

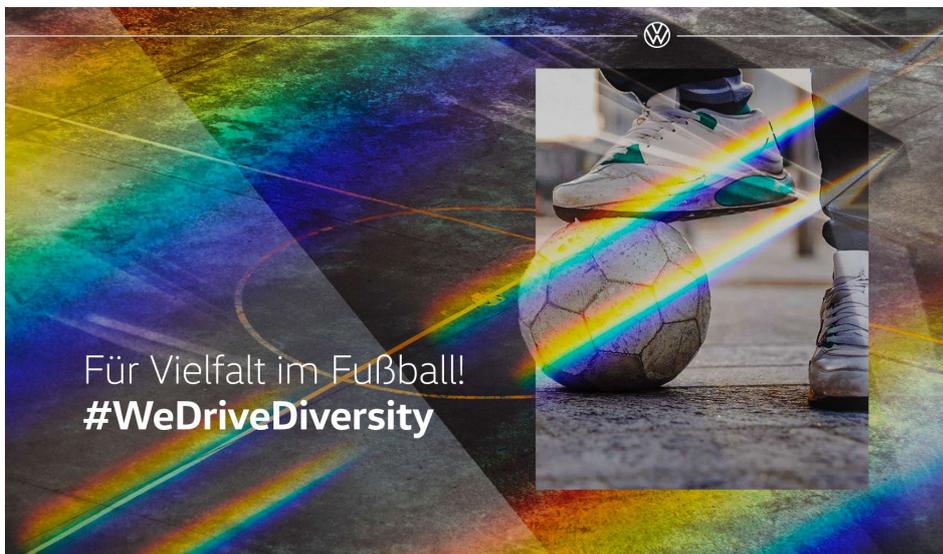


30. November 2020

#WeDriveDiversity: Volkswagen macht sich mit einer neuen Fußball-Kampagne für Vielfalt stark

- Volkswagen CMO Jochen Sengpiehl: „Volkswagen ist ein buntes und vielfältiges Unternehmen. Diese Haltung wollen wir auch über den Fußball transportieren.“
- Herzstück der von der Berliner Content-Agentur C3 umgesetzten Digitalkampagne ist ein emotionaler Film rund um das Thema „Vielfalt im Fußball“
- Alle Texte und Videos von #WeDriveDiversity werden auf einer [Landingpage von Volkswagen](#) gebündelt

Wolfsburg – „Fußball ist für alle da! Wenn das Flutlicht angeht, wenn der Schiri pfeift, wenn das Leder rollt – dann sind wir alle gleich.“ Mit diesem deutlichen Statement für Toleranz und Vielfalt startet der Film, der im Mittelpunkt der neuen Volkswagen Kampagne #WeDriveDiversity steht. Und auch das Ende des Clips beinhaltet eine unmissverständliche Botschaft: „Euch passt das nicht? Uns egal.“



„Volkswagen ist ein buntes und vielfältiges Unternehmen. Diese Haltung wollen wir auch über den Fußball transportieren“, sagt Volkswagen Chief Marketing Officer Jochen Sengpiehl. Das Unternehmen ist Mobilitätspartner des Deutschen Fußball-Bundes (DFB) und der UEFA-Nationalmannschaftswettbewerbe. „Unser breit angelegtes Fußball-Engagement steht seit Beginn an unter dem Motto ‚Fußball, das sind wir alle.‘ Wir grenzen niemanden aus. Mit unserer neuen Vielfaltskampagne #WeDriveDiversity unterstreichen wir unsere Haltung einmal mehr.“

Volkswagen steht für Chancengleichheit, für Miteinander und für Gleichbehandlung aller Menschen ungeachtet von Herkunft, Hautfarbe, der sexuellen Orientierung, ihrer Religion oder ihres Geschlechts. Die Verhaltensgrundsätze des Unternehmens verbieten diskriminierendes Verhalten in jeder Form. Das gilt für alle Mitarbeiter und

Medienkontakt

Volkswagen Sportkommunikation
Gerd Voss
Tel: +49 5361 9 - 96 77 26
gerd.voss@volkswagen.de

Christian Schiebold
Tel: +49 5361 - 9 83 805
christian.schiebold@volkswagen.de



Mehr unter
volkswagen-newsroom.com



Mitarbeiterinnen weltweit. Unter dem Motto „diversity wins @ Volkswagen“ haben Trainer und Trainerinnen aus dem Volkswagen Diversity Management mehr als 7.000 Führungskräfte weltweit zu unbewussten Vorurteilen geschult.

„Wir müssen uns jeden Tag für Vielfalt und Chancengleichheit stark machen sowie Ausgrenzung und Diskriminierung bekämpfen. Nicht nur bei Volkswagen und im Fußball, sondern in der gesamten Gesellschaft“, sagt Volkswagen CMO Jochen Sengpiel.

Nach #ToughSeit1970, einer ganzheitlichen Digitalkampagne zu 50 Jahre Frauenfußball in Deutschland, unterstreicht Volkswagen nun mit #WeDriveDiversity, dass rund um das Fußball-Engagement immer neue Felder und Erzählstränge aktiviert werden.

Unter dem Hashtag WeDriveDiversity werden nach dem kürzlich veröffentlichten Film über mehrere Monate hinweg immer neue Inhalte ausgespielt, zum Beispiel ein Interview mit der niederländischen Nationalspielerin Shanice van de Sanden, mehrere Kurzfilme zum Thema Vielfalt sowie ein Augmented-Reality-Facefilter für Instagram.

Die Inhalte werden – von Projektmanagement über Konzeption und Produktion bis hin zu Distribution und Monitoring – von C3 Berlin umgesetzt. Gemeinsam mit der Agentur VIRTUE betreut C3 die digitale Fußball-Kommunikation von Volkswagen. Alle Inhalte der #WeDriveDiversity-Kampagne laufen auf einer zentralen Landingpage auf www.volkswagen.de zusammen.

Über die Marke Volkswagen:

Die Marke Volkswagen Pkw ist weltweit in mehr als in 150 Märkten präsent und produziert Fahrzeuge an mehr als 50 Standorten in 14 Ländern. Im Jahr 2019 hat Volkswagen rund 6,3 Millionen Fahrzeuge ausgeliefert. Hierzu gehören Bestseller wie Golf, Tiguan, Jetta oder Passat. Derzeit arbeiten weltweit 195.878 Menschen bei Volkswagen. Hinzu kommen mehr als 10.000 Handelsbetriebe mit 86.000 Mitarbeitern. Volkswagen treibt die Weiterentwicklung des Automobilbaus konsequent voran. Elektromobilität, Smart Mobility und die digitale Transformation der Marke sind die strategischen Kernthemen der Zukunft.
