

Press Release

Apr 30, 2015 | ID: 161901

Volvo Cars en artist & producer Avicii: Feeling Good over de toekomst

Zweedse partners werken samen aan 'A New Beginning' :

Volvo Cars en artist & producer Avicii: Feeling Good over de toekomst

- **Nieuwe merkcampagne van Volvo Cars met de Zweedse artist & producer Avicii in de hoofdrol**
- **Bewerking van Nina Simone's klassieker *Feeling Good***
- **De campagne viert de wedergeboorte en vernieuwing van het Volvo Cars-merk**

In een creatieve samenwerking brengen Volvo Cars en artist & producer Avicii een ode aan hun Zweedse roots met een nieuw nummer met videoclip, die op 8 mei wereldwijd wordt gereleased. De samenwerking is de basis voor een wereldwijde merkcampagne met als titel 'A New Beginning'.



De in Stockholm geboren artist & producer Avicii (26) heeft de afgelopen jaren furore gemaakt met enkele monsterhits en is uitgegroeid tot een van de beste DJ's, remixers en platenproducers in de wereld. Volvo Cars en Avicii delen niet alleen hun Zweedse roots, ze staan ook allebei voor een nieuwe uitdagende periode.

"Het Volvo Cars-merk zit in de lift, net als Avicii, met een groeiend publiek wereldwijd. Wij vonden dat er geen betere manier was om ons erfgoed en onze passie voor het leven te vieren dan door

samen te werken aan iets speciaals, iets dat onze identiteit en onze waarden in de verf zet", zegt Alain Visser, Senior Vice President Sales, Marketing & Customer Service bij Volvo Car Group.

Voor de samenwerking werd *Feeling Good*, de klassieker van Nina Simone van een halve eeuw geleden, nieuw leven ingeblazen met de productie van Avicii. Avicii voegde nieuwe vocals toe, aanstekelijke beats en een van die catchy melodieën waarmee hij miljoenen fans op festivals en in clubs wereldwijd in vervoering brengt.

"Dit is altijd al een van mijn favoriete nummers geweest. Een van de beste songs ooit geschreven, een tijdloze klassieker. Ik ben al lang een grote fan van Nina Simone, Etta James en deze sound. Dus toen ik hoorde dat Volvo Cars dit nummer had gekozen voor de muziekvideo kon ik niet wachten om er mee aan de slag te gaan. Ik wou iets nieuws creëren, en tegelijkertijd trouw blijven aan het origineel", zegt Avicii.

De mooie videobeelden voor *Feeling Good* werden opgenomen in Stockholm en op locaties die voor Avicii een persoonlijke betekenis hebben, zoals Osterlen in Zweden, waar hij de zomervakanties doorbracht met de familie. Op creatief vlak hadden Avicii en zijn team het laatste woord over de video, maar ze schreven samen met Volvo de verhaallijn uit.

"Ik vond het belangrijk, als we iets samen deden, dat het nieuw en uniek was, dat het een wereldwijde samenwerking op lange termijn was van beide zijden en dat het op een geloofwaardige en creatieve manier aansloot op onze merken. Alles wat je ziet in de video blijft trouw aan het Avicii-merk. De belangrijkste slagzin van Volvo Cars is 'A New Beginning' en dat is een thema dat we delen met Volvo", zegt Ash Pournouri, oprichter van At Night Management, wiens visie en creatieve begeleiding Avicii aan de wereldwijde top hebben gebracht.

Het Volvo Cars-merk heeft sinds de oprichting van het bedrijf in 1927 terecht een ijzersterke reputatie voor veiligheid, milieuzorg en kwaliteit opgebouwd. De voorbije jaren is Volvo begonnen aan een rebranding-proces op basis van die waarden. Het resultaat is een nieuwe visie op wat een fabrikant van luxewagens zijn klanten kan bieden: een unieke, persoonlijke beleving die het leven actief een meerwaarde geeft en het tegelijk beschermt.

"Toen we begonnen aan de meest uitdagende productlancering in de geschiedenis van ons bedrijf vonden we dat dit het perfecte moment was om een merkcampagne te lanceren rond de kernwaarden die het merk zo uniek maken. Het initiatief maakt deel uit van onze nieuwe Volvo Way-marketingstrategie, die we onlangs hebben aangekondigd. Daarom heet de campagne 'A New Beginning'. We willen onze identiteit en onze ambities uitdragen. Het gaat over mensen die optimaal van het leven willen genieten", zegt Alain Visser.

De nieuwe campagne zal al snel worden opgevolgd door een gerichte PR- en marketing-campagne rond de Volvo XC90.

Over Avicii

In 2011 brak Avicii wereldwijd door met de hit 'Levels', die hoge toppen scheerde in de hitparades in de VS en in het Verenigd Koninkrijk en waarvan meer dan vier miljoen stuks werden verkocht. Het stond bovenaan de hitlijsten in nog zes andere landen, haalde de top 10 in nog veel meer landen, en bezorgde Bergling zijn tweede Grammy-nominatie. Andere hits, zoals 'Silhouettes' en 'I Could Be the One' (met Nicky Romero) volgden en in 2012 bracht Avicii een remix uit van Madonna's 'Girl Gone Wild'. In 2013 won Avicii zijn eerste American Music Award (voor Favorite Electronic Dance Music Artist) en zijn eerste MTV Europe Music Award (EMA) (voor Best Electronic Artist).

In 2014 brak Avicii pas echt door als een van de beste DJ's ter wereld met zijn genre-doorbrekende debuutalbum 'True' bij PRMD Records. Het album stilde niet alleen de creatieve drang van de 25-jarige Zweed om de grenzen van de muziek te verleggen, maar tilde dance ook naar een hoger niveau door de sound van folk, country en bluegrass te combineren met popmelodieën, funky discojams en krachtige housebeats. Na True werd het vier maal met platina bekroonde 'Wake Me Up' een nummer 1-hit in 81 landen, de meest gestreamde song aller tijden op Spotify (meer dan 300 miljoen plays) en het meest Shazamed nummer wereldwijd en genereerde het 2,6 miljard internationale streams en 600 miljoen YouTube-views. Bij de release van 'True' werd hij in de New York Times gelauwerd als "an artist carrying today – and tomorrow – on his shoulders".

Vorig jaar werd hij uitgeroepen tot World's Best Electronic Dance Artist op de World Music Awards, en 'Wake Me Up' won de Top Dance/Electronic Song op de Billboard Music Awards en

werd EDM Song of the Year op de iHeartRadio Music Awards. Ook de singles 'Hey Brother' en 'Addicted To You' stonden bovenaan in de hitlijsten.

Volvo Car Group in 2014

Voor het boekjaar 2014 liet Volvo Car Group een bedrijfswinst optekenen van SEK 2.252 miljoen (SEK 1.919 miljoen in 2013). De omzet voor dit boekjaar bedroeg SEK 129.959 miljoen (SEK 122.245 miljoen). Met een recordaantal van 465.866 verkocht Volvo Car Group in 2014 8,9% meer auto's dan in 2013. Deze recordomzet en bedrijfswinst betekenen dat Volvo Car Group kan blijven investeren in het wereldwijde transformatieplan.

Over Volvo Car Group

Volvo is actief sinds 1927. Vandaag is Volvo Cars een van de bekendste en meest gerespecteerde automerken ter wereld. In 2014 werden 465.866 Volvo's verkocht in ongeveer 100 landen. Sinds 2010 is Volvo Cars eigendom van Zhejiang Geely Holding (Geely Holding) uit China. Het bedrijf maakte deel uit van de Zweeds Volvo Group tot 1999, wanneer het werd gekocht door het Amerikaanse Ford Motor Company. In 2010 werd Volvo Cars uiteindelijk overgenomen door Geely Holding.

In december 2014 stelde Volvo Cars wereldwijd meer dan 25.000 medewerkers tewerk. De hoofdzetel, productontwikkeling, marketing en administratie van Volvo Cars zijn grotendeels gevestigd in Göteborg, Zweden. Het hoofdkantoor van Volvo Cars voor China is gevestigd in Shanghai. De grootste autofabrieken van het bedrijf zijn gevestigd in Göteborg (Zweden), Gent (België) en Chengdu (China), terwijl de motoren worden gemaakt in Skövde (Zweden) en Zhangjiakou (China) en de carrosserie-onderdelen in Olofström (Zweden).

Keywords:

Life Style, Corporate, Press Releases

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

Media Contacts

René Aerts Jr.

Corporate Communication Director
Volvo Car Belux
Mobile: 0032 475 438275
rene.aerts@volvocars.com

media.volvocars.com >

volvocars.com >

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