
PŘIHLÁŠKA do 21. ročníku soutěže

Projekt:

Název projektu:

Volkswagen magazín

Klient:

Volkswagen Česká republika

Agentura / Přihlašovatel:

Boomerang Communication s.r.o.

Spolupracující agentura / subjekt:

Individuální kredity:

Přihlašujeme do:

Komunikační nástroje:

III.1 Firemní publikace - periodické

Porota má právo na změnu-přesun projektu do jiné kategorie,
pokud uzná, že by tam mohl mít větší šanci na ocenění

Kontaktní osoba:

Jméno: Eva Kuldová

Firma/organizace: Boomerang Communication s.r.o.

Stručné shrnutí projektu:

Překlopit cizí časopis, nebo si ho přizpůsobit a vyrobit vlastní? Volkswagen Magazin zvolil druhou cestu – a za 13 let z lokálního projektu s omezeným rozpočtem udělal jediný tištěný magazín v celé Volkswagen Group, který přežil i svůj německý vzor. V loňském roce prošel výrazným redesignem, který ho posunul do čela současných vizuálních trendů. Titulní stránky tvořené z lokálně produkovaných fotostory přitom opakovaně překonávají globálně dodávané materiály.

Zadání, cíle projektu, cílové skupiny:

Volkswagen Magazin pro firmu Volkswagen Česká republika vydáváme od roku 2013. Od počátku platí rozhodnutí vydavatele obohatit zákaznický magazín lokálním obsahem. V roce 2017 německá centrála přestala časopis vydávat my jsme stáli před otázkou: jak naplnit magazín s omezeným rozpočtem a neznepronevěřit se kvalitě světové značky?

Cílové skupiny: dealeri a partneři sítě, zákazníci Volkswagen, ambasadoři značky.

Cíle: budovat loajalitu zákazníků, poskytnout dealerům nástroj pro péči o klienty, být věrohodným hlasem Volkswagenu v českém prostředí.

Strategie a kreativa:

Klíčové zadání od počátku vydávání zní: nevytvářet jen mechanickou lokalizaci, ale skutečný lokální magazín. Vzali jsme ducha Volkswagenu a layout, rubriky i fotografie rozjeli v české produkci. Našli jsme fotografy, kteří improvizují bez nákladných ateliérů – místo Mallorky jsme jeli do Ratají nad Sázavou, místo Islandu na biofarmu v severních Čechách. Právě z těchto autentických fotostory vznikají titulní stránky, které jsou vizuálně silnější než mnohé globální materiály.

V roce 2025 prošel magazín zásadním redesignem, který je v souladu s novým brand manuálem značky. Nový vizuální jazyk přinesl svěžejší barevnost, vzdušnější rozložení a celkové omlazení – při zachování DNA Volkswagenu. Magazín dnes vizuálně stojí po boku nejlepších lifestyle a automotive titulů v regionu. Obsah obohatily lifestyle rubriky, spolupráce s fotografy Ondřejem Szollosem, Matějem Třešňákem, Václavem Jiráskem nebo Adrianou Fialovou a ambasadoři jako Lukáš Hejlík, Tamara a Tomáš Klusovi, Vavřinec Hradílek, Kristýna Turynová nebo Natálie Kotková.

Nástroje a aktivity:

Magazín vychází 3x ročně, má náklad 7000 ks a 68 stran. Obsah kombinuje rozhovory, lifestyle rubriky, produktové novinky, fotostory a vstupy ambasadorů. Témata a fotografie přecházejí na sociální sítě, web a do newsletterů. Magazín funguje nejen jako inkubátor partnerských aktivit a prezentační prostor pro dealerskou síť. Distribuce magazínu je částečně adresná na klienty jednotlivých dealerství, distribuuje se i přímo na dealerství a akcích které Volkswagen pořádá, ať už jsou to různé Volkswagen festivaly, maratony, konference, esalon atp.

Výsledky:

Desítky oborových cen. Jediný tištěný magazín Volkswagen Group, který přežil už o 8 let svůj německý vzor. Loňský redesign přijali s nadšením klienti i dealeri. Magazín z pasivních zákazníků dělá ambasadorů značky a jeho obsah dlouhodobě posiluje brand i obchodní cíle skupiny Volkswagen v ČR.