie seine Zielgruppe.