

Medieninformation

NR. 79/2022

NEW AUTO goes TikTok: Volkswagen Konzern erstmals auf Videoplattform für Digital Natives

Wolfsburg, 10. Juni 2022 – Der Wandel von Volkswagen zum Tech-Unternehmen wird ab sofort auf dem TikTok-Channel „newauto“ begleitet – dem Namen der Konzernstrategie. Dies ist der erste Auftritt des Volkswagen Konzerns auf der Trend-Videoplattform. Die historische Transformation hin zur Mobilitätswelt der Zukunft, die Volkswagen mit seiner Strategie NEW AUTO vorantreibt, wird auf dem Kanal durch kreative und unterhaltende Videos erklärt.



Infotainments zu Themen wie Dekarbonisation, Circular Economy, Battery & Charging, Auto-Software oder dem autonomen Fahren zeigen der jungen Zielgruppe den Weg von Volkswagen in die Zukunft – hin zu einer Mobilität, die emissionsfrei, autonom und individueller denn je sein wird.

„Wir erleben die größte Transformation in der Geschichte des Autos. Das bedeutet: Neue Geschäftsfelder und Disruption. Um das Vertrauen in NEW AUTO zu fördern, wollen wir auch die digitale, umweltbewusste Generation Z erreichen. Statt zu sagen: Strategie ist zu komplex für eine

VOLKSWAGEN

AKTIENGESELLSCHAFT

Plattform wie TikTok, probieren wir es einfach aus – mit Infotainment“, erklärt Michael Manske, Head of CEO & Digital Communications beim Volkswagen Konzern. Durch den Auftritt auf TikTok wird der Konzern verstärkt zum Anbieter von Owned Content. Dabei wird vor allem auf Authentizität gesetzt: Im Fokus der Videos werden Volkswagen Mitarbeitende als TikTok Creatorinnen und Creatoren stehen.

Der Konzern baut seine Präsenz kontinuierlich auf den internationalen Online-Plattformen aus und erhöht die direkte Interaktion mit seinen Zielgruppen. Strategisches Ziel ist es, die wichtigsten Zielgruppen in den Märkten Europa, USA und China zu erreichen. Dafür wurde innerhalb der vergangenen 12 Monate in Europa und den USA die Interaktion auf Twitter, LinkedIn, Reddit und TikTok sowie für den chinesischen Markt auf Weibo auf- und ausgebaut.

Die TikTok-Community ist technologie-affin und interessiert sich für Nachhaltigkeit

Mehr als eine Milliarde Menschen weltweit kommen jeden Monat zu TikTok, um sich unterhalten zu lassen, zu lernen, zu lachen oder etwas Neues zu entdecken. Marken eröffnet die führende Plattform für mobile Kurzvideos die Möglichkeit, Zielgruppen zu erschließen, die sie kaum auf anderen Plattformen erreichen. Dabei stehen statt Hochglanz-Videos Humor, Authentizität und Kreativität im Fokus, um vor allem die Gen Z und Millennials, aber auch die stark wachsende Gruppe ab 25 Jahren auf Augenhöhe zu erreichen.

Autofans auf TikTok sind sehr technikaffin: 77 % (global) gaben in einer Studie unter autobeegeisterten Nutzerinnen und Nutzern (GlobalWebIndex, Q3 2020) an, dass sie sich für Technologie interessierten (Deutschland: 61,3 %). 51,9 % der Befragten gaben an, dass ihnen Umweltthemen am Herzen liegen (Deutschland: 42,9 %).

Auch mit der Nutzung von Mitarbeitenden als Creatorinnen und Creatoren trifft Volkswagen den Nerv der TikTok-Community.

Traditionelle, arbeitsbezogene Inhalte werden auf TikTok mit Begeisterung neu konzipiert und mit einer unterhaltsamen und humorvollen Note aufbereitet. Und das kommt gut an: 40 % der TikTok-Nutzerinnen und Nutzer würden gerne Videos „hinter den Kulissen“ eines Unternehmens sehen (TikTok Marketing Science French Trends Study 2021 conducted by ifopBase: TikTok users who agree that TikTok is a good place for brands to discuss employment trends).

VOLKSWAGEN

AKTIENGESELLSCHAFT



Volkswagen AG

Volkswagen Communications | Head of CEO and Digital Communications

Kontakt Michael Manske

Telefon +49 152 22998466

Mail michael.manske@volkswagen.de | www.volkswagen-newsroom.com



Über den Volkswagen Konzern:

Der Volkswagen Konzern mit Sitz in Wolfsburg ist einer der führenden Automobilhersteller weltweit und der größte Automobilproduzent Europas. Zehn Kernmarken aus sieben europäischen Ländern gehören zum Konzern: Volkswagen Pkw, Audi, SEAT, Cupra, ŠKODA, Bentley, Lamborghini, Porsche, Ducati und Volkswagen Nutzfahrzeuge. Dabei erstreckt sich das Pkw-Angebot von Kleinwagen bis hin zu Fahrzeugen der Luxusklasse. Ducati bietet Motorräder an. Im Bereich der leichten und schweren Nutzfahrzeuge beginnt das Angebot bei Pick-up-Fahrzeugen und reicht bis zu Bussen und schweren Lastkraftwagen. Rund 672.800 Beschäftigte produzieren rund um den Globus Produkte, sind mit fahrzeugbezogenen Dienstleistungen befasst oder arbeiten in weiteren Geschäftsfeldern. Seine Fahrzeuge bietet der Volkswagen Konzern in 153 Ländern an.

Im Jahr 2021 betragen die weltweiten Auslieferungen von Konzernfahrzeugen 8,9 Millionen (2020: 9,3 Millionen). Der Umsatz des Konzerns belief sich im Jahr 2021 auf 250,2 Milliarden Euro (2020: 222,9 Milliarden Euro). Das Ergebnis nach Steuern betrug im Jahr 2021 15,4 Milliarden Euro (2020: 8,8 Milliarden Euro).
