**Voltage en de Volkswagen Caddy helemaal klaar voor het onverwachte.**

**Voltage, de nieuwe communicatiestructuur die rond Volkswagen werd opgezet, pakt uit met een eerste campagne, voor de vernieuwde Caddy Life. Onder het thema ‘Klaar voor het onverwachte’ reageert de Caddy 2 dagen lang live op de actualiteit. Zo verschijnt bij een pak artikels op hln.be meteen een banner die inspeelt op dat nieuws. De actie is een unieke samenwerking tussen Voltage, Volkswagen en DPG.**

Het laatste jaar is ons dagelijks leven meer dan eens compleet door elkaar geschud. Plots moesten we van thuis werken, konden we enkel op vakantie in eigen land, begonnen we massaal te klussen, en hier en daar wordt zelfs een lockdownbaby geboren. Een pak onverwachte gebeurtenissen, maar met de Volkswagen Caddy ben je daar allemaal klaar voor. “De insteek voor de Caddy is ‘Klaar voor het onverwachte’ en die campagne werd gelanceerd met TV en outdoor. Met deze actie willen we een stapje verder gaan en echt aantonen dat die Caddy klaar is voor àlles. We zetten hier vooral de state of mind van de Caddy - en de bestuurders - centraal,” zegt Frank Marinus, CD bij Voltage.

“We schrijven de campagne volledig live. We staan - coronaproof- in verbinding met de redactie van hln.be, en stemmen vanuit onze war room instant af met alle betrokken partijen: creatie, accounts, adverteerders, en mediapartners. Vervolgens staat een team bij DPG klaar om alle creaties razendsnel op de juiste plaatsen live te zetten.”

De actie is maandag 8 en dinsdag 9 maart nog live te zien op hln.be. Hierbij alvast enkele onverwachte uitingen van deze actie.