

Volkswagen feiert mit seinen Kunden den 25 Millionsten Golf

Beitrag von „darkdiver“ vom 15. Januar 2007 um 19:42

Jubiläumspaket wird auf 90.000 Großplakaten beworben - Fortsetzung der Mehrwert-Angebote

Wolfsburg, 15. Januar 2007 - Volkswagen startet mit einem Kampagnen-Feuerwerk und der Neuaufgabe seiner erfolgreichen Mehrwertpakete ins neue Jahr. Anlässlich des bevorstehenden Jubiläums von 25 Millionen produzierten Golf-Modellen bedankt sich Volkswagen mit einer der bislang größten Außenwerbeaktionen deutschlandweit auf 90.000 Großplakaten für das Vertrauen seiner Kunden. Unter dem Slogan: „25 Millionen Golf. Feiern Sie mit uns und den Tour-Sondermodellen.“ bewirbt Volkswagen die Jubiläumsmodelle Polo Tour, Golf Tour und Golf Plus Tour.

Damit setzt die Marke konsequent die Strategie des letzten Jahres fort und bietet ihren Kunden im Jubiläumspaket mit Finanzierungs- und Mobilitätsdienstleistungen echte Mehrwerte statt restwertschädlicher Bar-Rabatte. In dem breit angelegten Werbeauftritt bewirbt Volkswagen nicht nur die mit vielen Extras ausgestatteten Tour-Sondermodelle, sondern auch die Mehrwertangebote im Jubiläumspaket sowie eine Kooperation mit TUI. Denn zu jedem Tour-Sondermodell gibt es einen TUI-Urlaubstag geschenkt.

Das Jubiläumspaket der Volkswagen Bank umfasst neben einer Finanzierung zu 2,9 % (effektiver Jahreszins) auch eine Kfz-Haftpflicht- und Vollkaskoversicherung, die im ersten Jahr in den Raten ab 99 Euro (für den Polo Tour) bzw. ab 129 Euro (für den Golf Tour) enthalten ist. Dazu kommt eine Garantieverlängerung über die gesamte Dauer der Fahrzeugnutzung sowie vier Jahre lang kostenlose Inspektionen und Wartungen. Auf Wunsch erhalten Kunden eine Kreditabsicherung auch im Fall einer unverschuldeten Arbeitslosigkeit.

Das neue Angebot wird ab 12. Januar bundesweit kommuniziert. Dabei werden insgesamt sieben Plakatmotive eingesetzt. Neben drei Motiven mit den Jubiläumsmodellen werden auch vier authentische Vertreter der Golf-Erfolgsgeschichte gezeigt. Unter anderem ist ein Golf I mit der Produktionsnummer 3.112.283 oder ein Golf V mit der Nummer 24.798.305 zu sehen, versehen mit dem Slogan: „25 Millionen Golf. Wir freuen uns über jeden einzelnen.“

Zusätzlich zum großen Plakatauftritt gibt es die drei Motive mit den Tour-Sondermodellen auch als Printanzeigen. Außerdem schaltet Volkswagen einen TV-Spot, der das generationenübergreifende Phänomen Golf augenzwinkernd aufgreift. Die Handlung: Ein älteres Pärchen genießt in einem Golf I auf einer romantischen Aussichtsplattform die abendliche Stimmung und hört Musik. Direkt neben sie gesellt sich ein junges Pärchen im Golf V, ebenfalls bei offenen Fenstern Musik hörend. Erst scheint es, als würde sich das Pärchen im Golf I durch die lautere und rockigere Musik im Nachbarauto gestört fühlen. Als sie dann aber feststellen, dass es sich dabei um die modernere Version desselben Songs handelt und auch weitere

Gemeinsamkeiten der Situation sichtbar werden, springt der Funke über. Die Kampagne wird in Publikumszeitschriften wie auto motor sport, stern, Spiegel und Focus erscheinen und läuft auf allen reichweitenstarken Sendern.