



Volkswagen startet neue internationale Marketing-Kampagne "Think Blue.Book."

Volkswagen startet neue internationale Marketing-Kampagne "Think Blue.Book." Spot zum eco up! macht den Anfang
Weitere Filme folgen in den nächsten Monaten
Mit dem TV-Spot zum eco up! läutet Volkswagen seine neue Marketing-Kampagne im Rahmen des Nachhaltigkeitsansatzes "Think Blue." ein. Mit weiteren Werbespots werden in den nächsten Monaten die neuen verbrauchseffizienten und emissionsarmen Volkswagen Modelle im Rahmen der Kampagne "Think Blue.Book." vorgestellt. Darüber hinaus gibt die Kampagne Einblick, wie "Think Blue." als Haltung bei Volkswagen gelebt wird.
In Fortführung der Vorgängerkampagne "Think Blue.Symphony" zeichnet sich "Think Blue.Book." durch die betont spielerische Auseinandersetzung mit dem Thema Nachhaltigkeit aus. Gestalterisches und dramaturgisches Leitmotiv ist ein Buch, das im ersten Spot der Kampagne von den Vorzügen des neuen Erdgasflitzers eco up! erzählt: "Hohe Reichweite. Für kleines Geld."
Der eco up! bewegt sich im Spot durch eine urbane Landschaft aus Papier, die als haptisches Modell gebastelt und mittels CGI (computer-generated-imagery) in 3D übertragen wurde. Für die Erstellung von Intro und Outro (Hand-/Buch-Teil) wurde die "Stop-Motion-Technik" gewählt. Bei dieser Filmtechnik werden jeweils einzelne Bilder von unbewegten Motiven aufgenommen, die aneinandergereiht die Illusion von Bewegung erzeugen. Am Ende erkennt der Zuschauer, dass sich die Fahrscenen innerhalb des eingangs geöffneten Buches abgespielt haben. Musikalisch begleitet wird der Spot durch eine zeitgenössische Interpretation des Beach-Boy-Klassikers "Wouldnt it be nice".
Wir sind stolz auf unsere neue "Think Blue." Kampagne, weil sie in ihrer spielerischen Tonalität unsere Überzeugung transportiert, dass es einfach ist und Spaß machen kann, die Umwelt zu schonen und nachhaltig zu leben", erklärt Jürgen Stackmann, Leiter Marketing des Volkswagen Konzerns und der Marke Volkswagen Pkw. "Think Blue.Book. soll ein weiterer Meilenstein in unserem Bestreben sein, das Bewusstsein der Öffentlichkeit für nachhaltiges Handeln zu schärfen und zu zeigen, wie wir als Automobilhersteller unsere Verantwortung wahrnehmen." Der TV-Clip zum eco up! hat am 25. März Premiere im deutschen Fernsehen. Den Kampagnen-Etat hält die Agentur BlackBoard Berlin.
Weitere Informationen zur Kampagne und zum eco up! Spot
Premiere: 25. März 2013 auf N24
Produktionsfirma: Bakery Films, Hamburg
Kreativagentur: BlackBoard Berlin
Regisseur: Florian Sigl
Musik: "Wouldnt it be nice" (komponiert von Wilson-Asher-Love; Cover-Version von Tiziano Lamberi)
Filmtechnik: Stop Motion, CGI
Dauer des Drehs: neun Tage
Weitere Spots der Kampagne: z.B. Jetta Hybrid oder Golf TDI/TGI BlueMotion
Volkswagen (VW)
Berliner Ring 2
38440 Wolfsburg
Deutschland
Telefon: +49 - (0)5361 - 9 - 0
Telefax: +49 - (0)5361 - 9 - 28282
Mail: vw@volkswagen.de
URL: <http://www.volkswagen.de>

Pressekontakt

Volkswagen (VW)

38440 Wolfsburg

volkswagen.de
vw@volkswagen.de

Firmenkontakt

Volkswagen (VW)

38440 Wolfsburg

volkswagen.de
vw@volkswagen.de

Der Volkswagen-Konzern mit Sitz in Wolfsburg ist einer der führenden Automobilhersteller weltweit und der größte Automobilproduzent Europas. Im Jahr 2004 gelang es dem Konzern in einem schwierigen wirtschaftlichen Umfeld die Auslieferungen von Fahrzeugen an Kunden auf 5,079 Millionen zu steigern, das entspricht einem Pkw-Weltmarktanteil von 11,5 Prozent. In Westeuropa, dem größten Pkw-Markt der Welt, stammt nahezu jeder fünfte neue Pkw (18,1 Prozent) aus dem Volkswagen-Konzern. Der Umsatz des Konzerns erhöhte sich im Jahr 2004 auf 88,9 Milliarden €. In elf Ländern Europas und in sieben Ländern Amerikas, Asiens und Afrikas betreibt der Konzern 47 Fertigungsstätten. Über 343.000 Beschäftigte produzieren an jedem Arbeitstag rund um den Globus mehr als 21.500 Fahrzeuge oder sind mit fahrzeugbezogenen Dienstleistungen befasst. Seine Fahrzeuge bietet der Volkswagen-Konzern in mehr als 150 Ländern an. Ziel des Konzerns ist es, attraktive, sichere und umweltschonende Fahrzeuge anzubieten, die im zunehmend scharfen Wettbewerb auf dem Markt konkurrenzfähig und jeweils Weltmaßstab in ihrer Klasse sind.