

VW auf der IAA 2011

Beitrag von „Sittingbull“ vom 1. September 2011 um 12:36

Wolfsburg, 01. September 2011 - Wenn am 15. September die Internationale Automobil-Ausstellung (IAA) in Frankfurt zum 64. Mal ihre Pforten öffnet, wird sich die Marke Volkswagen auf einem rund 9.000 Quadratmeter großen Stand in Halle 3.0 präsentieren. 54 Fahrzeuge und zahlreiche Technikexponate werden gezeigt. Zu den Highlights gehören unter anderem die Weltpremiere des neuen Kleinwagens up!, innovative Studien und eine 30 Meter lange „Innovation Wall“ – ein überdimensionaler Tablet PC. Zusätzlich steht den Besuchern eine Probefahrt-Flotte von 74 Fahrzeugen zur Verfügung, darunter auch neun Modelle des Golf blue-e-motion mit Elektroantrieb.

„Auf der IAA 2011 wird sich Volkswagen von seiner innovativen und emotionalen Seite zeigen“, sagt Tillmann Stauske, Leiter Messen und Kongresse von Volkswagen. Der Aufbau des Volkswagen-Stands steckt derzeit in der heißen Phase. Bereits vor zehn Monaten fing die Planung des Messeauftritts an. Ein 1000-köpfiges Team ist nun vor Ort, um in 25 Tagen Bauzeit die Visionen von 14 Architekten Wirklichkeit werden zu lassen.

Auf der wolkenähnlich gestalteten Ausstellungsfläche von insgesamt 8.893 Quadratmetern zeigt Volkswagen 54 Fahrzeuge. Im Zentrum steht der neue up!, den Volkswagen im eigenen Showroom multimedial inszeniert. Weitere Exemplare des City-Spezialisten stehen auf den weiß glänzenden „Carwalks“, die die gesamte Standfläche durchziehen. Im rund 500 Quadratmeter großen Beetle-Showroom, der optisch an einen Lounge-Bereich angelehnt ist, legt direkt neben den Exponaten ein DJ auf. Daneben stehen die neuen Modelle Golf Cabriolet und Tiguan zum Kennenlernen für die Besucher bereit.

Die interaktive „Innovation Wall“ ist das Kernstück im Technikbereich. Auf der 30 Meter langen Wand gibt Volkswagen einen Ausblick auf die Mobilität von morgen und stellt innovative Studien sowie alternative Technologien vor. Auf dem überdimensionalen Tablet PC werden die realen Ausstellungsstücke durch virtuelle Präsentationen weiter entwickelt.

Innovativ und sympathisch - dieses Credo zieht sich wie ein roter Faden durch das multimediale Standkonzept. Ein Webspecial für Smartphones (Download über <http://www.volkswagen.de>) informiert die Besucher über den Hallenplan, den Ablauf der Probefahrten und über Sightseeing-Tipps in Frankfurt. In den Showrooms des up! und des Beetle sowie im Technikbereich dient das Webspecial zudem als Audioguide – in Deutsch und Englisch. Damit der mobile Messe- und Reiseführer sofort genutzt werden kann, verteilen die Hosts und Hostessen täglich rund 400 Kopfhörer an Besucher des Volkswagen Stands.

Folgt man dem Webspecial in die Frankfurter Innenstadt, ist der up! allgegenwärtig. Ganz groß raus kommt der kleinste Volkswagen auf überdimensionalen Werbebannern und auf einem

digitalen Bildschirm am Frankfurter Bahnhof. Interessierte können im Frankfurter Flughafen am up! Display verschiedene Informationen zum neusten Modell über eine integrierte USB-Schnittstelle „absaugen“.

Insgesamt 228 Hosts und Hostessen sowie rund 80 Volkswagen-Mitarbeiter sind für Volkswagen bei der IAA 2011 vor Ort. Sie betreuen die Gäste auf dem Stand oder dem Probefahrt- und Offroad-Gelände. Stauske sagt: „Volkswagen ist mit der größten Probefahrt-Flotte aller Hersteller auf der IAA – 74 Fahrzeuge stehen vor der Halle 3.0 bereit. So können unsere Gäste die gesamte Volkswagen-Produktpalette erfahren – vom Polo über den Golf blue-e-motion bis zum Touareg Hybrid.“

Das Volkswagen-Team hat im Vorfeld der Messe eine logistische Spitzenleistung vollbracht: angefangen vom Aufbau der Standarchitektur, über die Verkabelung der IT-Systeme für die multimediale Technikwelt, bis hin zur Lichtinstallation. Um die Ausstellungsexponate und mehr als 100 Showelemente ins perfekte Licht zu rücken, wurden etwa 2.100 Lampen installiert und rund 80 Kilometer Kabel verlegt.

Der IAA-Stand von Volkswagen war in den vergangenen Jahren sehr gut besucht, und auch in diesem Jahr wird mit einem Ansturm von Automobilbegeisterten gerechnet. Dafür stehen 150.000 Kataloge und Flyer sowie circa zehn Paletten Give-Aways für die Besucher bereit. Auch an Nachschub mangelt es nicht: Fünf weitere Lieferungen mit jeweils 7,5 Tonnen Material sind schon fest eingeplant.