

## **Comunicado de Prensa**

### **ENTREGA SIMBÓLICA DEL PABELLÓN DE LA MARCA VOLKSWAGEN AL AUTOSTADT**

**El pabellón está de nuevo abierto al público desde el 17 de julio**

**El pabellón de la marca Volkswagen ha sido oficialmente entregado por Christian Klingler, Responsable de Ventas y Marketing del Consejo de Dirección del Grupo Volkswagen, a Otto Ferdinand Wachs, Director General del Autostadt. El pabellón de la marca reabrió sus puertas al público a mediados de julio, tras varios meses de obras por reformas en el Autostadt, en Wolfsburg. La pieza central del pabellón es una espectacular escultura audiovisual formada por 700.000 LEDs que subraya los valores clave de la marca. “Queremos que los visitantes emprendan un viaje a través del polifacético mundo de Volkswagen de forma innovadora, abierta y agradable”, explica Christian Klingler.**

El moderno cubo de cristal está localizado en el norte del Autostadt. El interior del edificio, de 25 metros de largo, 25 de ancho y 21 de alto, ha sido totalmente rediseñado. La escultura audiovisual “Markenkern” (núcleo de la marca) es la pieza central del pabellón. Esta escultura aislada en la sala principal tiene 15,5 metros de alto y 35 de largo, y pesa 27 toneladas. Aproximadamente 700.000 LEDs recubren la escultura en un área total de más de 155 m<sup>2</sup> y dan vida a la exhibición. Por ejemplo, el núcleo de la marca puede brillar en cualquier color. La superficie LED, que incluye secciones en alta resolución, también puede proyectar vídeos de Volkswagen dedicados a la conducción, el diseño, la tecnología y otros temas.

“La nueva presentación de este pabellón es un impresionante indicador de la competencia técnica y carga emocional de la marca Volkswagen. Para nuestros invitados, el rediseñado interior del pabellón será otra parte destacada de su visita al Autostadt”, afirma Otto Ferdinand Wachs, Director General del Autostadt.

La parte inferior de la escultura incorpora cuatro monitores interactivos que se ajustan automáticamente a la altura de la vista de los espectadores. Además de los modelos actuales de Volkswagen, los visitantes pueden usar estos monitores para obtener información sobre la iniciativa sostenible Think Blue, la historia de la marca o actividades culturales y también en redes sociales.

Tras subir unas escaleras en forma de grada, los visitantes llegan a la zona de descanso en el nivel superior del pabellón, un espacio equipado con iPads. Aquí, pueden sumergirse en el mundo digital de Volkswagen y probar una amplia gama de aplicaciones de la marca.

El área principal de la exhibición, con una superficie de casi 400 metros cuadrados, se usa para exposiciones temporales. En conexión con el lanzamiento de nuevos modelos Volkswagen, la exposición ahora mismo incluye el nuevo up!

Estas exposiciones temporales también se ubican en otra sala de unos 260 metros cuadrados. Actualmente, los visitantes pueden disfrutar de una exposición interactiva sobre “Think Blue”, donde pueden informarse de una forma muy entretenida sobre el enfoque cada vez más acentuado hacia la sostenibilidad por parte de Volkswagen. Además de proyectos diversos, en la pantalla gigante LED con multi-sensores se presentan otros conceptos de movilidad alternativa, como el “Quicar – Comparte un Volkswagen”.