



10 września 2019

Nowe szaty Volkswagena: nowe logo oraz identyfikacja wizualna marki

- Nowe oblicze marki, która od trzech i pół roku intensywnie się zmienia
- „Jesteśmy elastyczni w sposób, jakiego w Volkswagenu dawno nie widziano” – mówi Jürgen Stackmann, Członek Zarządu Volkswagena ds. Sprzedaży i Marketingu

Podczas Salonu Samochodowego we Frankfurcie Volkswagen po raz pierwszy zaprezentował nowe logo oraz identyfikację wizualną marki. Zmiany w Volkswagenu odzwierciedla wprowadzenie do oferty aut elektrycznych nowej generacji – modeli z rodziny ID. Do 2025 roku marka z siedzibą w Wolfsburgu będzie miała w ofercie ponad 20 nowych modeli elektrycznych.



„Znaleźliśmy m.in. sposób na mocne, nowatorskie i pozytywne pokazanie marki w nowej identyfikacji wizualnej. Volkswagen to teraz „Nowy Volkswagen” – pod względem technologii, produktów i sposobu w jaki sami siebie przedstawiamy.” – mówi Jürgen Stackmann, Członek Zarządu marki Volkswagen Samochody Osobowe ds. Sprzedaży i Marketingu.

Nowe logo Volkswagena zaprezentowane podczas Salonu Samochodowego we Frankfurcie

Nowa identyfikacja wizualna marki wynika ze strategii „Transform 2025+” przyjętej przez Volkswagena jesienią 2015 r. Marka przygotowuje się teraz do wdrożenia drugiego etapu tej strategii, który obejmuje elektromobilność, cyfryzację i dostosowanie komunikacji firmy z klientami do nowych założeń. Zmiany w identyfikacji wizualnej obejmować będą także samochody dostawcze Volkswagen.

„Kiedy tak silna marka jak nasza zmienia logotyp, wiadomo że musi się to wiązać z przełomowymi wydarzeniami z perspektywy biznesowej. Wkraczamy w erę elektromobilności, której będziemy nadawać tempo. Wielopłaszczyznowy rozwój marki powoduje, że „Nowy Volkswagen” zdecydował się podkreślić wagę swojego przeobrażania poprzez zaprezentowanie m.in. nowego logotypu. Zmieni się też sposób, w jaki będziemy komunikować się z klientami i wszyscy, którzy śledzą nasze działania marketingowe z pewnością dostrzegą te zmiany” – mówi Wojciech Usak, dyrektor marketingu marki Volkswagen w Polsce.

O marce Volkswagen: „Przyszłość bliżej Ciebie”

Marka Volkswagen Samochody Osobowe jest obecna na ponad 150 rynkach na całym świecie, produkując samochody w ponad 50 fabrykach, w 14 krajach. W 2018 roku Volkswagen wyprodukował około 6,24 miliona samochodów, w tym najpopularniejsze modele jak Golf, Tiguan, Jetta czy Passat. Aktualnie Volkswagen zatrudnia 198.000 pracowników na całym świecie. Marka posiada także ponad 7.700 punktów dealerskich, w których pracuje 74.000 osób. Volkswagen konsekwentnie napędza rozwój motoryzacji. Pojazdy elektryczne, inteligentna mobilność oraz cyfrowa przemiana to główne punkty strategii marki na przyszłość.

Kontakt

Volkswagen PR

Hubert Niedzielski

Kierownik ds. PR

Tel: +48 690 406 278

hubert.niedzielski@volkswagen.pl

Izabela Czarnecka

Specjalista ds. PR

Tel: +48 690 406 354

izabela.czarnecka@volkswagen.pl



Więcej informacji:

www.vw-press.pl