



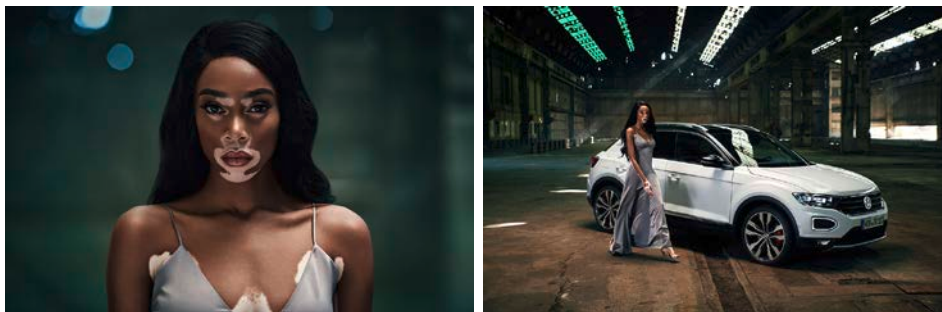
7. Februar 2018

Unverwechselbar und selbstbewusst – Volkswagen startet Digitalkampagne mit T-Roc und Winnie Harlow

- Internationale Marketingkampagne für den neuen T-Roc wird mit Social-Media-Inhalten erweitert
- Winnie Harlow setzt Kampagnenmotto „Überzeugt. Von Anfang an.“ in Szene

Wolfsburg – Volkswagen geht heute den nächsten Schritt in der weltweiten Marketingkampagne des neuen T-Roc.

In Zusammenarbeit mit dem globalen Medienunternehmen VICE wurde eine emotionale Kampagne mit dem kanadischen Model Winnie Harlow konzipiert. Die 22-Jährige Harlow leidet an einer seltenen Hautkrankheit, die zu pigmentfreien Stellen führen kann. Als Kind wurde sie deswegen gehänselt, heute ist sie ein weltweit gefeiertes Model. In der neuen Kampagne von Volkswagen trifft eine unverwechselbare Persönlichkeit auf ein unverwechselbares Auto: Winnie Harlow und der T-Roc.



Volkswagen startet Digitalkampagne mit Winnie Harlow

Auf den Kanälen des VICE-Netzwerks starten ab heute ein Film und diverse Bewegtbild- und Fotoformate. In der zweiten Phase der Kampagne werden die Inhalte ab dem 21. Februar 2018 auf den Social-Media-Kanälen der Marke Volkswagen zu sehen sein.

„Winnie Harlow verkörpert perfekt, wofür der T-Roc steht: Selbstbewusstsein und Durchsetzungsvermögen von Anfang an. Unsere inspirierende Kampagne setzt auf authentisches Storytelling und eine Vielfalt an innovativen Werbeformaten und soll neue Zielgruppen ansprechen. Wir treten mutiger und selbstbewusster auf und setzen nicht nur bei unseren Modellen neue Impulse.“, sagt Mirja Schneider, Leiterin Website Content und Digital Communication der Marke Volkswagen.

Pressekontakt

Volkswagen Kommunikation

Christine Kuhlmeier
Sprecherin Vertrieb und Marketing
Tel: +49 5361 9-83699

christine.kuhlmeier@volkswagen.de



Mehr unter

volkswagen-media-services.com



Im Mittelpunkt der Kampagne steht ein 72-sekündiger Film, in dem Winnie Harlow ihre ungewöhnliche Lebensgeschichte erzählt. Die Eigenschaften des neuen T-Roc, Unverwechselbarkeit und Selbstbewusstsein, werden im Film mit den realen Erfahrungen der 22-Jährigen verknüpft und so erlebbar gemacht.

Volkswagen hat zusammen mit VIRTUE, der Kreativagentur von VICE, eine authentische und emotionale Social-Media-Kampagne geschaffen, die sich speziell an junge Menschen wendet und für mehr Mut zum Anderssein plädiert. Winnie Harlow und der T-Roc werden von Volkswagen als unkonventionelle Vorbilder in Szene gesetzt.

[Volkswagen startet Digitalkampagne mit Winnie Harlow](#)

Über die Marke Volkswagen: Wir bringen die Zukunft in Serie.

Die Marke Volkswagen Pkw ist weltweit in mehr als 150 Märkten präsent und produziert Fahrzeuge an mehr als 50 Standorten in 14 Ländern. Im Jahr 2017 hat Volkswagen über sechs Millionen Fahrzeuge gefertigt, hierzu gehören Bestseller wie Golf, Tiguan, Jetta oder Passat. Derzeit arbeiten weltweit 198.000 Menschen bei Volkswagen. Hinzu kommen mehr als 7.700 Handelsbetriebe mit 74.000 Mitarbeitern. Volkswagen treibt die Weiterentwicklung des Automobilbaus konsequent voran. Elektromobilität, Smart Mobility und die digitale Transformation der Marke sind die strategischen Kernthemen der Zukunft.
