



Volkswagen startet Golf Kampagne in 33 Ländern

Volkswagen startet Golf Kampagne in 33 Ländern
Werbekampagne teilt sich erstmalig in drei Phasen
Erster Teil konzentriert sich auf Suche nach den "wichtigsten Dingen" im Leben
Online-Plattform www.onething.de regt zum Nachdenken und Mitteilen an
September 2012 - Zeitgleich zur Weltpremiere des neuen Golf startet Volkswagen die internationale Werbekampagne. Schwerpunkt der ersten Werbephase sind Menschen und ihre Prioritäten im Leben. Durch sieben persönliche Fragen entsteht eine emotionale Tonalität, die den Werbeauftritt des neuen Golf über alle Medienkanäle hinweg prägt.
Zukunft braucht Engagement: Denn faszinierende Autos, passgenaue Dienstleistungen und ein gutes Image sind die Grundlage jeder starken Marke", erklärt Giovanni Perosino, Leiter Marketing Kommunikation Volkswagen. "Unsere Werbung soll berühren - durch authentische, menschliche, sympathische und klare Botschaften. So wollen wir das positive Image der Marke Volkswagen weiter stärken."
Um Begeisterung und Interesse bei der Zielgruppe zu wecken, stellt Volkswagen auf der Online-Plattform des neuen Golf allen Nutzern persönliche Fragen, die zum Nachdenken anregen: "Wenn du in deinem Leben nur EIN LIED hören könntest, welches wäre es?" und "Wenn du an nur EINEM ORT leben könntest, welcher wäre es?" sind nur zwei der insgesamt sieben Fragen, die die Besucher auf der Webseite beantworten können.
Die User von onething.de können sich online eine eigene Profiseite anlegen und ihre Antworten über die sozialen Netzwerke Facebook, Twitter und Google+ mit ihren Freunden teilen. Zusätzlichen Mehrwert bieten Gewinnspiele und ein personalisierter Film, der die zuvor gegebenen Antworten im Stil eines Roadmovies filmisch inszeniert. Statistiken illustrieren dabei das breite Spektrum der Antworten und heben landesspezifische Eigenheiten hervor.
Volkswagen ist es außerdem gelungen, verschiedene prominente Persönlichkeiten dafür zu gewinnen, die Kampagne über ihre eigenen sozialen Online-Kanäle zu verbreiten. So legen sich Prominente wie DJ Paul van Dyk oder Profi-Skateboarder Tony Hawk ihr eigenes Profil auf onething.de an.
Auch der zur ersten Kampagnenphase gehörende TV-Werbespot "ONETHING" erzählt mit Hilfe internationaler Darsteller von den wichtigsten Dingen im Leben. Regie führte der Engländer Brett Foraker, der unter anderem als Creative Director für den britischen TV-Sender Channel 4 tätig war.
Eine zweite Kampagnenphase zum neuen Golf wird sich Ende Oktober anschließen. DDB und Grabarz Partner halten gemeinsam den Etat an der Werbekampagne.
Volkswagen (VW)
Berliner Ring 2
38440 Wolfsburg
Deutschland
Telefon: +49 - (0)5361 - 9 - 0
Telefax: +49 - (0)5361 - 9 - 28282
Mail: vw@volkswagen.de
URL: <http://www.volkswagen.de>

Pressekontakt

Volkswagen (VW)

38440 Wolfsburg

volkswagen.de
vw@volkswagen.de

Firmenkontakt

Volkswagen (VW)

38440 Wolfsburg

volkswagen.de
vw@volkswagen.de

Der Volkswagen-Konzern mit Sitz in Wolfsburg ist einer der führenden Automobilhersteller weltweit und der größte Automobilproduzent Europas. Im Jahr 2004 gelang es dem Konzern in einem schwierigen wirtschaftlichen Umfeld die Auslieferungen von Fahrzeugen an Kunden auf 5,079 Millionen zu steigern, das entspricht einem Pkw-Weltmarktanteil von 11,5 Prozent. In Westeuropa, dem größten Pkw-Markt der Welt, stammt nahezu jeder fünfte neue Pkw (18,1 Prozent) aus dem Volkswagen-Konzern. Der Umsatz des Konzerns erhöhte sich im Jahr 2004 auf 88,9 Milliarden €. In elf Ländern Europas und in sieben Ländern Amerikas, Asiens und Afrikas betreibt der Konzern 47 Fertigungsstätten. Über 343.000 Beschäftigte produzieren an jedem Arbeitstag rund um den Globus mehr als 21.500 Fahrzeuge oder sind mit fahrzeugbezogenen Dienstleistungen befasst. Seine Fahrzeuge bietet der Volkswagen-Konzern in mehr als 150 Ländern an. Ziel des Konzerns ist es, attraktive, sichere und umweltschonende Fahrzeuge anzubieten, die im zunehmend scharfen Wettbewerb auf dem Markt konkurrenzfähig und jeweils Weltmaßstab in ihrer Klasse sind.