

Paris 2012: Volkswagen inszeniert Golf

Der Messeauftritt von Volkswagen beim Pariser Automobilsalon (29.9. - 14.10.2012) wird seinen Schwerpunkt auf den neuen Golf richten. Der sogenannte „Volkswagen Hyperdrive“, der Messestand der Marke, fungiert als große, interaktive Bühne, die das Fahrzeug mittels Filmprojektion, Lichtinszenierung und Besucher-interaktion erlebbar macht. Neben dem neuen Golf, der in unterschiedlichen Ausstattungslinien gezeigt wird, präsentiert Volkswagen an den Publikumstagen auf seinem 2763 Quadratmeter großen Stand unter anderem Modellvarianten des Úp, des CC, des Beetle sowie verschiedene R-Line-Modelle.

90 Meter lang und 998 Quadratmeter groß ist das dreidimensionale Raumtragwerk des Hyperdrive. In dessen Innerem befinden sich verschiedene Besucherzonen, die die Phasen der Marketingkampagne aufgreifen. Das Herzstück der Messepräsentation bildet das sogenannte „Feature Lab“, eine 30 Meter lange interaktive Fläche, die die reale und mediale Fahrzeugpräsentation miteinander verbindet. Die Messegäste können sich dank Laserradar-Technologie, wie auf einem riesigen Tablet-PC, individuell mit den Produktinnovationen beschäftigen. Im abschließenden Technikbereich „Innovation Cell“ vermittelt Volkswagen Nachhaltigkeitsthemen, Technologien und Innovationen.

Architektonisch greift der Volkswagen Hyperdrive typische Designelemente des neuen Golf, wie die geschärfte Tornadolinie, den markanten Tankverschluss sowie A- und C-Säule auf. (ampnet/nic)