



## Volkswagen holt Star-Regisseur für neuen Golf GTI

Volkswagen holt Star-Regisseur für neuen Golf GTI  
Neue Werbekampagne zum Golf GTI startet TV-Spot von Regisseur Paul W.S. Anderson  
Außerdem neu: Print-Anzeigen und Mobile Website  
Wolfsburg, 03. Mai 2013 - Unter dem Motto "Oft kopiert. Nie erreicht." positioniert Volkswagen in der Marketing-Kampagne zum neuen Golf GTI den kompakten Sportwagen als Begründer seines Segments. Der bild- und klangstarke TV-Spot hat am kommenden Sonntag um 20.13 Uhr Premiere im deutschen Fernsehen. Zeitgleich läuft die neue Kampagne auch in Print- und Digitalkanälen an.  
Mit Paul W.S. Anderson konnte Volkswagen einmal mehr den renommierten Hollywood-Regisseur gewinnen, der sich international mit Filmen wie "Resident Evil" oder "Mortal Kombat" einen Namen gemacht hat. Der Engländer hatte bereits beim letzten GTI-Spot Regie geführt. "Paul Anderson ist ein Meister seines Fachs und er hat es geschafft, die Kernwerte des GTI - Kraft, Innovation und Spannung - im Spot zu transportieren", so Giovanni Perosino, Leiter Marketing Kommunikation Volkswagen. "Der erste Golf GTI hat 1976 das Segment der kompakten Sportwagen begründet, er ist und bleibt das Original. Dieses Auto verdient eine besondere Bühne und die haben wir mit der Kampagne geschaffen."  
Im TV-Spot wird die Einzigartigkeit des Golf GTI auch durch die musikalische Untermalung symbolisiert. So startet die Handlung mit unterschiedlichen Interpretationen des Sinatra-Klassikers "My way", einer der weltweit meist kopierten Songs. Sobald der GTI im Spot erscheint, ertönt auch die Original-Musik: Ein Evergreen für ein Kult-Auto. Spektakuläre Drifts, ein außergewöhnliches Setting und innovative Kameratechniken unterstreichen den kraftvollen Charakter des Fahrzeugs. Gedreht wurde der Spot in Las Vegas.  
Auf der digitalen Plattform zum neuen GTI [golf-gti.tv](http://golf-gti.tv) (ab Sonntag online) können User über einen interaktiven Video-Stream ihren eigenen Werbeclip zum Auto kreieren. Durch die Kombination verschiedener Musikstile mit unterschiedlichen Fahr- und Fahrzeugszenen entstehen so individuelle Clips, die auf der Website oder über soziale Netzwerke veröffentlicht und geteilt werden können. Darüber hinaus bietet die Plattform starke Bilder vom GTI und alle wichtigen Infos rund um das Fahrzeug und seine Highlights.  
Die Agenturen adam&eve DDB London und DDB Tribal Germany zeichnen für die Kreation und Umsetzung der Kampagne verantwortlich.  
Die GTI- Kampagne auf einen Blick  
TV-Spot  
Name des Spots: "Oft kopiert. Nie erreicht."  
Agentur: adam&eve DDB London, DDB Tribal Germany  
Regisseur: Paul W. S. Anderson  
Produktionsfirma: Markenfilm Berlin, The Mob Film Co. (North) Ltd.  
Stuntdriver: Samuel Hübinette  
Drehzeit: 10.02.2013 - 12.02.2013  
Drehort: Las Vegas (USA)  
Screenshots abrufbar unter: [www.volkswagen-media-servies.de](http://www.volkswagen-media-servies.de)  
Digitale Plattform:  
Adresse: <http://golf-gti.tv>  
Agentur: DDB Tribal Germany  
Musikkoooperationen mit: "The Hives" und "Boys Noize"  
Print / Out-of-home:  
Agentur: DDB Tribal Germany  
Abrufbar unter: [www.volkswagen-media-servies.de](http://www.volkswagen-media-servies.de)  
Volkswagen (VW)  
Berliner Ring 2  
38440 Wolfsburg  
Deutschland  
Telefon: +49 - (0)5361 - 9 - 0  
Telefax: +49 - (0)5361 - 9 - 28282  
Mail: [vw@volkswagen.de](mailto:vw@volkswagen.de)  
URL: <http://www.volkswagen.de>

### Pressekontakt

Volkswagen (VW)

38440 Wolfsburg

[volkswagen.de](http://volkswagen.de)  
[vw@volkswagen.de](mailto:vw@volkswagen.de)

### Firmenkontakt

Volkswagen (VW)

38440 Wolfsburg

[volkswagen.de](http://volkswagen.de)  
[vw@volkswagen.de](mailto: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.