



2004年02月12日

## ニュービートルとiPodのキャンペーン“Pods Unite”を実施

フォルクスワーゲン グループ ジャパン株式会社(略称:VGJ、代表取締役社長:梅野 勉)は、アップルコンピュータ株式会社(略称:アップル、代表取締役:ティモシー・D・クック)と協力し、フォルクスワーゲン ニュービートルと、アップルのiPodという2社の人気商品を用いた“Pods Unite”(ポッズ ユナイト)キャンペーンを実施します。

“Pods Unite”キャンペーンは、2月16日(月)から3月31日(水)までにニュービートル全モデル(但しニュービートル カブリオレを除く)をご登録いただいたお客様に、アップルの人気商品であるHDDを内蔵した携帯型デジタルミュージックプレイヤー iPod - 20GBのキャンペーンロゴ入りカスタマイズモデルとニュービートルのカセットラジオと接続するための車載用キットを無償でプレゼントするものです。

ニュービートルは1999年に誕生して以来、現在までに全世界で約74万5千台が生産されているフォルクスワーゲンの人気モデルです。日本でも既に5万台以上が販売されました。一方のiPodは、2001年11月に発売以来、全世界で200万台以上が販売されたデジタルミュージックプレイヤーで、20GBモデルで約5000曲の音楽データを保存できます。

このキャンペーンは、フォルクスワーゲンの持つ「若々しさ」、「革新的」、「独自の個性」というコアバリュー、加えてニュービートルのお客様の「デザインを重視する」という特徴、一方のアップルには「先進的」、「洗練されたプロダクトデザイン」、「トレンド・セッター」という特徴があります。この両社の持つブランドイメージ、スタイリッシュなライフスタイル提案、高感度なデザイン等共通の特徴があることにより実現しました。また両社は、この異なるジャンルとのキャンペーンによって更なる新規顧客開拓を目指しています。

今回のキャッチフレーズである“Pods Unite”は、2003年7月に米国にて実施された同様のキャンペーンにおけるキャッチフレーズで、これはiPodのPodと、ニュービートルをUFOに模して製作したアメリカのCMでの脱出ポッドのPodを組み合わせたものです。グローバル企業である両社の世界統一イメージを確立するため、この度日本においても同じ“Pods Unite”を使用することにいたしました。

尚、本件の専用サイトは本日17:00より下記URLにてアップいたします。また写真は、VGJプレスサイト”Press Club” プレスフォトのEvents内にアップロードされています。

### Pods Uniteキャンペーン

対象モデル: フォルクスワーゲン ニュービートル全モデル(但しニュービートル カブリオレを除く)

ニュービートル、ニュービートル プラス、ニュービートル ターボ

期間: 2004年2月16日(月)～3月31日(水)登録まで

プレゼント内容: アップルコンピュータ iPod 20GB キャンペーンロゴ入りカスタマイズモデル

車載キット: カーカセットアダプター、バッテリーチャージャー、カップホルダー、USB2.0ケーブル

キャンペーン専用ウィンドステッカー

専用サイトURL: <http://www.volkswagen.co.jp/podsunite/fromtop.html>