

## Pressemitteilungen

Jan 20, 2015 | ID: 156627

# Großer Publikumserfolg bei der Österreich-Premiere des neuen Volvo XC90 im Wiener MuseumsQuartier

## Großer Publikumserfolg bei der Österreich-Premiere des neuen Volvo XC90 im Wiener MuseumsQuartier

- Knapp 2.000 Besucher am Samstag, 17. Jänner im Volvo Dome of Design
- Insgesamt erlebten über 2.500 Menschen die Österreich-Premiere
- Erste Bestätigung für die Marketingstrategie „der neue Volvo Weg“

**Schwechat. Die Österreich-Premiere des neuen XC90 war ein großer Publikumserfolg: knapp 2.000 Personen kamen am letzten Samstag vor das Wiener MuseumsQuartier, um sich dort im eigens errichteten Volvo Dome of Design einen ersten Einblick in das neue SUV der schwedischen Premiummarke zu verschaffen. Insgesamt erlebten über 2.500 Personen die Österreich-Premiere des neuen XC90. Ab Ende Mai steht der neue XC90 bei den österreichischen Volvo Partnern.**

Die Österreich-Premiere des neuen Volvo XC90 war ein großer Publikumserfolg: knapp 2.000 Personen kamen am letzten Samstag vor das Wiener MuseumsQuartier, um sich dort im eigens errichteten Volvo Dome of Design einen ersten Einblick über das neue SUV der schwedischen Premiummarke zu verschaffen.

Rund 500 weitere geladene Gäste, Kunden und Partner sahen an den Tagen zuvor nicht nur den neuen Volvo XC90 zum ersten Mal, sondern erlebten auch hautnah die neue Marketingstrategie des schwedischen Premiumherstellers.

„Der große Erfolg dieser Österreich-Premiere bestärkt uns, dass der neue Weg, den XC90 in einem exklusiven Ambiente wie diesem zu präsentieren, genau die Ansprüche unserer Kunden und Interessenten getroffen hat“, freut sich Harald Antlanger, Marketingleiter bei Volvo Car Austria. „Die Resonanz und Kommentare aller Besucher waren überwältigend: sowohl Volvo Interessenten und Kunden als auch unsere Volvo Partner sind vom neuen Volvo XC90 und dem Volvo Dome of Design begeistert. So wird es wohl auch nicht lange dauern, bis das österreichische Jahreskontingent des neuen XC90 ausverkauft sein wird“, führt Harald Antlanger weiter aus.

Alain Visser, Senior Vice President für Marketing, Sales und Customer Service bei der Volvo Car Group erläutert den „neuen Volvo Weg“: „Das Marketing in der Automobilindustrie ist im Vergleich zu anderen Branchen weitaus konservativer. Seit Jahrzehnten folgt das Marketing einem bestimmten Muster, das die gesamte Branche aufgreift. Volvo bricht nun mit dieser Logik und setzt auf eine Strategie, die auf die eigenen Bedürfnisse ausgerichtet ist. Mit dem „neuen Volvo Weg“ wollen wir keinesfalls alle bestehenden Marketingkonzepte über Bord werfen. Es gibt gute Gründe, warum es sie gibt. Und wir behaupten auch nicht, dass wir alles besser können als die restliche Branche. Aber wir sind selbstbewusst genug zu sagen, dass wir anders sind. Dadurch sind natürlich auch unsere Marketingbedürfnisse anders“, erklärt Visser.

Eva Martinsson, Geschäftsführerin der Volvo Car Austria, unterstreicht die Bedeutung des neuen XC90 für die Marke: „Mit dem neuen Volvo XC90 präsentieren wir mehr als nur ein neues Fahrzeug: wir präsentieren auch die neue Marke Volvo und ihren neuen Markenauftritt. Dies gelingt uns im Dome of Design vor dem Wiener MuseumsQuartier auf eindrucksvolle Weise: einerseits selbstbewußt, andererseits mit dem typisch skandinavischen Understatement. Und immer mit dem Auge für die Bedürfnisse und Wünsche unserer Kunden.“

Maximilian Missoni, der aus Graz stammende Verantwortliche für das Außendesign bei der Volvo Car Group, erläutert die neue Designsprache. „Das überarbeitete Markenemblem bildet zusammen mit den T-förmigen Tagfahrleuchten, die in Anlehnung an das Werkzeug des nordischen Donnergotts als „Thors Hammer“ bezeichnet werden, das markante und selbstbewusste Gesicht aller künftigen Volvo Fahrzeuge. Bei einem Blick in den Rückspiegel wird jeder erkennen, wenn der neue Volvo XC90 hinter ihm fährt.“

Der neue Volvo XC90 wird ab Ende Mai in den Schauräumen der österreichischen Volvo Partner zu sehen sein. Zum Verkaufsstart sind folgende Motorisierungen verfügbar: die Dieselvariante D5 AWD mit 225PS ab 58.450,- Euro, die Benzinvariante T6 AWD mit 320PS ab 67.950,- Euro und die Benzin Plug-in Hybrid Variante T8 AWD mit bis zu 400PS ab 77.800,- Euro. Die Dieselvariante D4 mit Frontantrieb wird ab Herbst 2015 mit einem Preis ab 53.800,- Euro verfügbar sein.

## Keywords:

Press Releases, XC90, Product News, 2016

---

Descriptions and facts in this press material relate to Volvo Cars's international car range. Described features might be optional. Vehicle specifications may vary from one country to another and may be altered without prior notification.

## Aktuelle Fotos



[Mehr Fotos >](#)

[media.volvocars.com >](http://media.volvocars.com)

[volvocars.com >](http://volvocars.com)

Copyright © 2025 Volvo Car Corporation (or its affiliates or licensors).