



## Volkswagen öffnet neues Kapitel im "Think Blue. Book."

Volkswagen öffnet neues Kapitel im "Think Blue. Book." Neuer Image-Spot fokussiert nachhaltige Produktion und internationale Projekte bei Volkswagen  
10. Juni 2013 - In Fortsetzung der im März 2013 gestarteten "Think Blue. Book."- Kampagne präsentiert Volkswagen einen neuen Image-Spot und erste Printanzeigen. Im Mittelpunkt stehen dabei die Ziele der Marke zur nachhaltigen Produktion ("Think Blue. Factory.") sowie nationale und internationale Projekte zum Thema Umweltschutz.  
"Weniger Umweltbelastung - Mehr Nachhaltigkeit - Gemeinsam Ziele erreichen" - so lauten die Kernbotschaften des neuen Werbespots, der die Umweltziele der Marke Volkswagen, wie die Reduktion der produktionsbedingten Umweltbelastung um 25 Prozent, in gewohnt spielerischer Tonalität aufgreift. Gestalterisches und dramaturgisches Leitmotiv des Clips ist erneut das "Think Blue."- Buch, das neben Seiten zur "Think Blue. Factory." auch Ausschnitte zum Erdgasflitzer eco up! sowie Fotos der Initiative "jugend denkt um. welt" und der internationalen Spritspar-Meisterschaft enthält.  
Wie der Vorgänger-Spot zum eco up!, bedient sich der neue "Think Blue."-Image-Spot der "Stop-Motion-Technik". Hierbei wird durch die Aneinanderreihung unbewegter, handgefertigter Motive die Illusion von Bewegung erzeugt. Die im Imagefilm enthaltene Papier-Landschaft wurde als haptisches Modell gebaut und mittels CGI-Effekten (computer-generated imagery) in 3D übertragen.  
Im Rahmen der aktuellen Kampagne sind zudem zwei neue Anzeigenmotive zur nachhaltigen Modellpalette und zur Initiative "Think Blue." erschienen. Den Kampagnen-Etat hält BlackBoardBerlin. Weitere Spots und Print-Motive folgen in den nächsten Monaten.  
Kreativagentur: BlackBoard Berlin  
Produktionsfirma: Bakery Films, Hamburg  
Regisseur: Florian Sigl  
Musik: "Wouldnt it be nice" (Cover-Version von Tiziano Lamberti)  
Filmtechnik: Stop Motion, CGI  
Über Think Blue.  
"Think Blue." ist mehr als ein Konzept oder eine Strategie. "Think Blue." ist die ganzheitliche Haltung von Volkswagen, mit der das Unternehmen umweltschonende Mobilität und nachhaltiges individuelles Handeln fördert. Unter diesem Dach bündelt Volkswagen automobiler Effizienztechnologien, die Entwicklung alternativer Antriebe, neue Mobilitätskonzepte wie das Carsharing-Projekt "Quicar" sowie das Programm "Think Blue. Factory.", mit dem Volkswagen die Produktion an seinen Standorten bis 2018 um 25 Prozent umweltfreundlicher machen will. Zudem umfasst "Think Blue." zahlreiche Kooperationen mit Umweltverbänden weltweit.  
Bildunterschrift: "Weniger Umweltbelastung - Mehr Nachhaltigkeit - Gemeinsam Ziele erreichen" - so lauten die Kernbotschaften des neuen Think Blue - Werbespots.  
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.