



Media information

(和訳)※原文(英語)については次頁以降をご参照ください。

2020年4月3日

VPR20-018

2020年4月8日(水)

フォルクスワーゲン、バーチャル モーターショーを初開催

- 史上初めてデジタルの世界でニューモデルを発表
- すべてのクルマをインタラクティブに体験可能
- バーチャルリアリティは、体験型マーケティングにおいて、戦略的に重要な要素
- パーソナライズされたユーザー体験、より幅広いお客様に訴求

ウォルフスブルグ(ドイツ):フォルクスワーゲン ブランドは、ジュネーブ国際モーターショーの中止を受け、オンラインでモーターショーを開催いたします。本日より2週間、フォルクスワーゲン ブランドの全てのニューモデルをウェブサイト(<https://www.volkswagen.de/de/specials/geneva-2020.html>)で体験していただけます。360°ツアーは、ウェブサイトの訪問者が、モーターショーを現実世界のように楽しむことができるデジタル体験を提供します。今回は、ブースの中を散策し、クルマを様々な方向から眺め、使いやすい機能を使用して、クルマのボディカラーやホイールを交換したりすることができます。

バーチャル モーターショーのハイライト 新型「Golf GTI」



「ジュネーブモーターショーは中止となりましたが、弊社のマーケティング チームの尽力により、すべての方々にフォルクスワーゲンのブースを訪問していただけるようになって大変嬉しく思っております。ビジターの方々は、モーターショーのプレゼンテーションや製品ハイライトを、細部にわたって体験することができます。今回のバーチャル モーターショーの開催は、特別な状況では特別な解決策が必要であることを示すものです」と、

フォルクスワーゲン乗用車セールス、マーケティングおよびアフターセールス担当取締役のユルゲン シュタックマンは述べています。「ディーラーにおける実際の車両の展示に加えて、バーチャルショーの訪問を通じて、さらに多くの方々に私たちのクルマの魅力をお伝えすることができると確信しています。」

ジュネーブモーターショーのために予定していた全てのクルマ、そしてブース全体は、360°体験のためにデジタル処理され、まるでモーターショーに来場したかのような3次元体験を提供します。このモーターショーのハイライトは、未来の電気自動車「ID.3(アイディ.3)」¹、プラグインハイブリッド技術を採用した新型「Touareg R(トゥアレグR)」²、「Golf(ゴルフ)」のアイコンともいえるスポーツバージョン「GTI」³、「GTD」⁴、「GTE」⁵などの2020年に発売されるニューモデルです。

ユーザーは、ブースのガイド付きツアーに参加できる他、個別にブースを見て回ることも可能です。ウェブサイトに統合された追加機能をクリックすることで、サイトの訪問者は展示車両のボディカラーやホイールを変更したりして、インタラクティブにプレゼンテーションを楽しむことができます。

「フォルクスワーゲン初のデジタルブースは、これから革新的なオンライン体験を生み出していく新しい持続的コンセプトの始まりにすぎません」と、フォルクスワーゲン最高マーケティング責任者のヨッヘン セングピールは述べています。「私たちは、デジタル化戦略の一環として、バーチャルリアリティが提供する可能性を活用していきます。バーチャルリアリティは今後、体験型マーケティング、フォルクスワーゲン ブランドの外部に対するプレゼンテーション、そしてお客様やファンの方々とのインタラクションの一環になります。」

バーチャル モーターショーは無料でご覧いただけます。

ウェブサイトは2020年4月17日まで開設されています(言語:ドイツ語および英語)。

¹ ID.3: 本車両はヨーロッパではまだ販売されていません

² Touareg R: 量産車に近いコンセプトカー

³ Golf GTI: 量産車に近いコンセプトカー

⁴ Golf GTD: 量産車に近いコンセプトカー

⁵ Golf GTE: 量産車に近いコンセプトカー



Media information

April 3, 2020

Volkswagen with virtual motor show for the first time

- Volkswagen presents new models in digital mode for the first time
- All vehicles can be experienced interactively
- Possibilities of virtual reality are gaining strategic importance for experience marketing
- Objectives: personalized user experience, greater range, sustainable concepts

Wolfsburg (D) - Following the cancellation of this year's Geneva International Motor Show, the VW brand show stand can now be visited online. Starting today, visitors can experience all the new models of the brand for two weeks round the clock from their own homes at <https://www.volkswagen.de/de/specials/geneva-2020.html>. The 360° tour offers an interactive digital experience allowing visitors to immerse into the show. They can stroll across the booth, view vehicles from all sides and also change colors and wheel rim configurations using easy-to-use functions.



A highlight in the virtual booth: the new Golf GTI

"I am pleased that our marketing team has succeeded in making our booth available to all visitors despite the cancellation of the Geneva Motor Show. Virtually, they can experience our team's attention to detail in the presentation of this show and our product highlights. Once again, this demonstrates that special situations call for special solutions," says Jürgen Stackmann, Member of the Volkswagen brand Board of Management

responsible for Sales, Marketing and After-Sales. "We are convinced that we will be able to reach even more people in future through virtual show visits in addition to the real presentation of vehicles."

All the vehicles and the booth planned for Geneva have been digitally processed for the 360° experience and give visitors a three-dimensional experience of being at the show. The main focus is on the new products of 2020: these range from the future electric vehicle ID.3¹ to the new R² with plug-in hybrid technology and the latest generation of the iconic sports versions of the compact Golf, the GTI³, GTD⁴ and GTE⁵.

Users take part in a guided tour of the booth, but can control their visit individually. By clicking integrated additional features and interactive exhibits which allow vehicles to be displayed with different colors or wheel rims, users are encouraged to interact with the presentation. Finally, users are guided to a registration page where they can create their VW ID to receive personalized offers in the future.

"Our first digital booth is only the opening chapter in our new sustainable concept for future innovative online experiences," says Jochen Sengpiehl, Chief Marketing Officer

Media information



of the Volkswagen Passenger Cars brand. "Exploiting the opportunities offered by virtual reality is part of our digitalization strategy. It will become an integral component of our experience marketing, the entire external presentation of the brand and interaction with customers and fans."

The virtual motor show can be visited online free of charge. The website is available in German and English until April 17, 2020.

¹⁾ *ID.3: The vehicle is not yet available for sale in Europe.*

²⁾ *Touareg R: The vehicle is a near-production concept car.*

³⁾ *Golf GTI: The vehicle is a near-production concept car.*

⁴⁾ *Golf GTD: The vehicle is a near-production concept car.*

⁵⁾ *Golf GTE: The vehicle is a near-production concept car.*

About the Volkswagen brand:

The Volkswagen Passenger Cars brand is present in more than 150 markets throughout the world and produces vehicles at over 50 locations in 14 countries. In 2019, Volkswagen delivered 6.3 million vehicles including bestselling models such as the Golf, Tiguan, Jetta or Passat. Currently, 195,878 people work for Volkswagen across the globe. The brand also has over 10,000 dealerships with 86,000 employees. Volkswagen is forging ahead consistently with the further development of automobile production. E-mobility, smart mobility and the digital transformation of the brand are the key strategic topics for the future.
