

---

## VW will Marketingeffizienz deutlich steigern

Die Marke Volkswagen will bis 2020 bei annähernd gleichem Media-Etat von 1,5 Milliarden Euro die Effizienz im Marketing um etwa 30 Prozent steigern. Der digitale Anteil im Medienmix soll sich auf fast 50 Prozent erhöhen. 2015 lag er noch bei etwa 25 Prozent. Vor dem Hintergrund einer zunehmend personalisierten Ansprache der Kunden wird sich die Anzahl der Kampagnenelemente, wie beispielsweise Filme oder Anzeigen, in etwa verfünffachen.

Das globale Netzwerk von aktuell rund 40 Agenturen wird die Marke künftig zu drei Lead Agenturen zusammenfassen. Die Omnicom Group wird für Europa und Südamerika verantwortlich sein sowie WPP für Nordamerika. In China ist weiterhin Cheil für VW tätig. Ab kommendem Jahr werden die Marketing-Aktivitäten in diesen Regionen in vier neuen „Powerhouses“ gebündelt, die in Berlin, New York, São Paulo und Peking eröffnet werden. Erstmals werden mit diesem Konzept globale Kampagnen möglich.

Im Produktbereich werden 2019 der Golf der achten Generation und der ID. wichtige Themen sein. Beide Autos werden vollvernetzt sein und digitale individualisierte Dienste für den Kunden im Fahrzeug ermöglichen. Darüber hinaus will VW neue digitale Plattformen, etwa die Online-Vertriebsplattform für die digitalen „We“-Dienste wie beispielsweise den digitalen Lieferdienst „We Deliver“, schaffen. Volkswagen und Diconium bringen eine Vertriebsplattform auf den Weg, über die Kunden künftig auch Demand-Funktionen für das vernetzte Fahrzeug einkaufen und verwalten können. Die Marke erwartet, dass dadurch im Jahr 2020 allein circa 360 Millionen Besucher auf ihre zentrale Website kommen, das sind etwa 70 Prozent mehr als im Jahr 2015.

Neue Markenplattformen, wie die Partnerschaft mit DFB und UEFA, erfordern ebenfalls neue Ansätze im Marketing. Das neue Markendesign, das im nächsten Jahr das Erscheinungsbild von VW verjüngen und modernisieren soll, wird voraussichtlich im Frühjahr vorgestellt. Die direkte Kommunikation von Volkswagen mit dem Kunden erfolgt künftig über eine persönliche Kunden-ID, die mit dem neuen Vertriebssystem der Marke ab 2020 eingeführt wird. (ampnet/jri)

---

## Bilder zum Artikel



VW-Logobild

Foto: