



24. November 2017

Volkswagen startet internationale Marketingkampagne für neuen T-Roc

- Design und Individualisierungsmöglichkeiten stehen im Mittelpunkt
- 360°-Kampagne flankiert die Markteinführung in Europa

Wolfsburg – Volkswagen startet heute in Deutschland den TV-Spot zur Markteinführung des neuen T-Roc. Die Marketingkampagne geht bis zum Jahresende noch in zahlreichen weiteren europäischen Ländern on air. Es handelt sich um eine 360°-Kampagne bestehend aus TV-Spot, Printanzeigen, digitalen Maßnahmen sowie Plakatwerbung.



Volkswagen startet 360°-Kampagne zum neuen T-Roc

Die Kampagne zeigt unter dem Motto „Überzeugt. Von Anfang an.“, dass der T-Roc in der urbanen Welt ebenso selbstbewusst auftreten kann wie im unwegsamen Gelände. Der T-Roc lässt sich ganz individuell den Bedürfnissen seines Fahrers anpassen: Als stylisches Crossover fährt er sich dynamisch in der

Stadt, überwindet in der allradgetriebenen Variante aber dank seiner kraftvollen Motorisierung auch größere Unebenheiten mühelos.

Jürgen Stackmann, Vertriebsvorstand der Marke Volkswagen, sagt: „Für Volkswagen ist der T-Roc ein selbstbewusster Schritt in ein neues Segment. Der T-Roc hebt sich mit seinem sportlich modernen Design von der Masse der SUV ab und vereint dabei Funktionalität, Fahrdynamik und Technologie in guter Volkswagen Qualität. Die begleitende Kampagne setzt in Szene, wofür der T-Roc steht: Selbstbewusstsein und Durchsetzungsvermögen von Anfang an. Unsere Kampagne setzt diesen Schwerpunkt Volkswagen typisch sympathisch um.“

Der TV-Spot verdeutlicht die Durchsetzungskraft des neuen T-Roc im Segment der kompakten SUV. Es wird die Geschichte eines Widders erzählt, der schon als Anführer der Herde zur Welt kommt und seine Gegner selbstbewusst in die Schranken verweist. Der T-Roc wird als ebenbürtiger Partner des starken Tieres inszeniert, denn er ist ebenfalls dazu geboren, die Führung zu übernehmen.

Pressekontakt

Volkswagen Kommunikation

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

christine.kuhlmeier@volkswagen.de



Mehr unter

volkswagen-media-services.com



Eine Microsite bündelt alle Kampagnenelemente, u.a. vier Online-Filme, und sorgt dafür, dass der neue T-Roc auch in der digitalen Welt erlebt werden kann. Auf den Social-Media-Plattformen Facebook, Twitter, Instagram und YouTube wird die Zielgruppe mit emotionalen Bild- und Videoinhalten angesprochen.

Die verantwortlichen Agenturen sind DDB Berlin, DDB Hamburg sowie Adam&Eve DDB London.

Mehr unter www.volkswagen.de/t-roc

[Volkswagen startet internationale Marketingkampagne für neuen T-Roc](#)

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 2016 hat Volkswagen rund 5,99 Millionen Fahrzeuge gefertigt, hierzu gehören Bestseller wie Golf, Tiguan, Jetta oder Passat. Derzeit arbeiten weltweit 196.000 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.
