

15. Februar 2018

Toyota startet weltweit mit “Start Your Impossible”

Kampagne spiegelt Olympischen und Paralympischen Geist wider

- Lläuft während der Olympischen und Paralympischen Winterspiele in Pyeongchang
- Mobilitätsgeschichten von Athleten und Alltagssportlern
- Ermutigung, Herausforderung und Fortschritt als zentrales Thema

Köln. Pünktlich zu den Olympischen und Paralympischen Winterspielen 2018 in Pyeongchang ist die Toyota Kampagne „Start Your Impossible“ in 27 Ländern gestartet. Die erste weltweite Marketingkampagne würdigt den Wandel von Toyota zum Mobilitätsunternehmen und seine achtjährige Partnerschaft mit dem Internationalen Olympischen und Paralympischen Komitee.

„Start Your Impossible“ zeigt reale Geschichten von olympischen und paralympischen Athleten sowie von Alltagssportlern, die Werte verkörpern wie Demut, harte Arbeit und den Willen, niemals aufzugeben. Die Kampagne bringt das langfristige Bestreben des Unternehmens zum Ausdruck, eine integrative und nachhaltige Gesellschaft zu schaffen, in der jeder durch Entschlossenheit und Toyota Technologien scheinbar Unmögliches erreichen kann. Die Multi-Plattform-Kampagne basiert auf den beiden Säulen „Inspiration“ (Wille und Kraft des menschlichen Geistes) und „Beweis“ (wie Toyota Innovationen Menschen helfen können, sich zu bewegen).

Die „Start Your Impossible“-Werbespots umfassen:

- „Frozen“ („Gefroren“): „Frozen“ präsentiert einzigartige Momente der olympischen und paralympischen Geschichte und soll zur Diskussion über die globale Erderwärmung und deren mögliche Auswirkungen auf Schönheit, Hoffnung und Helden der Olympischen und Paralympischen Winterspiele anregen.
- „Thin Ice“ („Dünnes Eis“): Der menschliche Geist ist kraftvoll und unbezähmbar. Wenn Hindernisse auftauchen, sind außergewöhnliche Menschen bereit, diese zu überwinden. Die amerikanische Eiskunstläuferin und Medaillengewinnerin Ashley Wagner kehrt mit der Idee auf das Eis zurück, dass jeder Tag eine Chance bietet, zu tanzen, sich zu bewegen und über das Eis zu schweben.

- „Lanes of Life“ („Spuren des Lebens“): „Lanes of Life“ begleitet das Leben sechs olympischer Snowboarder: Eva Samková (Tschechien), Lindsey Jacobellis (USA), Belle Brockhoff (Australien), Chloé Trespeuch (Frankreich), Carle Brenneman (Kanada) und Isabel Clark Ribeiro (Brasilien).
- „Dreams“ („Träume“): Der kleinste Fehler kann den Traum eines Sportlers für immer verändern – genauso wie ein kleiner Fehler im Straßenverkehr. „Dreams“ zeigt, wie Toyota Assistenztechnologien Autofahrer unterstützen.
- „Magic“ („Magie“): Der Toyota Assistenz-Roboter „Human Support Robot“ (HSR) hilft einem Jungen, der an das Bett gefesselt ist.
- „Runner“ („Läufer“): Ein Mann läuft Schmerz, Angst und Zweifel davon, um den schwierigsten Schritt seines Lebens zu machen.
- „Join the Team“ („Tritt dem Team bei“): Zeigt den olympischen Moment eines Jungen, der erkennt, dass er mit Beharrlichkeit seine Träume verwirklichen kann

Toyota sendet auch bereits veröffentlichte Werbespots, darunter den 60-sekündigen „Good Odds“ („Gute Chancen“). Er zeigt die Geschichte der kanadischen Para-Skifahrerin Laura Woolstencroft, die auf dem Weg zur Goldmedaille enorme Herausforderungen überwindet. Das ebenfalls 60-sekündige „Mobility Anthem“ („Mobilitätshymne“) zeigt Geschichten von Menschen zwischen 1 und 100 Jahren, in denen das Streben von Toyota zum Ausdruck kommt, die Mobilität aller Menschen zu verbessern.

„Toyota glaubt, dass Mobilität weit über Autos hinausgeht und Bewegung ein Menschenrecht ist. Diese Kampagne und unsere weltweite Partnerschaft mit dem Internationalen Olympischen und Paralympischen Komitee zeigen, dass wir allen Menschen die Freiheit bieten wollen, sich zu bewegen“, erklärt Ed Laukes, Group Vice President für die Toyota Division Marketing bei Toyota Motor North America. „Start Your Impossible erzählt die Geschichten außergewöhnlicher menschlicher Stärke und Triumphe.“

„Start Your Impossible ist eine weltweite Unternehmensinitiative, die Toyota Mitarbeiter, Partner und Kunden inspirieren und mit den Grundüberzeugungen des Unternehmens verbinden soll“, ergänzt Noriaki Yamashita, General Manager der Sales & Marketing Support Division der Toyota Motor Corporation.

„Start Your Impossible“ ist in Zusammenarbeit mit Saatchi & Saatchi und Dentsu entstanden.

Weitere Informationen über die Toyota Partnerschaft mit dem Internationalen Olympischen und Paralympischen Komitee und über die „Start Your Impossible“-Kampagne gibt es online unter www.mobilityforall.com und auf dem weltweiten YouTube-Kanal von Toyota.

Diese Meldung und weitere Informationen rund um Toyota finden Sie auch unter:

www.toyota-media.de

Ihr Ansprechpartner bei redaktionellen Rückfragen:

Sandra Tibor, Tel. (02234) 102-2235, Fax (02234) 102-992235

Sandra.Tibor@toyota.de