



27 sierpnia 2019

Volkswagen w nowej odsłonie podczas wrześniowego Salonu Samochodowego IAA we Frankfurcie

- podczas Salonu Samochodowego we Frankfurcie Volkswagen zaprezentuje nową identyfikację wizualną marki i nowe logo
- Ralf Brandstätter, Volkswagen COO: „Efekty ogromnych przeobrażeń, które od kilku lat zachodzą w marce Volkswagen ujrzą światło dzienne podczas IAA nie tylko za sprawą ID.3, ale również dzięki nowej identyfikacji wizualnej marki”.
- Jürgen Stackmann, Członek Zarządu ds. Sprzedaży i Marketingu marki Volkswagen: „Kompleksowa zmiana wizerunku jest logiczną konsekwencją strategicznych zmian, które zachodzą w marce”.

Podczas tegorocznego Salonu Samochodowego IAA we Frankfurcie marka Volkswagen będzie świętować dwie światowe premiery. Pod hasłem „Nowy Volkswagen” po raz pierwszy zostaną zaprezentowane publicznie nowe logo i nowa identyfikacja wizualna marki oraz nowy elektryczny model – ID.3. Po Garbusie i Golfie elektryczny ID.3 zapoczątkowuje nową erę w historii Volkswagena – erę samochodów elektrycznych i w pełni połączonych ze światem zewnętrznym oraz neutralnych pod względem emisji dwutlenku węgla. Strategiczna transformacja marki w kierunku samochodów elektrycznych i zrównoważonych pod względem emisji dwutlenku węgla została zapoczątkowana prawie 4 lata temu.



Za sprawą nowej identyfikacji wizualnej marka Volkswagen będzie bliższa klientom i ich codziennemu życiu

„IAA we Frankfurcie będzie kluczowym momentem dla przeobrażeń w marce Volkswagen. Wyniki naszej pracy staną się widoczne dzięki ID.3 i nowej identyfikacji wizualnej” — mówi Ralf Brandstätter, COO marki Volkswagen Samochody Osobowe. „Czekamy na publiczną prezentację *Nowego Volkswagena*”.

„Volkswagen podjął i wdrożył bardzo odważne decyzje w prawie wszystkich obszarach swojej działalności. Kompleksowa zmiana wizerunku jest logiczną konsekwencją strategicznych zmian, które zachodzą w naszej marce” – powiedział Jürgen Stackmann, Członek Zarządu ds. Sprzedaży i Marketingu marki Volkswagen. „Jestem

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



bardzo dumny z tego, co osiągnęliśmy – *Nowy Volkswagen* prezentuje się świeżo i atrakcyjnie”.

Klaus Bischoff, który odegrał kluczową rolę w tworzeniu nowej identyfikacji wizualnej, mówi: „Nowa identyfikacja wizualna marki odzwierciedla mobilność, która stanowi naturalną część życia ludzi. Volkswagen zawsze był jej kluczowym elementem. W nowej erze mobilności nasze motto brzmi *cyfrowy przede wszystkim*, bez żadnego ALE”. W przeciwieństwie do typowej praktyki w tej dziedzinie, nowa identyfikacja wizualna nie została opracowana przez agencje zewnętrzne, ale przez zespół, którzy stworzyli stylisci i marketingowcy Volkswagena.

Przekaz wizualny marki bardzo będzie różnił się od tego, jaki do tej pory stosował Volkswagen. Jochen Sengpiehl, Dyrektor ds. Marketingu marki Volkswagen, mówi: „W przyszłości w reklamach nie będziemy pokazywać idealnego świata. Będziemy bliżej ludzi i bardziej żywiołowi. W większym stopniu będziemy przyjmować perspektywę naszych klientów i opowiadać autentyczne historie. Mniej będziemy koncentrować się na samochodzie, a bardziej na życiu i doświadczeniach ludzi, które są związane z mobilnością”.

Symbolem nowej identyfikacji wizualnej marek Volkswagen i Volkswagen Samochody Użytkowe będzie nowe logo – nowocześniejsze, jaśniejsze i prostsze. Zredukowano je do niezbędnych elementów. Nowe logo jest płaskie i dwuwymiarowe. Umożliwi to bardziej elastyczne korzystanie z niego i będzie łatwo rozpoznawalne w mediach cyfrowych. Dotyczy to również nowych dokumentów marki, w których pojawią się nowe piktogramy, typografia i kolory.

Międzynarodowa prezentacja nowej identyfikacji wizualnej marki będzie miała miejsce podczas Salonu Samochodowego IAA we wrześniu. Zmiana zostanie przeprowadzona w kilku etapach i będzie zoptymalizowana pod względem kosztów. Początkowo zmiany zostaną wdrożone u dealerów w Europie, a następnie – w październiku – w Chinach. Następnie, od początku 2020 roku, zmiany będą przeprowadzane w Ameryce Północnej i Południowej, a także w pozostałej części świata. W sumie obejmą 171 rynków. W ponad 10.000 placówek dealerów i partnerów serwisowych na świecie zastąpionych zostanie około 70.000 logotypów. Zmiana identyfikacji wizualnej marki Volkswagen będzie jedną z największych operacji tego typu w branży na świecie.

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.

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.
