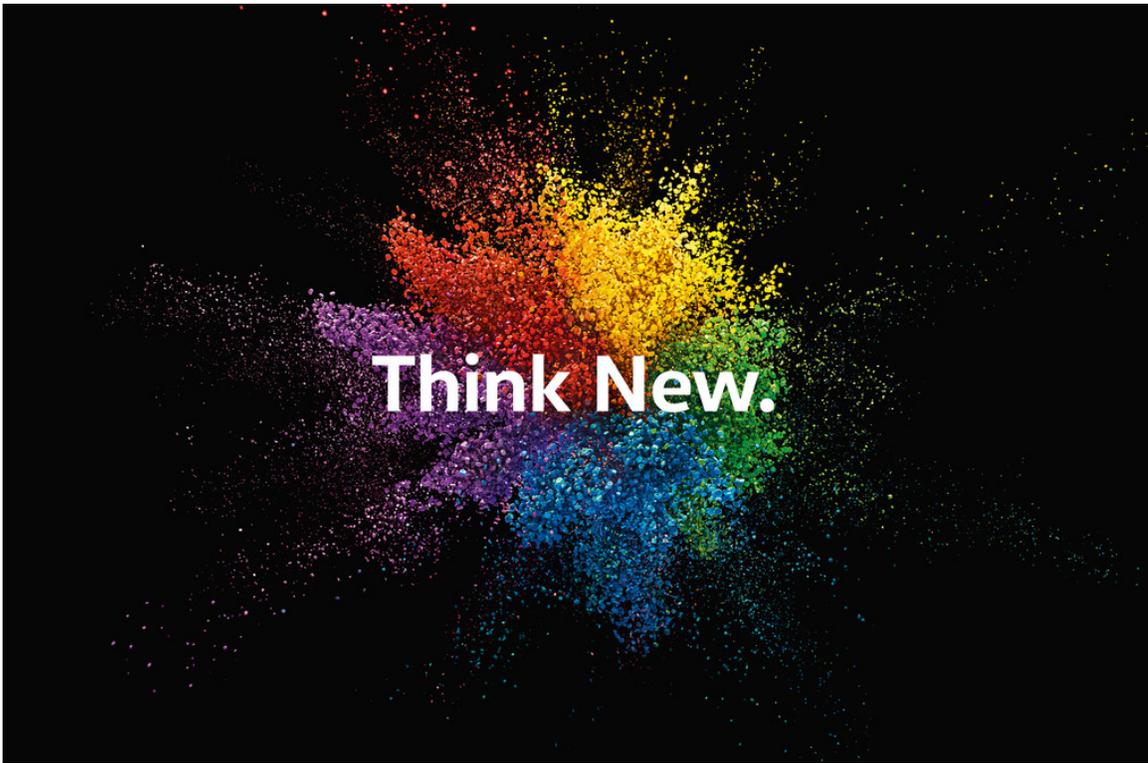


Volkswagen startet Kampagne „Think New.“

Mit dem Slogan „Think New.“ startet Volkswagen aktuell die erste Phase einer mehrstufigen Innovationskampagne. Das Motto knüpft an die Kampagnen „Think Small.“ und „Think Blue.“ An. Klassische TV- und Printwerbung wird ergänzt durch digitales Flankieren auf der Microsite www.volkswagen.de/thinknew sowie auf den sozialen Netzwerken Facebook, Twitter, You-Tube und Instagram. Der inhaltliche Fokus liegt auf Innovationen, die das mobile Leben aller Kunden erleichtern sollen. Beispielsweise wirft Volkswagen in alltäglichen „Think New. Stories“ einen Blick auf Bedientechnologien von heute und morgen.

Mit der Teaser-Phase leitet Volkswagen das neue Kampagnenthema „Think New.“ zunächst rein visuell ein. Ohne viel zu verraten, zirkuliert das Motto unter wechselnden Attributen wie „Neu ist überraschend“ oder „Neu ist aufregend“ durch alle Medienkanäle und soll die Neugier auf mehr. Wie zukünftige und bereits erlebbare Assistenzsysteme von Volkswagen aussehen, verrät die anschließende Launch-Phase. Diese bildet den Kern der Kampagne. In der letzten Phase setzt der neue Passat GTE ein. Neben klassischen Werbekanälen ist auch hier besonders der Internetauftritt von zentraler Bedeutung für die Kampagne. In einem umfangreichen Webspecial wird eine Serie von Online-Spots mit korrespondierenden Socia- Media-Inhalten verknüpft. Die Filme nutzen humorvolle Beispiele, um die GTE-Technologien anschaulich und unterhaltsam zu vermitteln. (ampnet/nic)



Volkswagen Innovationskampagne „Think New.“ .
