

„Famil-yeah“-Kampagne für Wolfsburg Marketingkooperation wirbt für Familienerlebnisse der Stadt

Wolfsburg, 20.03.2024 – In Wolfsburg gibt es für Familien viel zu erleben! Das ist die Botschaft der Imagekampagne „Famil-yeah“, mit der die Marketingkooperation aus Autostadt, Designer Outlets Wolfsburg, VfL Wolfsburg sowie phaeno unter Federführung der Wolfsburg Wirtschaft und Marketing GmbH (WMG) wirbt. Im auffälligen Pop-Art-Comic-Stil machen die farbenfrohen Motive in der Stadt und der Region auf das vielfältige Angebot an Erlebnissen für die ganze Familie in Wolfsburg aufmerksam.

„Das Ziel der Marketingkooperation ist es, mit der ‚Famil-yeah‘-Kampagne Wolfsburg gemeinsam reichweitenstark und zielgruppenorientiert als attraktive Destination für Familien zu positionieren“, erklärt Jens Hofschröder, Wirtschaftsdezernent und Geschäftsführer der WMG. „Dank unserer starken Partner können wir eine facettenreiche Kampagne im unkonventionellen Look präsentieren, die garantiert auffallen wird.“

Pünktlich zum Beginn der Osterferien startete die ‚Famil-yeah‘-Kampagne und wird über das gesamte Jahr die Familienfreundlichkeit Wolfsburgs mit wechselnden Motiven, die verschiedene Wolfsburger Freizeiterlebnisse darstellen, präsentieren. Ausgespielt wird die Kampagne vorrangig über die Social-Media-Kanäle von „Wolfsburg erleben“ sowie die Kanäle und Werbemittel der Partner der Marketingkooperation. Dazu zählen beispielsweise die Ausspielung auf der digitalen Bande beim VfL Wolfsburg, bei der die Autostadt einen Teil ihrer Werbeslots zur Verfügung stellt, sowie Newsletter und digitale Anzeigetafeln. Die Nutzung der gemeinsamen Ressourcen ermöglicht dabei größtmögliche Synergien und maximiert kosteneffizient die Reichweite.

Alle Motive verweisen auf das WMG-Erlebnisportal www.wolfsburg-erleben.de, welches als zentrale Anlaufstelle einen Überblick über die lokalen Freizeitangebote in Wolfsburg gibt. Zusätzlich haben Touristinnen und Touristen hier die Möglichkeit, Reiseangebote sowie passende Hotelübernachtungen direkt zu buchen.

„Wer an Wolfsburg denkt, denkt vielleicht nicht zuerst an Familienerlebnisse. Dabei haben wir in der Hinsicht jede Menge zu bieten,“ führt Armin Maus, Geschäftsführer der Autostadt, weiter aus. „Wir hoffen, durch die ‚Famil-yeah‘-Kampagne zukünftig noch mehr Familien von den vielfältigen Freizeitangeboten in Wolfsburg zu überzeugen und in Wolfsburg begrüßen zu dürfen.“

Pressekontakt: Antonia Müller | Telefon +49 5361 89994-56 | E-Mail presse@wmg-wolfsburg.de | presse.wmg-wolfsburg.de

Michael Ernst, Centermanager der Designer Outlets Wolfsburg und geschäftsführendes Vorstandsmitglied des City Marketing und Tourismus Wolfsburg e.V. (CMT), führt aus: „Die ‚Famil-yeah‘-Kampagne zeigt Wolfsburg so wie es ist: familienfreundlich, vielfältig und bunt. Neben den Designer Outlets unterstützt auch der CMT ausdrücklich die Bündelung der Marketing-Aktivitäten im Rahmen der Kooperation.“

„Die gemeinsame Kampagne stellt einen klaren Schulterchluss aller Partner dar. Wolfsburg hat viel zu bieten – das gilt es gemeinsam selbstbewusst nach außen zu tragen“, ergänzt Michael Meeske, Geschäftsführer des VfL Wolfsburg. „‚Famil-yeah‘ vermittelt eine klare Botschaft, hinter der wir uns alle authentisch versammeln können.“

„Das phaeno möchte besonders Familien einzigartige Wissenschaftserlebnisse schenken. Daher freut es uns sehr, dass wir mit der gemeinsamen ‚Famil-yeah‘-Kampagne genau diese Zielgruppe adressieren und Wolfsburg somit als Freizeitziel für Familien weiter stärken“, unterstreicht Michel Junge, Geschäftsführer des phaeno.

Pressekontakt: **Antonia Müller** | Telefon +49 5361 89994-56 | E-Mail presse@wmg-wolfsburg.de | presse.wmg-wolfsburg.de