

Der neue Polo

Beitrag von „Sittingbull“ vom 20. Mai 2009 um 13:42

Wolfsburg/ Porto Cervo, 19. Mai 2009 - Unter der Sonne der Costa Smeralda trafen sich heute zwei Stars auf eine Spritztour: Supermodel Heidi Klum testete den neuen Polo von Volkswagen auf Herz und Nieren. Das Urteil eines Topmodels, einer Familienmutter und einer kompromisslosen Model-Jurorin: „Er ist der beste Polo aller Zeiten und hat die Traummaße für einen perfekten Auftritt: Der Polo ist schnell, sexy, sparsam und – was mich als Familienmensch überzeugt – er ist sicher.“

Für die Sicherheit an Bord stehen unter anderem das serienmäßige ESP und die verbesserte Karosseriesteifigkeit. Kein anderer Wagen in dieser Klasse wirkt ähnlich erwachsen und hochwertig. Komfort, Qualität und Sicherheit machen beim Polo der fünften Generation einen deutlichen Sprung nach vorn. So wurde er gezielt darauf abgestimmt, fünf Sterne nach der neuen, deutlich strengeren und umfassenderen EuroNCAP-Wertung zu erreichen.

Der neue Polo ist nicht nur der sicher, sondern er gibt auch ein klares Statement für den Umweltschutz ab. Erstmals bringt Volkswagen hochmoderne TSI und Common-Rail TDI-Motoren in dieser Fahrzeugklasse und bietet den Polo mit 7-Gang-DSG-Getriebe an. Bei den Benzinern konnte der Verbrauch um bis zu 20 Prozent gesenkt werden. Der Polo mit BlueMotion Technology stößt mit nur noch 3,6 Liter Verbrauch pro 100 km und einem CO₂ - Ausstoß von 96g/km in eine völlig neue Dimensionen vor. So ist er der sparsamste Fünfsitzer der Welt. „Er wäre der ideale City-Flitzer für meine Heimatstadt Los Angeles. Er ist jung und schick, verbraucht wenig Sprit, passt in jede Parklücke“, schwärmt Heidi begeistert.

Der Polo ist ein vollwertiges, souveränes Automobil, das auf einer Länge von nur 3.90 m Raum für bis zu fünf Personen und eine Menge Gepäck bietet (280 bis 952 Liter). Von außen ist der Polo breiter geworden, was aus jeder Perspektive zu einem sehr satten, kraftvollen Auftritt führt. Er folgt 1:1 den Prinzipien der von Konzernchefdesigner Walter de Silva konzipierten Volkswagen DNA mit dem neuen markanten Familiengesicht. Das Design ist geprägt durch scharfe, präzise Linien ohne schnell alternde Stil-Kapriolen; denn weniger – das zeigt die Wertstabilität aller Volkswagen – ist langfristig mehr.

„Er wirkt überhaupt nicht so verspielt und übertrieben niedlich, sondern erwachsen. Das Aussehen spielt nicht nur in der Modewelt, sondern auch beim Auto eine wichtige Rolle. Entscheidend beim Kauf daher: stimmt das Bauchgefühl?“, verrät die deutsche Schönheit und Werbeikone aus Bergisch-Gladbach.

Der Polo spricht daher ganz bewusst beide Hirnhälften an: Den Verstand und die Emotion. Das Design ist pur, präzise und zeitlos. Gleichzeitig aber hochemotional und sportlich wie nie. Der neue Polo ist noch sparsamer. Aber nicht auf Kosten von Agilität und Fahrspaß. Was noch

besser ist: Mit rund 12.000 Euro Basispreis ist der Polo nicht teurer, sondern nur besser geworden. In ihm stecken 100 Prozent Volkswagen und das kommt bei den Kunden an. So gingen schon vor der Markteinführung 13.000 Bestelleingänge in Deutschland ein.

Heidi Klum und Ehemann Seal sind als Botschafter und Fans der Marke Volkswagen vielfältig unterwegs. So standen beide für den TV-Spot zum Volkswagen Tiguan vor der Kamera und cruisten durch Los Angeles. Zudem lud Volkswagen Heidis Casting-Models in der quotenstarken Sendung „Germany's next Topmodel" zu einem Kalendershooting ein. Topmodel und Siegerin der dritten Staffel, Jennifer Hof, durfte sich als Gewinn ihren Traumscirocco individuell konfigurieren. Die Zweit- und Drittplatzierte freuten sich im vergangenen Jahr über einen neuen CrossPolo freuen.