

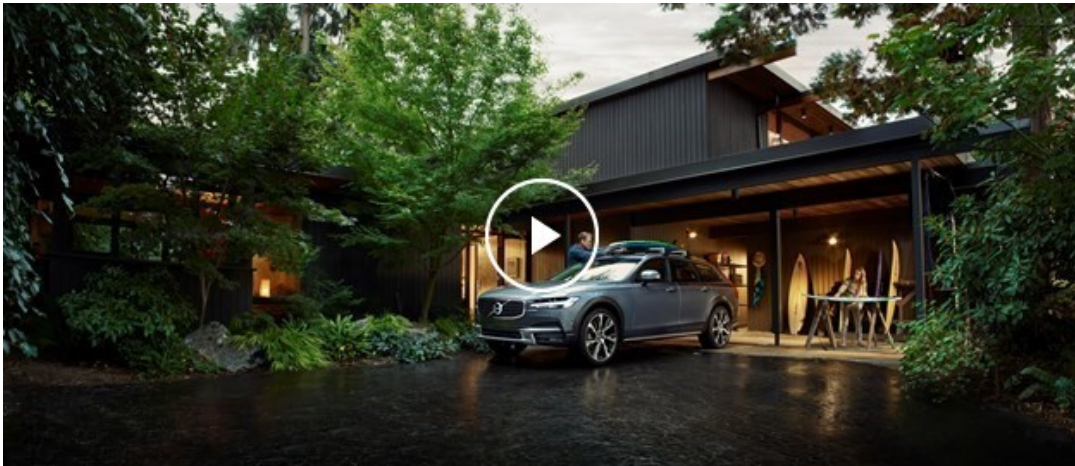
PRESSEINFOS

Jan 26, 2017 | ID: 202908

Mehr Leidenschaft im Leben mit dem neuen V90 Cross Country

Zürich – Mit der Kampagne zum neuen V90 Cross Country will Premium-Automobilbauer Volvo Cars die Leidenschaft im Leben neu entfachen.

Internationale Umfragen durch Volvo Cars zeigen, dass sechs von zehn Befragten weltweit mehr Zeit bei Outdoor-Aktivitäten verbringen möchten – Wandern, Laufen und Radfahren liegen dabei ganz vorne. Unter den Befragten, die ihre Hobbys kaum ausüben können, sagten 68 Prozent, dass die Arbeit zu viel Lebenszeit beansprucht. Die neue Kampagne von Volvo Cars zum neuen V90 Cross Country greift dieses Anliegen auf und will Menschen ermutigen, Leidenschaft und Abenteuerlust wiederzuentdecken, die früher so wichtig für sie waren.



«Wir kommen fast alle irgendwann an den Punkt, wo wir dem Beruf Vorrang vor Skipiste oder Surfstrand geben. Manche gewöhnen sich dann so an ein bequemes Leben, dass ihr Abenteuergeist auf der Strecke bleibt. Diese Kampagne will daran erinnern, dass genau jetzt der Moment ist, um alte Kontakte und Leidenschaften wieder zu beleben und unser Leben voll auszuschöpfen», meint Thomas Andersson, Vice President Global Marketing, Volvo Car Group.

Inspiziert vom verstorbenen britischen Philosophen Alan Watts fordert die Kampagne dazu auf, die eigenen vergessenen Leidenschaften wiederzuentdecken, neue Prioritäten zu setzen und mehr für den Moment zu leben.



«Ganz ohne Klischees von staubigen Pisten und Offroad-Technik präsentiert sich der V90 Cross Country als Fahrzeug, um dem Alltag zu entkommen; das beste Mittel, um den Stress hinter sich zu lassen und die viel beschworene Work-Life-Balance zu verwirklichen», erklärt Thomas Andersson.

Der Film zur Kampagne wurde in und um Vancouver, Kanada gedreht. Er zeigt vier Geschäftsleute, die sich wieder mehr Zeit für Familie und Freunde und frühere Leidenschaften nehmen. In ihrem Volvo V90 Cross Country lassen sie die Betonwüste hinter sich und gehen surfen, angeln oder fotografieren in der Natur.



Im Gegensatz steht die berühmte Rede des Philosophen Alan Watts aus dem Jahr 1959, «Live Fully Now» (Leben im Hier und Jetzt), in der er davor warnt, nur nach zukünftigen Errungenschaften zu streben und statt dessen rät, im Augenblick zu leben und mehr das zu tun, was einen glücklich macht. Die Botschaft ist klar: «Wer nicht im Hier und Jetzt lebt, lebt gar nicht.»

Die Kampagne sehen und Volvo Cars folgen können Sie bei [YouTube](#), [Facebook](#) oder [Twitter](#).



Redaktionshinweis:

Alan Watts (1915-1973) war ein britischer Philosoph, am besten bekannt für seine populäre Auslegung fernöstlicher Denkweisen für ein westliches Publikum. Ende der sechziger Jahre war er eine Ikone der Protestkultur und in den USA und Europa auf vielen Vortragsreisen unterwegs. Er schrieb 25 Bücher, und seine Audio-Bibliothek umfasst mehr als 400 Reden. Bis heute erreicht er ein riesiges Publikum, mit fast zehn Millionen Downloads von Podcasts und YouTube-Beiträgen. Seine Philosophie steht besonders bei Outdoor-Begeisterten aller Länder hoch im Kurs. Sein Nachlass wird verwaltet durch seinen Sohn Mark Watts.

Keywords:

Events/Activities, Special Interests, Press Releases

Beschreibungen und Fakten beziehen sich auf die internationale Produktpalette der Volvo Cars. Beschriebene Ausstattungen können optional sein. Fahrzeugspezifikationen können je nach Land variieren und ohne vorherige Benachrichtigung geändert werden.

Kontakt

Simon Krappl

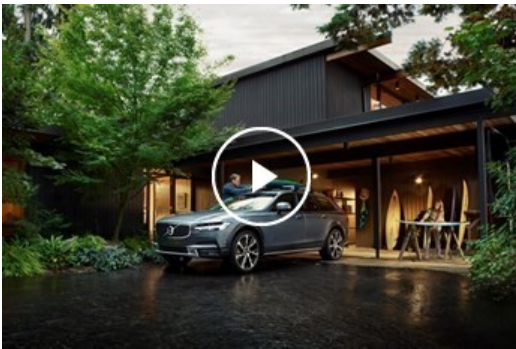
Consumer Experience & PR Director | Switzerland
Volvo Car Switzerland AG
Mobil: +41 79 290 19 60
simon.krappl@volvocars.com

Verwandte Bilder



[Weitere Bilder >](#)

Verwandte Videos



[Weitere Videos >](#)

media.volvocars.com >

volvocars.com >

Copyright © 2025 Volvo Car Corporation (oder Tochterunternehmen bzw. Lizenzgeber).