

## Kampagne: Der Golf unter den Kombis

**Kurz vor der Markteinführung inszeniert Volkswagen in einer neuen Werbekampagne den Golf Variant als Fahrzeug für jede Lebenslage. Im Fokus stehen dabei die Sportlichkeit, Variabilität sowie das Design und die Technologieausstattung. Ab heute wird mit einem TV-Spot, sieben Anzeigenmotiven sowie einem Webspecial für das neue Modell geworben. Anschließend wird die Kampagne auf weitere Länder ausgedehnt.**

Der TV-Spot zum neuen Golf Variant entspricht der gewohnt humorvollen Tonalität von VW. „Das Duell“ erzählt die Geschichte von zwei Lausbuben, die über die Fahrzeuge ihrer Väter, einen Golf und einen Golf Variant, in den Wettstreit treten. Der Vergleich endet unentschieden, denn der „Golf unter den Kombis“ – so der Modell-Claim – bietet all das, was auch einen Golf ausmacht.

Zentraler Bestandteil des digitalen Kampagnenteils ist ein Online-Special, das auf [www.volkswagen.de](http://www.volkswagen.de) eingebunden ist. Dort wird in fünf kurzen Clips, die Geschichte der beiden Jungen aus dem TV-Spot fortgesetzt. Eine interaktive 360-Grad-Ansicht sowie weiterführende Informationen zum Modell runden die Produktpräsentation ab.

Mit Headlines wie „Bleibt seiner Linie treu. Und der Spur.“ oder „Über 20 Assistenten als Mitfahrer. Und trotzdem jede Menge Platz.“ stellen die Anzeigen- und Plakatmotive die technischen Merkmale in den Mittelpunkt.

Konzipiert und umgesetzt wurde die Kampagne von Adam & Eve DDB, DDB Tribal Berlin und DDB Team Blue. (ampnet/jri)