



Volkswagen ökar sin miljöbilsförsäljning genom att ha roligt

Vinnaren i innovationstävlingen Rolighetsteorin utsedd och Volkswagen kan se tillbaka på ett halvår med gröna siffror

Bland 700 kreativa tävlingsbidrag har juryn nu utsett en vinnare i Rolighetsteorin. Kevin Richardson från USA vann med en idé som istället för att bestraffa dåligt beteende, belönar ett positivt. Eller vad sägs om att få pengar när du hållit hastighetsgränsen? Vem som betalar: de som kört för fort, så klart! Samtidigt står det klart att även Volkswagen är en vinnare: miljöbilsförsäljningen ökar stadigt!

Historien bakom Rolighetsteorin, Volkswagen i Sveriges innovations- och göra gott-tävling är speciell. Vad som började som ett litet, svensk initiativ växte till en global rörelse med fans över hela världen. Piano-trappan blev världens mest spridda virala film. Sajten www.rolighetsteorin.se hade besökare från över 200 länder och det kom in över 700 kreativa tävlingsbidrag på hur man kan göra världen bättre och roligare.

Nu har juryn, bestående av bl.a. författaren och miljökampen Johan Tell och TV-aktuella Petra Mede, utsett en vinnare; 47-årige Kevin Richardson är från USA och vinner priset på 25 000 kronor med sitt bidrag Rewarding Speed Limit Signs. Idén är att fotografera de som håller hastigheten och låta registrerings-numret delta i ett lotteri. Vinsten är pengar, som naturligtvis kommer från fortkörningsböter.

– Juryn var enig. Idén att tänka tvärtom, och belöna de som gör gott snarare än bara bestraffa dåligt beteende, är lysande säger Stefan Dahlin, produktchef på Volkswagen och med i juryn. Nu hoppas vi kunna förverkliga vinnarbidraget och uppmuntra folk att köra både säkrare och mer miljövänligt.

– Jag är mycket stolt över att vinna Rolighetsteorin i så hård konkurrens. Idén att göra världen bättre genom att göra den roligare är verkligen något jag ställer upp på, säger Kevin Richardson, som till vardags jobbar som spelutvecklare hemma i Kalifornien och kommit till Sverige för att ta emot priset.

När tävlingen nu summeras står det även klart att inte bara tävlingen i sig är en succé utan att den även varit en kommersiell framgång; Rolighetsteorin har ökat både intresset för Volkswagen och försäljningen. Det gäller inte minst miljöbilar, det område som Rolighetsteorin tagit sikte på; ett glädjefyllt miljöalternativ blir ännu lättare att välja.

– Trafiken på vår sajt www.volkswagen.se ökade med hela 50 %, eller 40 000 besökare, månaden då Rolighetsteorin inleddes, säger Sten Forsberg, chef för Volkswagen i Sverige. Än mer intressant är att försäljningen av miljöbilar, bilar från vårt BlueMotion-program, har ökat stadigt sedan kampanjen drog igång.

Ett tydligt exempel är nya versionen av Passat BlueMotion, som lanserades samtidigt som Rolighetsteorin. Den har sålts i närmare 1000 exemplar och står i dagsläget för nästan en femtedel av Passat-försäljningen – en märkbar ökning.

Ett exempel är nya versionen av Passat BlueMotion, som lanserades samtidigt som Rolighetsteorin i höstas. Den har sålts i nästan 1000 exemplar och står i dagsläget för närmare en femtedel av Passat-försäljningen – en märkbar skillnad mot tidigare.

Efter framgångarna med Rolighetsteorin diskuterar nu Volkswagen en fortsättning på kampanjen.

– Första steget är att kunna förverkliga något eller några av de bästa tävlingsbidragen. Vi vill ju sprida både dessa kreativa idéer och glädje, avslutar Sten Forsberg.

För mer information om Rolighetsteorin och för att titta på vinnaren och övriga tävlingsbidrag, besök www.rolighetsteorin.se

Är du journalist och önskar ytterligare information? Kontakta då Marcus Thomasfolk, Informationschef, 08-553 867 97 eller 070-35 896 57, marcus.thomasfolk@volkswagen.se

År 2009 levererade Volkswagen 3 950 000 personbilar till kunder i över 150 länder. Märket Volkswagen har en total arbetsstyrka på 133 000 personer. Volkswagens modeller täcker de flesta segment på bilmarknaden. Volkswagen är ledande importmärke i Sverige och marknadsför personbilsmodellerna Polo, Golf, New Beetle, Tiguan, Touran, Jetta, Passat, Passat CC, Eos, Scirocco, Sharan och i lyxbilssegmentet, Touareg och Phaeton.