



21 de junio, 2024

Volkswagen lanza campaña de inclusión para el Campeonato de Europa: "One Europe. One Feeling. One Football."

- **Susanne Franz, Directora de Marketing de Volkswagen: "La diversidad es esencial para nosotros, no sólo a partir de la Euro".**
- **Los ex profesionales Lena Goeßling y Gerald Asamoah realizan declaraciones inequívocas a favor de la diversidad.**

Wolfsburg, Alemania. Volkswagen asume una postura a favor de la diversidad y la inclusión durante el Campeonato Europeo de Fútbol. La compañía aprovecha el torneo en Alemania y su campaña "One Europe. One Feeling. One Football." para abrir una plataforma al tema de la diversidad. En el marco del partido de la fase de grupos de la Eurocopa entre Alemania y Hungría, la Directora de Marketing de Volkswagen, Susanne Franz, se reunió en Stuttgart con expertos del deporte.

Susanne Franz, Directora de Marketing de Volkswagen: "El Campeonato Europeo de Fútbol 2024 es más que un simple torneo. Reúne a personas de 24 naciones, cientos de miles de aficionados en los estadios y en las calles. Para Volkswagen, la diversidad y la inclusión son indispensables, no sólo a partir de este Campeonato". La compañía con sede en Alemania, apoya el fútbol desde hace muchas décadas, en las bases y hasta los niveles más altos. Para el Campeonato de Europa, Volkswagen ha organizado la campaña "One Europe. One Feeling. One Football." para realizar una fuerte declaración en este escenario global. Franz afirma: "Estamos comprometidos con la igualdad de género en el fútbol femenino y masculino, trabajamos contra los estereotipos y prejuicios, no sólo en el deporte".

Juntos, dentro y fuera del campo. En Stuttgart, Franz habló sobre la diversidad en el fútbol con invitados expertos en el deporte. "No importa quién juegue, no importa dónde se juegue, no es fútbol femenino ni masculino, es un juego", destacó Lena Goeßling, quien jugó en el Club Deportivo VfL Wolfsburg de 2011 a 2021, financiado por Volkswagen. La campeona de Europa en 2013 y medallista de oro olímpico en 2016, lleva años activa promoviendo la diversidad y luchando contra todas las formas de discriminación. "Para mí es importante alzar la voz y estar presente, porque sólo juntas somos fuertes, como fue el caso durante mi carrera activa", afirmó Goeßling, que entre 2008 y 2019 disputó un total de 106 partidos con la selección nacional femenina de Alemania.

Contacto para prensa

Volkswagen México
Javier Díaz
Relaciones Públicas
javier.diazl@vw.com.mx

Eme Media Com
Diana Mendoza
diana.mendoza@eme-media.com





Fútbol para una comunidad diversa. Gerald Asamoah cofundó y desarrolló una iniciativa clave contra el racismo con su antiguo club, el FC Schalke 04, denominada #standup. "Como jugador activo, me enfrenté repetidamente al racismo", dijo el ex profesional y subcampeón del mundo en 2002. "Estamos en 2024 y continuamos discutiendo este tema porque, lamentablemente, sigue siendo frecuente. No debemos mirar hacia otro lado". "Estoy muy contento que compañías como Volkswagen estén tan comprometidas, yo animo a todos a que también desempeñen un papel activo", añadió Asamoah.

Diversidad para el cambio y la transformación cultural. "Vivimos la diversidad" es uno de los principios corporativos de Volkswagen. Afirma: "Somos coloridos, diferentes, únicos". "Sin diversidad, nuestra empresa se paralizaría", asegura Franz. La Directora de Marketing de Volkswagen sabe que queda un largo camino por recorrer, "pero sin diversidad, ni el cambio cultural ni la transformación pueden tener éxito en Volkswagen". El fútbol puede acelerar este proceso con su influencia e impacto emocional.

Apoyo al más alto nivel y base. En el Campeonato de Europa, Volkswagen no sólo es patrocinador de la Federación Alemana de Fútbol (DFB), sino también socio de movilidad de otras cinco federaciones europeas que se clasificaron para la fase final: Francia, Países Bajos, Italia, Suiza y Dinamarca. Pero no es sólo en el gran escenario: el fútbol base es el factor unificador entre el deporte nacional y Volkswagen. Como socio de la Fundación Sepp-Herberger de la DFB, la empresa aboga por una participación independiente y equitativa en partidos de fútbol organizados para personas con discapacidad.

Más éxito a través de la diversidad. Franz menciona: "Lo que Volkswagen puede aprender del deporte es que los equipos exitosos suelen ser diversos. En el campo, trabajar por un objetivo común es primordial, independientemente de si alguien tiene discapacidad o de dónde viene". Fiel al lema: "One Europe. One Feeling. One Football."



Sobre Volkswagen de México

Las oficinas corporativas de Volkswagen de México, así como la Planta de vehículos se localizan en el Estado de Puebla, a 120 km al sureste de la Ciudad de México, donde se manufacturan los modelos Jetta, Tiguan (versión larga) y Taos. Esta fábrica, que inició sus operaciones en 1967, es una de las más grandes del Grupo Volkswagen y cuenta con todos los procesos necesarios para la fabricación de vehículos, desde el estampado hasta el ensamble final. En enero de 2013, en Silao, inició operaciones la Planta de Motores Guanajuato. Asentada sobre una superficie de 60 hectáreas, en ella se producen el motor EA211 y la tercera generación de motores EA888 para la producción de vehículos del Grupo Volkswagen en Norteamérica. Como jugador clave en la estrategia de Volkswagen a nivel mundial, en 2023 Volkswagen de México registró una producción de 349,227 vehículos en la planta de Puebla y más de 430 mil motores ensamblados en la de Guanajuato. Las marcas del Grupo Volkswagen: Volkswagen, Volkswagen Vehículos Comerciales, SEAT, CUPRA, Audi, Bentley y Porsche, comercializaron durante el 2023 un total de 149,936 vehículos en el mercado mexicano.

Como resultado de su compromiso con el bienestar con su comunidad, ha sido reconocida entre "Los Mejores Lugares para Trabajar" por el Great Place to Work Institute (GPTW), "Mejores Lugares para Trabajar LGBTQ+ 2024" por la fundación Human Rights Campaign (HRC) y como Top Employer 2024 por Top Employer Institute por noveno año consecutivo. La Armadora fue distinguida por Merco en 2023 como la empresa con mejor reputación corporativa en el sector automotriz. Entre sus acciones de sostenibilidad, sociales y de gobierno corporativo (ESG) figuran "Way To Zero", estrategia global que tiene el objetivo de alcanzar la neutralidad de carbono (CO2) para 2050; "Por amor a México" y "Un día para el Futuro", enfocados al impulso de la niñez, a fortalecer los vínculos comunitarios y de biodiversidad a través de proyectos colaborativos con más de 300 fundaciones. Para conocer más visita: www.vw.com.mx