**Persbericht**

13 mei 2024

**Wegens succes verlengd: de auto van je leven van Volkswagen en Voltage Brussels.**

De lokale brand campaign die Voltage Brussels vorig jaar lanceerde, werd bijzonder goed ontvangen en leverde verbluffende resultaten op. Samen met de lancering van een aantal nieuwe modellen heeft dat nu tot een nieuwe sequel geleid.

“Het mooiste aan een Volkswagen is wat je ermee doet.” Met die campagnelijn besloot Volkswagen de eerste ‘Auto van je leven’-campagne. Een merkverhaal op de iconische tonen van ‘What a difference a day makes’, waarin een aantal Volkswagens de revue passeerden waaraan duidelijk te zien was dat er volop in geleefd wordt.

Niet alleen werd de spot enthousiast onthaald, uit verschillende posttests bleek dat deze verbluffend scoorde op ad recall, verstaanbaarheid, geloofwaardigheid, overtuigingskracht en originaliteit. De best scorende autocommercial sinds 2016 (bron: Listen Research)

Bart Nyns, Marketing Manager Volkswagen Belgium Passenger Cars & Commercial Vehicles: “*Uitgebreide analyses toonden ook aan dat de campagne sterk scoorde doorheen de ganse funnel, deze merkcampagne vormde dan ook de ideale aanloop naar een meer tactische & salongedreven communicatiecampagne. Een goed verteld merkverhaal kan meer dan we soms denken.”*

Met die info, en met de komst van een aantal nieuwe modellen (de ID.7, de ID.Buzz zevenzitter, de nieuwe Tiguan) werd al snel een sequel in de steigers gezet.

Toon en boodschap zijn hetzelfde gebleven, ook de regisseur. Joe Vanhoutteghem (Czar) draaide opnieuw een aantal verrassende scènes en introduceerde naast de nieuwe Volkswagens ook – waarom niet – een alpaca.