Medieninformation

12. Juni 2023

Miraculous Superhelden Ladybug und Cat Noir fahren vollelektrische Volkswagen

- Volkswagen schließt exklusive Partnerschaft mit Produzenten ZAG und Mediawan Kids & Family für „MIRACULOUS: LADYBUG & CAT NOIR – DER FILM“
- Film-Helden fahren vollelektrische Autos der Volkswagen ID. Familie
- Zusammenarbeit unterstützt Volkswagens Love Brand-Ansatz
- Film läuft ab 6. Juli 2023 in den Kinos in Deutschland

Wolfsburg – Volkswagen treibt die emotionale Aufladung seiner Marke weiter voran und verleiht seiner globalen Elektrifizierungsstrategie zusätzlichen Schwung. Volkswagen und die beiden Co-Produzenten, ZAG und Mediawan Kids & Family, haben eine exklusive Partnerschaft für den animierten Familienfilm „MIRACULOUS: LADYBUG & CAT NOIR – DER FILM“ vereinbart. Nelly Kennedy, Chief Marketing Officer bei Volkswagen: „E-Mobilität ist cool und sie ist spannend. Das passt perfekt zu den Figuren und der Geschichte. Wir freuen uns sehr, dass die beliebten Filmfiguren ihre Abenteuer mit verschiedenen vollelektrischen Autos unserer Volkswagen ID. Familie erleben.“

Volkswagen schließt exklusive Partnerschaft mit Produzenten ZAG und Mediawan Kids & Family für „Miraculous: Ladybug & Cat Noir, The Movie“

„MIRACULOUS: LADYBUG & CAT NOIR – DER FILM“ wird in mehr als 100 Märkten weltweit anlaufen, nachdem „Miraculous“ in den vergangenen Jahren als Serie in mehr als 130 Ländern zu einem globalen Popkultur-Phänomen für Familien wurde. Der weltweite Bekanntheitsgrad mit über 33 Milliarden Aufrufen auf YouTube und Spitzenplatzierungen im Fernsehen in vielen Ländern ist beeindruckend. Der erste Film wird ab dem 6. Juli 2023 in den Kinos in Deutschland zu sehen sein.

Helden sitzen am Steuer von vollelektrischen ID. Modellen

Der Blockbuster integriert E-Autos von Volkswagen in seine Handlung. Die Fahrzeuge der ID. Familie werden in enger Zusammenarbeit von Designern, sowohl bei der Filmanimation als auch bei Volkswagen, und gemeinsam mit dem jeweiligen Marketing-Team um Gilbert Heise und Salim Yüksel, auf Inhalte und Atmosphäre des Films abgestimmt. Zwei Stadtautos mit futuristischem Aussehen werden den Hauptpersonen zugeordnet: Cat Noir mit dem ID.4[1] und Ladybug – eine moderne Figur, die für weibliches Empowerment steht – mit einer Studie eines elektrischen-Beetle. Gabriel Agreste, der erfolgreiche Stylist, wird den luxuriösen ID. Vizzion fahren, während der ikonische ID. Buzz[2] als Toms Bäckerei-Lieferwagen auftreten wird.

Medienkontakt
Volkswagen Communications
Nina Krake-Thiemann
Sprecherin Vertrieb, Marketing und After Sales
Tel: +49 5361 9-33854
nina.krake-thiemann@volkswagen.de

Volkswagen Communications
Jörn Roggenbuck
Sprecher Marke Volkswagen
Tel: +49 173 3760755
joern.roggenbuck@volkswagen.de

Mehr auf
volkswagen-newsroom.com

Emotionales Storytelling ist wichtig für die Love Brand
In der Kundenkommunikation steht Volkswagen für subtilen, augenzwinkernden Humor. Gleichzeitig verändern sich Werbung und Marketing sowie das Kundenverhalten rasant. Die aktuelle Zusammenarbeit ist ein wichtiges Element der Neuausrichtung der Marken- und Marketingaktivitäten und ergänzt die bisherigen Film-Partnerschaften. Mit Marvel Studios' „Ant-Man and The Wasp: Quantumania" und den limitierten Disney+ Star Wars-Serien Obi-Wan-Kenobi, Andor und „Mandalorian" hatte Volkswagen bereits in den vergangenen Monaten weitere gemeinsame Projekte erfolgreich gestartet.

Weiterer Schub für Emotionalisierung der E-Mobilität
Volkswagen ist Vorreiter bei der Transformation zur Elektromobilität und hat bereits 2016 mit einem klaren Bekenntnis zu den Pariser Klimazielen die Weichen dafür gestellt. Das Unternehmen hat sich vorgenommen, bis 2050 klimaneutral zu werden. Volkswagen wird bis 2026 insgesamt zehn neue vollelektrische Modelle auf den Markt bringen, darunter die bereits vorgestellten Modelle ID.3[3], ID.7[4] und ID. Buzz. Nelly Kennedy: „Diese Zusammenarbeit hat das Ziel, die Marke und unsere ID. Familie noch stärker zu emotionalisieren. Volkswagen hat so die Möglichkeit, die ID. Familie auf sympathische Art und Weise einem breiten Familienpublikum zu präsentieren."

Zwei starke Marken mit gemeinsamen Zielen
„Bereits mit Beginn des aufregenden Abenteuers im Film erschien uns die Zusammenarbeit mit Volkswagen als eine passende Kombination. Unsere beiden Marken haben viele ähnliche Werte. Als Produzenten tragen wir auch die Verantwortung, die Werte einer besseren Welt zu vermitteln", so Aton Soumache und Emmanuel Jacomet, die Produzenten des Films. Regisseur Jérémy Zag: „Mit meinem Kreativteam hatte ich viel Spaß dabei, die ikonischen Fahrzeuge der Marke Volkswagen an die Welt von Miraculous anzupassen, um sie nahtlos in den Film und die Pariser Kulissen zu integrieren. Ladybug und Cat Noir stehen für die neue Generation – die Fahrzeuge im Film verkörpern genau diese Modernität. Für mich ist es ganz entscheidend, eine wichtige Botschaft zu vermitteln: Wir müssen uns gut um unsere Umwelt kümmern, um morgen in einer besseren Welt zu leben."

[1] ID.4 Pure mit 125 kW / 52 kWh - Stromverbrauch in kWh/100 km: kombiniert 17,5-16,2; CO_2-Emissionen in g/km: kombiniert 0. ID.4 Pro Performance mit 150 kW / 77 kWh - Stromverbrauch in kWh/100 km: kombiniert 18,9-16,4; CO_2-Emissionen in g/km: kombiniert 0. ID.4 Pro 4MOTION mit 195 kW / 77 kWh - Stromverbrauch in kWh/100 km: kombiniert 19,6-17,1; CO_2-Emissionen in g/km: kombiniert 0.
ID.4 GTX 4MOTION mit 220 kw/ 77 kWh - Stromverbrauch in kWh/100 km: kombiniert 19,6-17,2; CO_2-Emissionen in g/km: kombiniert 0.Für die Fahrzeuge liegen nur noch Verbrauchs- und Emissionswerte nach WLTP und nicht nach NEFZ vor. Angaben zu Verbrauch und CO_2-Emissionen bei Spannbreiten in Abhängigkeit von den gewählten Ausstattungen der Fahrzeuge.

[2] ID. Buzz (NWB) - Stromverbrauch in kWh/100 km: kombiniert 21,7-20,5; CO_2-Emission kombiniert in g/km: 0; für das Fahrzeug liegen nur noch Verbrauchs- und Emissionswerte nach WLTP und nicht nach NEFZ vor. Angaben zu Verbrauch und CO_2-Emissionen bei

Spannbreiten in Abhängigkeit von den gewählten Ausstattungen des Fahrzeuges02. ID. Buzz Pro - Stromverbrauch in kWh/100 km: kombiniert 21,7-20,6; CO_2-Emission kombiniert in g/km: 0; für das Fahrzeug liegen nur noch Verbrauchs- und Emissionswerte nach WLTP und nicht nach NEFZ vor03. ID. Buzz Cargo (NWB) - Stromverbrauch in kWh/100 km: kombiniert 22,2-20,4; CO_2-Emission in g/km: kombiniert 0; für das Fahrzeug liegen nur noch Verbrauchs- und Emissionswerte nach WLTP und nicht nach NEFZ vor. Angaben zu Verbrauch und CO_2-Emissionen bei Spannbreiten in Abhängigkeit von den gewählten Ausstattungen des Fahrzeuges

[3] ID.3 Pro - Stromverbrauch in kWh/100 km: kombiniert 16,5-15,2; CO_2-Emissionen in g/km: kombiniert 0.
ID.3 Pro S - Stromverbrauch in kWh/100 km: kombiniert 16,2-15,3; CO_2-Emissionen in g/km: kombiniert 0.
Für die Fahrzeuge liegen nur noch Verbrauchs- und Emissionswerte nach WLTP und nicht nach NEFZ vor. Angaben zu Verbrauch und CO_2-Emissionen bei Spannbreiten in Abhängigkeit von den gewählten Ausstattungen der Fahrzeuge.

[4] ID.7 - Seriennahe Studie. Das Fahrzeug wird noch nicht zum Verkauf angeboten

Die Marke Volkswagen Pkw ist weltweit in mehr als 140 Märkten präsent und produziert Fahrzeuge an 29 Standorten in zwölf Ländern. Im Jahr 2022 hat Volkswagen rund 4,6 Millionen Fahrzeuge ausgeliefert. Hierzu gehören Bestseller wie Polo, T-Roc, T-Cross, Golf, Tiguan oder Passat sowie die vollelektrischen Erfolgsmodelle ID.3, ID.4, ID.5 und ID.6. Das Unternehmen übergab im vergangenen Jahr weltweit über 330.000 reine Elektrofahrzeuge an Kunden. Derzeit arbeiten weltweit rund 170.000 Menschen bei Volkswagen. Mit seiner Strategie ACCELERATE treibt Volkswagen seine Weiterentwicklung zur begehrenswertesten Marke für nachhaltige Mobilität konsequent voran.