

IWC | Born of a Dream

Kampagnenbeschreibung

Aufgabe

Entwicklung einer Storytelling-Kampagne mit Fokus auf den US Markt mit dem Ziel der Steigerung der Markenbekanntheit unter Einbeziehung der Founding Story mitsamt der amerikanischen Heritage der Marke.

Idee

Wir verknüpfen die Story der Marke mit der des IWC Markenbotschafters und erfolgreichsten Football Spielers aller Zeiten: Tom Brady. Die Lebenswege zwischen Tom Brady und IWC Gründer F.A. Jones weisen erstaunliche Parallelen auf. Nicht nur die Stadt Boston, die für beide Dreh- und Angelpunkt ihrer Geschichten ist, sondern auch die Tatsache, dass sie beide gegen Zweifler und vielerlei Widerstände auf dem Weg zur Erfüllung ihres Traums behaupten mussten.

Lösung

In einem ambitionierten Kurzfilmprojekt entstehen 2 Filme in Spielfilm-Qualität. Gemacht für die große Leinwand und die existierenden Filmfestival Partnerschaften von IWC. Wir folgen der Geschichte des IWC Founders F.A. Jones, der von Boston aus in die Schweiz aufbricht und begleiten den jungen Tom Brady auf seiner Reise zum besten Football Spieler aller Zeiten, die in Boston bei den New England Patriots endet. Zwei Träume. Und zwei Träumer, die sich bis zum Ende durchsetzen mussten.