

PRESSEMITTEILUNG ACV

BUTTER. und der ACV zeigen allen den Vogel

Düsseldorf, 02.08.2021 Deutschlands drittgrößter Automobilclub wirbt erneut mit seinem schrägen Maskottchen für seine Leistungen.

Die erfolgreiche Kampagne der Düsseldorfer Kreativagentur BUTTER. für den ACV geht nach drei Jahren in eine neue Runde. 2018 wurde der ACPfau erstmals dem Publikum präsentiert, mit dem Ziel, die Markenbekanntheit zu steigern, die Merkfähigkeit des Namens zu erhöhen und sich deutlich von der Konkurrenz abzuheben. Nun zünden der ACV und seine Lead-Agentur die nächste Stufe und stellen den ACPfau komplett in dem Mittelpunkt ihrer Bewegtbild-Kommunikation. Natürlich in gewohnt schräger Manier mit Humor und Selbstironie.

Inhaltlich rücken nun die nachhaltige Ausrichtung und die Leistungen des ACV stärker in den Fokus. Dafür wurden zwei 20-sekündige Spots produziert. Ein Spot widmet sich der Verantwortung, die gerade ein Automobilclub gegenüber der Umwelt hat. Denn der ACV hat diese erkannt und arbeitet seit 2019 ganzheitlich an der Verringerung seiner Emissionen. Zudem gleicht er alle nicht vermeidbaren Emissionen durch die Förderung von Klimaschutzprojekten aus und ist damit der ersten klimaneutralen Automobilclub Deutschlands. Der andere Spot fokussiert sich auf die umfassenden Leistungen des ACV zu einem sehr günstigen Preis.

In den Spots erzählt der ACPfau mit äußerst sonorer Stimme von den Vorzügen des ACV – mal auf einer E-Vespa fahrend, mal über Wälder fliegend. Bis es zum überraschenden Bruch kommt, denn anscheinend mag der ACPfau seine tiefe Synchronstimme überhaupt nicht gerne. So hört er mitten im Film auf, seine Rolle zu spielen und hüpfert missmutig bis divenhaft einfach aus den Szenarien. Dadurch erkennt der Zuschauer nun auch, dass alles zuvor Gesehene eigentlich ein Studiodreh war.

Helen Mies, Leiterin Marketing und Corporate Development vom ACV, sagt zur Kampagne: "Wir sind stolz auf diese ungewöhnliche, kreative Idee und die tolle Umsetzung. Ich bin mir sicher, dass wir uns mit diesen Spots weiter von der Konkurrenz abheben und unsere neue Positionierung als klimaneutralen Automobilclub stärken."

Begleitet werden die Hauptfilme von einer 10-sekündigen Kurzfassung des Leistungs-Spots und diversen 6-Sekündern, die weitere ACV Leistungen wie die europaweite Pannenhilfe oder die Pannenhilfe fürs Fahrrad kommunizieren.

Die Kampagne läuft sowohl im TV als auch in diversen Online-Medien.

Umgesetzt wurde die Kampagne erneut in Zusammenarbeit mit der Filmproduktion Film Deluxe und dem Regisseur Tim Stoffel.

Weitere Informationen:

Rike Floehr, Managerin Agenturkommunikation BUTTER. +49 · 211 · 86797-79

Über die Agentur BUTTER.:

BUTTER. ist eine inhabergeführte Kreativagentur aus Düsseldorf. 1995 von Werner Butter gegründet, entwickelt die Agentur heute mit rund 85 Mitarbeitern kanal- und medienübergreifend Kommunikationslösungen für ihre Kunden. Mit einer klugen Strategie, die auf den Kopf zielt und mit emotionaler Kreation, die das Herz trifft. Kurz: Kluge Kreation.

Der ACV Automobil-Club Verkehr:

Der ACV ist der drittgrößte Automobilclub in Deutschland und sichert die tägliche Mobilität von rund 480.000 Mitgliedern. Seit seiner Gründung 1962 hat er seine Leistungen und Services stets erweitert und an die Bedürfnisse seiner Mitglieder angepasst. So integrierte der ACV bereits 2016 einen kostenlosen Fahrradschutzbrief in alle Mitgliedschaften. Anspruch des ACV ist es, seinen Mitgliedern in allen Bereichen des mobilen Lebens zur Seite zu stehen.