



ŠKODA
SIMPLY CLEVER

PRESSEINFORMATION

Seite 1 von 3

Mobilität, die berührt: ŠKODA startet globale Kampagne zur E-Mobilitäts-Submarke iV

- › „Recharge Life“ stellt den Wert individueller Mobilität und Steigerung der Lebensqualität durch iV-Ökosystem in den Mittelpunkt
- › Kernbotschaft der multimedialen Kampagne: Elektromobilität bei ŠKODA iV ist überraschend, menschlich und praktisch

Mladá Boleslav, 3. September 2020 – „Recharge Life“: Unter diesem Claim lanciert ŠKODA AUTO eine weltweite Marketing-Kampagne rund um den Aufbruch des Automobilherstellers in das Zeitalter der Elektromobilität. Besonders im Fokus stehen dabei besondere Momente, die verschiedene Menschen dank individueller Mobilität erleben. Mit emotionalen Bildern und Slogans präsentiert die multimediale Kampagne die praktischen Elektrofahrzeuge der E-Mobilitäts-Submarke ŠKODA iV, stellt die Modellpalette vor und begeistert für den neuen ŠKODA ENYAQ iV.

Überraschend, praktisch und „Simply Clever“ – das ist Elektromobilität „made by ŠKODA“. Sie vereinfacht den Alltag und macht ihn angenehmer. Diesen Zugewinn an Lebensqualität und Freiheit stellt auch „Recharge Life“ in den Mittelpunkt. Die neue globale Marketing-Kampagne des tschechischen Automobilherstellers dient künftig als Plattform für die Kommunikation rund um den ŠKODA ENYAQ iV und spielt gleichzeitig eine tragende Säule in der der gesamten Marketing-Kommunikation von ŠKODA AUTO.

Marc-Andreas Brinkmann, Leiter Marketing bei ŠKODA AUTO betont: „Recharge Life“ nimmt die Menschen in den Blick und greift emotionale Themenfelder wie Familie, Liebe, Abenteuer, Freude, Vertrauen und Gemeinschaft auf. Dieser Ansatz ist verbindendes Merkmal sämtlicher Marketingaktivitäten im Rahmen der ersten integrierten Kampagne von ŠKODA AUTO zur E-Mobilitäts-Submarke ŠKODA iV. Dabei werden wir „Recharge Life“ sowohl online als auch auf sämtlichen weiteren Kommunikationskanälen aktiv platzieren.

So lässt einer der emotionalen Werbespots anklingen, dass Unbeschwertheit, Einfachheit und Spaß in einem immer komplizierten Alltag heutzutage häufig zu kurz kommen. Genau hier eröffnen die ŠKODA iV Modelle neue Möglichkeiten: Sie ermöglichen Momente, die über das Alltägliche hinausgehen und die in Erinnerung bleiben. Ähnlich sind die Claims der Motive in den Printanzeigen angelegt: Sie rufen dazu auf, dem Instinkt zu vertrauen, Begegnungen offline zu erleben oder dem Herzen anstelle eines Hashtags zu folgen – so tragen die ŠKODA iV-Modelle dazu bei, die Lebensqualität zu steigern.

Neben dem ENYAQ iV bewirbt „Recharge Life“ auch die iV-Versionen des ŠKODA OCTAVIA. Er wird unter anderem als OCTAVIA RS iV erhältlich sein, dessen Plug-in-Hybridantrieb mit einer maximalen Systemleistung von 180 kW (245 PS) eine RS-typisch dynamische Performance liefert.

Der ŠKODA ENYAQ iV ist das erste Serienfahrzeug des tschechischen Automobilherstellers auf Basis des Modularelektrifizierungsbaukastens (MEB) aus dem Volkswagen Konzern. Konzeptionsbedingt bietet das erste Elektro-SUV der Marke damit neue Möglichkeiten bei der Raumaufteilung und bei kompakten Abmessungen noch mehr Platz für Passagiere und Gepäck. Gleichzeitig begeistert der



ŠKODA
SIMPLY CLEVER

PRESSEINFORMATION

Seite 2 von 3

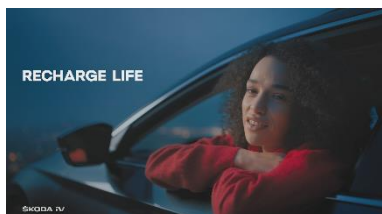
ENYAQ iV mit einem emotionalen Design und nachhaltigem Fahrspaß bei voll langstreckentauglichen Reichweiten von bis zu 500 Kilometern im WLTP-Zyklus.

Weitere Informationen:

Tomáš Kotera
Leiter Unternehmenskommunikation
tomas.kotera@skoda-auto.cz
T +420 326 811 773

Simona Havlíková
Pressesprecherin Vertrieb, Finanzen, Unternehmen
simona.havlikova@skoda-auto.cz
T +420 326 811 771

Video und Bilder zur Presseinformation:

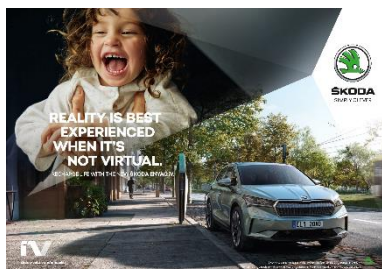


Video: Mobilität, die berührt: ŠKODA startet globale Kampagne zur E-Mobilitäts-Submarke iV

Mit emotionalen Bildern und Slogans präsentiert die multimediale Kampagne die praktischen Elektrofahrzeuge der E-Mobilitäts-Submarke ŠKODA iV, stellt die Modellpalette vor und begeistert für den neuen ŠKODA ENYAQ iV.

[Download](#)

Quelle: ŠKODA AUTO

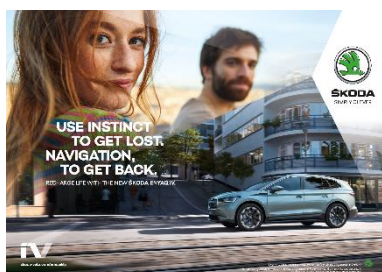


Mobilität, die berührt: ŠKODA startet globale Kampagne zur E-Mobilitäts-Submarke iV

Die neue globale Marketing-Kampagne von ŠKODA dient künftig als Plattform für die Kommunikation rund um den ŠKODA ENYAQ iV und spielt gleichzeitig eine tragende Säule in der gesamten Marketing-Kommunikation von ŠKODA AUTO.

[Download](#)

Quelle: ŠKODA AUTO



Mobilität, die berührt: ŠKODA startet globale Kampagne zur E-Mobilitäts-Submarke iV

Die Claims der Motive in den Printanzeigen rufen dazu auf, dem Instinkt zu vertrauen, Begegnungen offline zu erleben oder dem Herzen anstelle eines Hashtags zu folgen – so tragen die ŠKODA iV-Modelle dazu bei, die Lebensqualität zu steigern.

[Download](#)

Quelle: ŠKODA AUTO



ŠKODA
SIMPLY CLEVER

PRESSEINFORMATION

Seite 3 von 3

ŠKODA AUTO

- › feiert in diesem Jahr das 125-jährige Jubiläum seiner Gründung in den Pioniertagen des Automobils 1895 und ist damit eines der weltweit traditionsreichsten Automobilunternehmen.
- › bietet seinen Kunden aktuell neun Pkw-Modellreihen an: CITIGO, FABIA, RAPID, SCALA, OCTAVIA und SUPERB sowie KAMIQ, KAROQ und KODIAQ.
- › lieferte 2019 weltweit 1,24 Millionen Fahrzeuge an Kunden aus.
- › gehört seit 1991 zum Volkswagen Konzern, einem der global erfolgreichsten Automobilhersteller. ŠKODA AUTO fertigt und entwickelt selbständig im Konzernverbund neben Fahrzeugen auch Komponenten wie Motoren und Getriebe.
- › unterhält drei Standorte in Tschechien; fertigt in China, Russland, der Slowakei und Indien vornehmlich über Konzernpartnerschaften sowie in der Ukraine und Kasachstan mit lokalen Partnern.
- › beschäftigt rund 42.000 Mitarbeiter weltweit und ist in über 100 Märkten aktiv.
- › treibt im Rahmen der ŠKODA Strategie 2025 die Transformation vom Automobilhersteller zur „Simply Clever Company für beste Mobilitätslösungen“ voran.