



## Elektromobilität: PHD und ŠKODA demonstrieren, wie kurz 40 Minuten sein können

**Mit einer innovativen Mediakampagne macht PHD auf die kurze Ladezeit des neuen vollelektrischen ŠKODA ENYAQ iV aufmerksam**

*Frankfurt am Main, 11.03.2021* – Um die kurze Ladezeit des Elektrofahrzeugs ŠKODA ENYAQ iV zu demonstrieren, realisiert die Mediaagentur PHD Germany mehrere innovative First-Mover-Ansätze:

So wird PHD zum 29. März 2021 eine mediale Neuheit umsetzen: In Kooperation mit dem Handelsblatt vergibt ŠKODA ein Paywall-Sponsoring. Dabei kann die gesamte Leserschaft, in diesem Fall nicht nur Handelsblatt-Abonnenten, kostenlos auf eigentlich bezahlten Content der Website Handelsblatt.de zugreifen und so die 40 Minuten der ENYAQ iV-Ladezeit überbrücken. Die Marke ŠKODA wird während des Paywall-Sponsorings prominent im Lesebereich platziert sein.

Darüber hinaus wird die Kampagne mit einer weiteren neuartigen Platzierung in der Zeitschrift Auto Bild abgerundet, die sich über eine gesamte Ausgabe erstreckt. Hierzu wird im unteren Seitenbereich immer wieder der Ladefortschritt des Autos in Form einer sich aufladenden Batterieanzeige dargestellt.

Zudem sponsort ŠKODA [Folgen des ZEIT ONLINE-Podcasts „Frisch an die Arbeit“](#) und verweist dabei auf das Geschäftsfahrzeug-Leasingangebot zum ŠKODA ENYAQ iV. Der Clou hierbei: Alle ausgewählten Podcast-Folgen sind etwa 40 Minuten lang, was genau der Ladezeit des neuen ausschließlich als Elektrofahrzeug konzipierten Modells entspricht. In diesen 40 Minuten lädt die





Batterie des neuen SUVs auf 80 Prozent – und verfügt damit je nach Version über eine Reichweite von bis zu 400 Kilometern.

Die Kampagne läuft seit Anfang des Jahres und wird zusätzlich durch Werbung in TV, Print und Digital begleitet.

„Wir freuen uns über die innovativen Ideen, mit der PHD die Planung für unsere Marke angeht. Sie haben erkannt, was unsere Zielgruppe beschäftigt und diese Erkenntnisse in eine auf unser Produkt maßgeschneiderte Strategie übersetzt. So können wir der Skepsis wegen langer Ladezeiten bei Elektrofahrzeugen auf charmante Weise entgegenzutreten“, so Uwe Ungeheuer, Leiter Marketing ŠKODA AUTO Deutschland GmbH.

„Wir wollen und müssen unsere Kunden in der stark konkurrenzgetriebenen Automobilbranche zukunftsweisend beraten und gemeinsam neue Wege gehen. Die innovativen Media-Ideen zum Beispiel zeigen, wie der Produktvorteil einer kurzen Ladezeit des ENYAQ iV mit individuellen Formaten transportiert werden kann – getreu dem ŠKODA Motto ‚simply clever‘“, erklärt Sabine Stolzmann, Managing Partner PHD Germany.

#### **Die ŠKODA AUTO Deutschland GmbH**

- › trat im September 1991 in den deutschen Markt ein.
- › repräsentiert in Verbindung mit rund 1.100 Vertriebs- und Service-Partnern die Marke ŠKODA in Deutschland.
- › ist Teil der Erfolgsgeschichte der tschechischen Traditionsmarke: 2020 wurden in Deutschland über 181.000 neue ŠKODA Fahrzeuge als Pkw zugelassen, das entspricht einem Marktanteil von 6,2 Prozent. Damit war ŠKODA nicht nur im zwölften Jahr in Folge Importmarke Nummer eins in Deutschland, sondern hat seine Position unter den renommierten Volumenmarken weiter gefestigt.

<https://www.skoda-auto.de/>

#### **Über PHD**

PHD ist eine der am schnellsten wachsenden Mediaagenturen in Deutschland und versteht sich als Challenger unter den etablierten Agenturen. Offenheit und





Selbstbewusstsein bilden die Basis einer Kultur, in der kreative Ideen und innovative Mediastrategien entstehen, die einen echten Mehrwert für die Markenkommunikation der PHD-Kunden bedeuten. Der Claim „Make the Leap“ beschreibt dabei den Anspruch, sich aus der Komfortzone zu bewegen und neue Perspektiven einzunehmen, um nach Wachstum und dem großen Mehr zu streben.

In Deutschland beschäftigt PHD insgesamt über 300 Mitarbeitende, an den Standorten Frankfurt, Düsseldorf und Hamburg. Die Agentur ist Teil des Agenturnetzwerks PHD Worldwide, welches über 6.000 Mitarbeitende in mehr als 100 Dependancen weltweit beschäftigt und regelmäßig zu den am meisten ausgezeichneten Mediaagenturen zählt. Ende 2019 wurde PHD beim Cristal- und Eurobest-Award zum zweiten Mal in Folge zum „Media Network of the Year“ gewählt.

<http://www.phdmedia.com/germany/>

**Für weitergehende Informationen kontaktieren Sie bitte:**

Sonja Tabatabai

Omnicom Media Group Germany

Group Manager Public Relations & Marketing

Tel.: 0211-38807-579

E-Mail: [sonja.tabatabai@omnicommediagroup.com](mailto:sonja.tabatabai@omnicommediagroup.com)

