



19. Juni 2024

Volkswagen präsentiert zur Europameisterschaft Kampagne für Toleranz: „Ein Europa. Ein Gefühl. Ein Fußball.“

- Susanne Franz, Chief Marketing Officer Volkswagen: „Vielfalt ist für uns unverzichtbar – nicht erst seit der EM“
- Ex-Profis Lena Goeßling und Gerald Asamoah mit klaren Statements für Diversität

Wolfsburg – Volkswagen setzt im Rahmen der Fußball-Europameisterschaft ein Zeichen für Vielfalt und Toleranz. Das Unternehmen nutzt das Turnier in Deutschland mit der Haltungskampagne „Ein Europa. Ein Gefühl. Ein Fußball.“, um dem Thema Diversität eine Bühne zu bieten. Am Rande der EM-Vorrundenpartie zwischen Deutschland und Ungarn traf sich Volkswagen Marketingleiterin Susanne Franz in Stuttgart mit Experten aus dem Spitzen- und dem Breitensport.



Gemeinsam für Vielfalt und Toleranz (von links):
Susanne Franz, Gerald Asamoah, Lena Goeßling.

Susanne Franz, Chief Marketing Officer Volkswagen: „Die Fußball-EM 2024 ist mehr als ein Turnier. Sie verbindet Menschen aus 24 Nationen. Hunderttausende Fans in den Stadien und auf den Straßen. Für Volkswagen spielen Vielfalt und Toleranz nicht erst seit der Heim-EM eine unverzichtbare Rolle.“ Das Unternehmen unterstützt den Fußball schon seit vielen Jahrzehnten. Von der Breite bis in die Spitze. Zur

Europameisterschaft hat VW die Haltungskampagne „Ein Europa. Ein Gefühl. Ein Fußball.“ entwickelt, um in diesem weltweit beachteten Rahmen ein starkes Statement zu setzen. Franz sagt: „Wir machen uns für die Gleichstellung von Frauen- und Männerfußball stark und engagieren uns gegen Stereotype und Vorurteile nicht nur im Sport.“

Gemeinsam auf und neben dem Platz. In Stuttgart sprach Franz mit Gästen aus dem Spitzen- und dem Breitensport über die Vielfalt des Fußballs. „Egal wer spielt, egal wo gespielt wird, es ist nicht Frauenfußball, es ist nicht Männerfußball – es ist EIN Fußball“, betonte Lena Goeßling, die von 2011 bis 2021 für den von Volkswagen unterstützten Club VfL Wolfsburg spielte. Die Europameisterin von 2013 und Olympiasiegerin von 2016 engagiert sich seit Jahren für weltoffene Vielfalt und gegen jede Art von Diskriminierung. „Es ist mir wichtig, meine Stimme zu erheben und präsent zu sein, denn nur gemeinsam sind wir stark, das war schon zu meiner aktiven Zeit so“, sagte Goeßling, die zwischen 2008 und 2019 insgesamt 106-mal für die deutsche Nationalmannschaft der Frauen auflief.

Fußball für ein vielfältiges Miteinander. Gerald Asamoah hat mit #stehtauf eine zentrale Antirassismus-Initiative seines ehemaligen Vereins FC Schalke 04

Medienkontakt
Volkswagen Communications
Dominik Wrasmann
Sprecher Sportkommunikation
Tel: +49 152 22992673
dominik.wrasmann@volkswagen.de

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



Mehr auf
volkswagen-newsroom.com

ACCELERATE
DIGITAL. ENERGIZED



Medieninformation

mitbegründet und geprägt. „Als aktiver Spieler bin ich immer wieder mit Rassismus konfrontiert worden“, sagte der ehemalige Profi und Vize-Weltmeister von 2002. „Wir schreiben das Jahr 2024 und sprechen noch immer über dieses Thema, weil es leider noch immer präsent ist.“ Deshalb dürfe man nicht wegschauen. „Ich freue mich sehr, dass Unternehmen wie Volkswagen so engagiert sind, und ich möchte jeden ermutigen, sich auch aktiv einzusetzen“, so Asamoah.

Diversität für Kulturwandel und Transformation. „Wir leben Vielfalt“ ist einer der Konzerngrundsätze von Volkswagen. Darin heißt es: „Wir sind bunt, unterschiedlich, einzigartig“. „Ohne Diversität würde unser Unternehmen stillstehen“, sagte Franz. Der Marketingchefin von VW ist bewusst, dass der Weg lang ist, „aber ohne Vielfalt können Kulturwandel und Transformation auch bei Volkswagen nicht funktionieren“. Diesen Prozess könne der Fußball mit seiner Strahlkraft und seinen Emotionen vorantreiben.

Unterstützung in Spitze und Breite. Bei der Europameisterschaft ist VW nicht nur als Sponsor des Deutschen Fußball-Bundes (DFB) präsent, sondern auch Mobilitätspartner bei fünf weiteren europäischen Verbänden, die sich für die EM-Endrunde qualifiziert haben: Frankreich, Niederlande, Italien, Schweiz und Dänemark. Die Unterstützung beschränkt sich aber nicht nur auf die große Bühne – gerade der Fußball in der Breite ist das verbindende Element zwischen Volkssport und Volkswagen. So setzt sich das Unternehmen unter anderem als Partner der Sepp-Herberger-Stiftung des DFB für die selbstbestimmte und gleichberechtigte Teilnahme von Menschen mit Behinderung am organisierten Fußballspielbetrieb ein.

Mehr Erfolg durch Diversität. Und so sagt Franz: „Volkswagen kann vom Sport lernen, dass erfolgreiche Teams in der Regel divers aufgestellte Teams sind. Auf dem Platz steht das gemeinsame Ziel im Vordergrund – unabhängig davon, ob jemand Beeinträchtigungen hat oder wo jemand herkommt.“ Getreu dem Motto: „Ein Europa. Ein Gefühl. Ein Fußball.“

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.
