

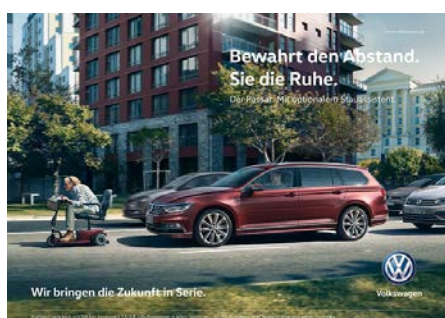


1. Juni 2018

## Volkswagen schaltet Werbung gezielt im Stau

- Werbeflächen werden erstmals anhand von Verkehrsflussdaten ausgewählt
- Kunden nehmen Werbebotschaft besser auf
- Erste Kampagne zum Stauassistenten<sup>1</sup> gestartet

Wolfsburg – Volkswagen bewirbt seinen Stauassistenten mithilfe von Verkehrsflussdaten gezielt in Stausituationen. Kunden sind dadurch aufnahmefähiger für die Werbebotschaft, was deren Wirkung verstärkt. Die Kampagne startet diese Woche in Wolfsburg und Hamburg und setzt erstmals detaillierte Bewegungsdaten für die Auswahl von Werbeflächen ein.



Volkswagen bewirbt seinen Stauassistenten mithilfe von Verkehrsflussdaten gezielt im Stau.



Der Stauassistent unterstützt den Fahrer bei stockendem Verkehr durch automatisches Betätigen von Gas und Bremse und das Halten der Fahrspur.

Voraussetzung für diese Art der Kommunikation sind präzise Verkehrsflussdaten. Diese werden anonymisiert aus Navigationssystemen und Mobilfunknetzen generiert. Mithilfe dieser Daten werden Straßenabschnitte mit hohem Staupotenzial identifiziert und entsprechende Werbeflächen entlang der Strecken ausgewählt. Im Stau sind die Fahrzeuginsassen aufmerksam und offen für Informationen. Im Fall des Stauassistenten kommt hinzu, dass für ein akutes Problem die passende Lösung angeboten wird. Die auf diese Weise platzierte Werbebotschaft entfaltet eine besonders hohe Wirkung. Volkswagen arbeitet bei dieser Kampagne mit PHD Germany und areasolutions zusammen.

Jörn Hartig, Leiter Marketing Kommunikation Deutschland bei Volkswagen, sagt: „Die smarte Nutzung von Bewegungsdaten im Out of Home-Bereich ist ein neuer Schritt in der Kommunikation mit unserer Zielgruppe.“

### Pressekontakt

**Volkswagen Kommunikation**  
Christoph Oemisch  
Sprecher Vertrieb und Marketing  
Deutschland  
Tel: +49 5361 9-18895  
[christoph.oemisch@volkswagen.de](mailto:christoph.oemisch@volkswagen.de)



Mehr unter  
[volkswagen-media-services.com](http://volkswagen-media-services.com)



Unterstützung für eine entspannte Weiterfahrt wünscht sich jeder der im Stau steht. Und in genau diesem Moment setzen wir mit unserer Botschaft an.“

Andreas Michelbrink, Director Activation Out of Home bei PHD Germany, ergänzt: „Wir und unsere Kollegen von areasolutions sind davon überzeugt, dass sich eine situative Ansprache verstärkend auf die Kommunikation auswirkt. Denn gerade dann hat die Botschaft ihr höchstes Gewicht und ist folglich am glaubwürdigsten. Wir freuen uns, mit Volkswagen einen echten First-Mover auf die Straße zu bringen.“

## <sup>1</sup> Der Stauassistent von Volkswagen

Wenn der Verkehrsfluss ins Stocken gerät, ist der Fahrer durch ständiges Bremsen und Anfahren extrem gefordert. Der Stauassistent stellt eine enorme Entlastung dar, denn innerhalb seiner Systemgrenzen steuert er Gas und Bremse selbsttätig und hält das Fahrzeug automatisch in der Spur. Typische Stauunfälle können so verhindert werden.

Weitere Informationen zum [Stauassistenten](#).

## Über PHD Germany

PHD versteht sich weltweit als Innovator im Bereich Kommunikationsplanung und -einkauf. Die strategische Denkweise und das kreative Innovationspotenzial bei PHD ermöglichen es den Mitarbeitern, effiziente Kommunikations- und Media-Strategien für weltweit führende Marken zu entwickeln.

## Über areasolutions

areasolutions ist die Spezialagentur der Omnicom Media Group Germany für Kommunikation im öffentlichen Raum. Die Beratungsunits decken das gesamte Spektrum von der strategischen Planung, Parametern der Grob- und Feinplanung bis hin zum Einkauf von Out of Home-Media ab.

---

### 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 rund 6,23 Millionen Fahrzeuge ausgeliefert, 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.

---