

puls Studie zum Erfolg der VW Werbekampagne mit Robbie Williams  
**Robbie Williams spricht als „VW-Marketingleiter“ vor allem Frauen an**

Nürnberg, 16. Januar 2015

Immer mehr Marken nutzen Prominente für ihre Werbung. Auch VW setzt vor diesem Hintergrund auf den Promi-Effekt von Robbie Williams und präsentiert diesen sogar als neuen „Marketingleiter“. Um herauszufinden, ob und wie die neue VW Kampagne mit Robbie Williams funktioniert, hat die Nürnberger Marktforschung *puls* eine repräsentative Studie bei 657 Autokäufern in Deutschland durchgeführt. Mit überraschenden Ergebnissen: Knapp 60 Prozent haben die Kampagne wahrgenommen, 44 Prozent davon gefällt sie (sehr) gut. Vor allem Frauen und Jüngere beurteilen die Robbie Williams Kampagne mit 59 Prozent und 54 Prozent als positiv.

Auch inhaltlich kommt Robbie Williams als Markenbotschafter von VW gut an: So findet jeder dritte deutsche Autokäufer (34 Prozent), dass Robbie Williams (sehr) gut zur Marke VW passt. Unter Autokäuferinnen liegt dieser Anteil sogar bei stattlichen 48 Prozent. „VW ist mit der mutigen Robbie Williams Kampagne offensichtlich auf einem guten Weg Frauen als Zukunftskunden anzusprechen und die Marke zu verjüngen.“, kommentiert *puls* Geschäftsführer Dr. Konrad Weißner die Ergebnisse.

Laut *puls* Studie gibt es aber einen Wermutstropfen. Ältere (über 50 Jahren) bewerten die Kampagne deutlich weniger positiv.

-ENDE-

Anzahl Zeilen: 20  
Anzahl Anschläge: 1.229 (Text ohne Überschriften mit Leerzeichen)  
Datum: 16. Januar 2015  
Ansprechpartner: Dr. Konrad Weißner +49 (0) 911-9535-400  
*Abdruck honorarfrei*

## Über *puls* Marktforschung

Seit über 20 Jahren konzentriert sich die *puls* Marktforschung darauf, den Markterfolg von Unternehmen durch umsetzungsorientierte Marktforschung und daraus abgeleitete Maßnahmenempfehlungen abzusichern.

An der Durchführung von kundenindividuellen Marktforschungsstudien arbeiten 20 hochqualifizierte Mitarbeiter. Bei *puls* gibt es kein Marktforschungsprojekt ohne Maßnahmenempfehlungen für bessere Entscheidungen und Strategien.

Leitlinie der Arbeit bei *puls* ist das Leistungsversprechen „For Better Decisions“. Eine stetig wachsende Anzahl nationaler und internationaler Unternehmen sind von dem von *puls* entwickelten Konzept der Markennavigation überzeugt. Global Player wie Audi, Volkswagen, GORE-TEX, ZF Services, Uniqo oder BASF sichern ihr weiteres Wachstum durch maßgeschneiderte Marktforschung von *puls* ebenso ab wie mittelständische Unternehmen.

Mehr Informationen über *puls* Marktforschung finden Sie unter [www.puls-marktforschung.de](http://www.puls-marktforschung.de).