



3. Mai 2024

Neue Volkswagen Kampagne erzählt persönliche Geschichten von Kundinnen und Kunden

- Globale VW-Kampagne YourWagen startet in Großbritannien am 4. Mai 2024
- Emotionale Storys, Bilder und Videos zeigen die Beziehungen zum eigenen Volkswagen

Wolfsburg /Milton Keynes – Volkswagen stellt die Kundinnen und Kunden künftig auch im Marketing noch konsequenter in den Mittelpunkt: Die neue internationale Kampagne YourWagen zeigt wie Volkswagen Modelle seit jeher zuverlässige Partner in den vielfältigsten Lebenslagen sind – emotional, augenzwinkernd und unterhaltsam. Als erster Markt startet Großbritannien mit der Kampagne. Den Auftakt bildet ein 60-sekündiger TV-Spot, der am Abend des 4. Mai in der Castingshow „Britain’s Got Talent“ auf dem Sender ITV zu sehen ist. Parallel werden auf der Website von Volkswagen Fahrern und ihren Autos veröffentlicht. Hinzu kommen zahlreiche Aktivitäten auf den Social Media-Kanälen, aber auch im Handel und bei weiteren Events.



Globale VW-Kampagne YourWagen startet in Großbritannien am 4. Mai 2024

Susanne Franz, Chief Marketing Officer der Marke VW: „Volkswagen baut seit jeher das beste und richtige Fahrzeug für jede Lebenssituation. Was gibt es Besseres als die Menschen, die unsere Marke lieben und leben, zum Mittelpunkt unserer Kampagne zu machen.“

Ab dem 4. Mai erzählt die Kampagne YourWagen facettenreiche Geschichten aus dem Leben von Volkswagen Besitzern.

Ob SurfWagen, MumWagen oder TeamWagen – jeder hat seinen ganz persönlichen YourWagen, denn die Beziehungen zum eigenen Volkswagen sind vielfältig. Der Auftaktfilm zeigt Erinnerungen an Freundschaft und Liebe und verrät, wie sich Schwierigkeiten überwinden und Hobbys in Karrieren verwandeln lassen. Mit dem legendären Herbie ist sogar ein Filmstar dabei.

Volkswagen ist bekannt für innovative Werbung und legendäre Slogans wie „Think small“, „Er läuft und läuft und läuft ...“ oder „Das Auto.“ Die YourWagen-Kampagne fokussiert sich auf das kollaborative Storytelling und setzt sich damit bewusst von anderen Kampagnen ab: „Wir haben unsere Kundinnen und Kunden sowie Fans von Anfang an einbezogen und mit ihnen zusammengearbeitet, um etwas zu schaffen, das wir für einzigartig und gemeinschaftlich halten“, so Susanne Franz.

Imelda Labbé, Volkswagen Vorständin für Vertrieb, Marketing und After Sales: „Ohne Volk kein Volkswagen, so lässt sich das Konzept unserer YourWagen Kampagne auf den Punkt bringen. Unseren Kundinnen und Kunden sind für unsere Marke von zentraler

Medienkontakt

Volkswagen Communications
Nina Krake-Thiemann
Pressesprecherin Vertrieb, Marketing
und After Sales
Tel: +49 152 06262625
nina.krake-
thiemann@volkswagen.de



Mehr auf
volkswagen-newsroom.com



Medieninformation



Bedeutung, deswegen stellen wir sie konsequent in den Mittelpunkt der neuen Kampagne.“

Nur wenige Automobilhersteller haben eine vergleichbare Tradition wie Volkswagen. Seit mehr als 70 Jahren macht die Marke innovative Technologien, höchste Qualität und attraktives Design für viele Menschen erreichbar – unter anderem mit Bestsellern wie dem Käfer, dem Golf oder der vollelektrischen ID. Familie. Dieser menschliche Faktor macht Volkswagen für seine Fans so einzigartig.

Weitere Informationen und die Videoclips sind auf der Volkswagen UK Website verfügbar: <https://www.vwpress.co.uk/en-gb/releases/5131>

Die Marke Volkswagen Pkw ist weltweit präsent und produziert Fahrzeuge an 29 Standorten in zwölf Ländern. Im Jahr 2023 hat Volkswagen rund 4,87 Millionen Fahrzeuge ausgeliefert. Hierzu gehören Bestseller wie Polo, T-Roc, T-Cross, Golf, Tiguan oder Passat sowie die vollelektrischen Erfolgsmodelle der ID. Familie. Das Unternehmen übergab im vergangenen Jahr weltweit rund 394.000 reine Elektrofahrzeuge an Kunden. Derzeit arbeiten weltweit rund 170.000 Menschen bei Volkswagen. Mit seiner Strategie ACCELERATE treibt Volkswagen seine Weiterentwicklung zur begehrtesten Marke für nachhaltige Mobilität konsequent voran.
