**Persbericht**

**Voltage Brussels maakt van Volkswagen**

**de auto van je leven.**

**Wat maakt een Volkswagen een Volkswagen? Dat is de vraag die beantwoord wordt in de nieuwste merkcampagne van Volkswagen en Voltage Brussels. Een 100% Belgische productie die niet één specifiek model aanprijst maar een ode brengt aan het leven in elke Volkswagen. De auto van je leven.**

Vanaf november lanceren Volkswagen Belgium en Voltage Brussels een lokale, overkoepelende merkcampagne die Volkswagen in the picture zet als de auto van je leven. Want één ding is zeker: Volkswagens zijn auto’s waarin geleefd kan én mag worden. Ze zijn er niet enkel om mee te pronken op je oprit. Bart Nyns, Marketing Manager Volkswagen Belgium: *“Sinds de komst van onze 100% elektrische ID.’s communiceren we bijna uitsluitend rond ons elektrisch gamma. Daarom vonden we het tijd om ons merkimago opnieuw een boost te geven. Want vintage, benzine of elektrisch: elke Volkswagen deelt hetzelfde DNA.”*

Startpunt van de campagne is de één minuut durende spot die zowel op TV als in de cinema zal lopen. Hierin brengt Voltage Brussels samen met regisseur Joe Vanhoutteghem (Czar) een ode aan elke Volkswagen. En dat doen ze merkwaardig genoeg níet door het feestje zelf te tonen, maar door een hele resem Volkswagens -van de iconische Beetle tot de nieuwste ID. Buzz- te portretteren, na het memorabele pleziermoment.

Zo zien we onder meer het einde van een film die geprojecteerd wordt op een Volkswagen California tijdens een camping sauvage, een oude Golf GTI politiewagen met een wielklem langs de baan, een Polo onder de confetti of een ID. Buzz waarvan de rijders zijn gaan skinnydippen… Stuk voor stuk momenten die bewijzen dat het mooiste aan een Volkswagen is wat je ermee doet.

De spot is een poëtische weergave van het namijmeren over de plezante tijd die je beleefd hebt met jouw Volkswagen. Gemonteerd op de klassieker van Dinah Washington komt de boodschap helemaal binnen: ‘What a difference a day makes’. Als je met een Volkswagen rijdt natuurlijk. Frank Marinus, Creative Director bij Voltage Brussels: *“In een reclameblok vol opgefokte spotjes springt een rustmoment er hoe dan ook uit: een commercial waarin de auto’s in alle stilte voor zichzelf spreken en er geen -of toch bijna geen- mensen aan te pas komen, die de kijker uitnodigt om elke scène zelf in z’n hoofd af te maken.”*

De ‘Auto van je leven’-campagne wordt ook verder uitgerold op alle digitale kanalen met extra native content op social media. Hier gaat Volkswagen zelfs op zoek naar de échte memorabele Volkswagen-momenten van hun fanbase. De leukste verhalen maken kans om verfilmd te worden.