

VfL Wolfsburg tritt mit GTI Trikotwerbung zum Pokal-Halbfinale bei Bayern München an

VfL Wolfsburg tritt mit GTI Trikotwerbung zum Pokal-Halbfinale bei Bayern München an
 Sportwagen-Ikone soll Verein Extraschub für den Einzug ins Endspiel verleihen Bundesweite Aufmerksamkeit dank Live-Übertragung im Fernsehen Wolfsburg, 15. April 2013 - Im Mai steht er beim Händler, am morgigen Dienstag zielt er bereits das Trikot des VfL Wolfsburg: der neue Golf GTI. Wenn der Bundesligist im Halbfinale des DFB-Pokals beim FC Bayern München antritt, hofft er darauf, dass ihm die Sportwagen-Ikone seines Partners Volkswagen einen Extraschub verleiht. Denn nur der Sieger des Spiels erreicht das Finale um den traditionsreichen Vereinswettbewerb in Berlin.
"Der Golf GTI steht für Dynamik und Performance. Ich hoffe, dass diese beiden Attribute nach dem Spiel auch für unsere Leistung bei den Bayern gelten", sagt Klaus Allofs, Geschäftsführer Sport des VfL Wolfsburg. Bislang trat der Verein mit dem runden Volkswagen Emblem auf der Brust im DFB-Pokal an, das die Mannschaft von Trainer Dieter Hecking nun bis ins Halbfinale geführt hat. Dies ist der größte Pokal-Erfolg seit der Saison 2007/08, als der VfL ebenfalls die Vorschlusrunde erreichte und erst dort scheiterte: beim FC Bayern. "Jetzt soll unser Traum von Berlin wahr werden", hofft Klaus Allofs auf eine Überraschung durch die "Wölfe" beim frischgebackenen deutschen Meister.
Die Partie genießt bundesweit große Aufmerksamkeit: Aufgrund der Live-Übertragung im Fernsehen durch die ARD (Anstoß 20.30 Uhr) wird der VfL Wolfsburg mit dem GTI vor einem Millionenpublikum spielen. "Ich wünsche mir, dass diese legendären drei Buchstaben uns zur Höchstleistung bringen - genauso wie den Golf", so Klaus Allofs.
Die Sonderedition des VfL-Trikots, dessen Werbebotschaft nur für den DFB-Pokal gewechselt wird, ist nicht im Handel erhältlich. Ein kompletter Mannschaftssatz mit GTI Schriftzug wird allerdings im Nachgang der Begegnung zugunsten der vom VfL Wolfsburg initiierten Krzysztof-Nowak-Stiftung versteigert, die im Andenken an den ehemaligen Mittelfeldstar des Vereins an ALS (Amyotrophe Lateralsklerose) erkrankte Menschen unterstützt.
Volkswagen ist im Übrigen nicht nur über das Trikot des VfL stark im DFB-Pokal engagiert, seit dieser Saison ist die Marke auch "Offizieller Partner" des Wettbewerbs. Die getroffene Vereinbarung beinhaltet umfangreiche Werbe- und Marketingrechte bei allen 63 Spielen von der ersten Runde bis zum inzwischen traditionsreichen Finale in Berlin, das in diesem Jahr am 1. Juni ausgetragen wird. Besonders sichtbar wird das Engagement von Volkswagen durch das Marken-Emblem, das bei jedem Spiel auf den Trikotärmeln aller Mannschaften zu sehen ist.
Bildunterschrift: Drei Buchstaben, die für Höchstleistung stehen: GTI. Der neue Schriftzug auf dem DFB-Pokal-Trikot soll Ivica Olić und seine Mannschaftskameraden vom VfL Wolfsburg den Extraschub Richtung Finale geben.
Hinweis: Text und Bildmaterial können Sie unter www.volkswagen-media-services.com abrufen.

Volkswagen Kommunikation
Sportkommunikation
Nicolai Laude
Telefon: 05361 / 9-47856
Telefax: 05361 / 957-47855
E-Mail: nicolai.laude@volkswagen.de
www.volkswagen-media-services.com

Pressekontakt

Volkswagen (VW)

38440 Wolfsburg

nicolai.laude@volkswagen.de

Firmenkontakt

Volkswagen (VW)

38440 Wolfsburg

nicolai.laude@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.