

Presse | News | Prensa | Tisk | Imprensa | Prasa | Stampa | Pers | 新闻 | Пресса

## Volkswagen Konzern stellt sich für automobiler Zukunft noch breiter auf

- **„TOGETHER – Strategie 2025“ setzt mit Elektromobilität, Digitalisierung und Mobilitätsdiensten wichtige Impulse für die Zukunft**
- **Neues Geschäftsfeld wird 13. Konzernmarke**
- **Matthias Müller: „Wir schaffen ein neues Volkswagen, das die Zukunftsthemen entschlossen anpackt. Bis 2025 soll unsere neue Konzernmarke zu den führenden Anbietern bei Mobilitätsdiensten gehören und Marktführer in Europa werden.“**
- **Michael Mauer: „Wir stellen unsere Kunden, deren Wünsche und Anforderungen an die Mobilität der Zukunft konsequent in den Mittelpunkt. In den Future Centern des Volkswagen Konzerns haben wir die Chance, neue Vorstellungen vom mobilen Leben zu denken und zu entwickeln.“**

**Paris/Wolfsburg, 28. September 2016 – Der Volkswagen Konzern treibt seine mit dem Zukunftsprogramm „TOGETHER – Strategie 2025“ gestartete Transformation in die Mobilitätswelt von Morgen konsequent voran. Am Vorabend der Mondial de l'Automobile in Paris präsentiert der Volkswagen Konzern seine nächsten Schritte auf dem Weg zu einem weltweit führenden Anbieter nachhaltiger Mobilität. Matthias Müller, Vorstandsvorsitzender des Volkswagen Konzerns: „In den vergangenen zwölf Monaten ist bei Volkswagen viel in Bewegung gekommen. Diese Dynamik wollen wir nutzen. So machen wir jetzt das neue Geschäftsfeld für Mobilitätsdienste zur 13. Konzernmarke. Dies zeigt, für wie essentiell wir dieses Thema halten.“**

Der Volkswagen Konzern packt die Zukunftsthemen mit aller Entschlossenheit an. Im Mittelpunkt stehen die Verbindung von Automobil und digitaler Welt sowie der fundamentale Wandel in der Antriebstechnik, der sich in den kommenden beiden Jahrzehnten vollziehen wird. Bis 2025 will der Volkswagen Konzern mehr als 30 neue, zusätzliche Elektromodelle entwickeln und bauen. Einen ersten Ausblick gibt auf dem Autosalon in Paris das Konzeptfahrzeug I.D. der Marke Volkswagen mit einer Reichweite von bis zu 600 Kilometern. Porsche präsentiert in Paris den Panamera 4 E-Hybrid, der erste von 17 neuen Plug-In-Hybriden, die der Konzern in den kommenden beiden Jahren auf den Markt bringen wird. „Um der Elektromobilität zum Durchbruch zu verhelfen, bedarf es aber auch substanzieller Fortschritte bei der Batterietechnologie und Infrastruktur. So arbeiten wir unter Federführung von Porsche intensiv an einem Schnellladeprojekt“, sagt Matthias Müller.

Auch im Bereich „Mobility on Demand“ hat der Konzern neue Initiativen auf den Weg gebracht: Für das neue Geschäftsfeld mit Mobilitätsdiensten, die 13. Marke des Konzerns, wurde inzwischen eine eigenständige Business Unit gegründet. Neben der Vermittlung von

Seite 2

Fahrdiensten wird gemeinsam mit dem Partner Gett bereits an eigenen Shuttle-Angeboten und Sharing-Konzepten für die urbane Mobilität gearbeitet. „Perspektivisch gesehen könnten wir auch eigene, selbstfahrende Shuttleflotten betreiben, wenn das autonome Fahren in der Stadt in Serie geht“, sagt Matthias Müller. Und weiter: „Künftig wird längst nicht mehr jeder ein eigenes Auto besitzen. Aber jeder kann auf die eine oder andere Art Kunde von Volkswagen sein – weil wir für Mobilität in einem viel umfassenderen Sinne als heute sorgen werden.“ Bis 2025 soll die neue Marke zu den führenden Anbietern urbaner Mobilitätsdienstleistungen gehören und Marktführer in Europa werden. Die offizielle Vorstellung und Verkündung des Namens soll noch im November 2016 erfolgen.

Stichwort Mobilitätsdienstleistungen: Die Partnerschaft mit Gett hat ebenfalls bereits Fahrt aufgenommen. In Moskau, einem der am schnellsten wachsenden Märkte für Fahrtenvermittlung via App, bieten Volkswagen Konzernmarken für Gett-Fahrer jetzt attraktive Fahrzeugpakete an. Zudem wurde kürzlich eine strategische Partnerschaft mit der Stadt Hamburg vereinbart, um neue Konzepte für die urbane Mobilität zu entwickeln und zu testen. Auch Audi treibt mit neuen Partnerschaften mit den chinesischen Internetanbietern Baidu, Alibaba und Tencent die Vernetzung seiner Fahrzeuge sowie intelligente Mobilitätslösungen für Städte intensiv voran.

## **Mobilität der Zukunft: Neue Freiheiten fürs Design**

Ein wichtiger Bereich des Volkswagen Konzerns, der sich intensiv mit den Zukunftsfeldern Elektromobilität, Digitalisierung oder neuen Mobilitätsdiensten beschäftigt, ist das Design. Michael Mauer, Leiter des Konzernbereichs Design: „Ich bin davon überzeugt, dass Design ganz wesentlich dafür verantwortlich sein wird, welche Automarke in Zukunft überlebt.“

Mauer begründet die Bedeutung des Designs: „Die Mobilitätswelt von Morgen eröffnet uns Designern völlig neue Gestaltungsmöglichkeiten. Elektroantrieb und autonomes Fahren werden viele Einschränkungen beseitigen und das Design stärker verändern als dies in den letzten Jahrzehnten der Fall war.“ Und er fügt hinzu: „Darüber hinaus fallen auch wichtige Differenzierungsmerkmale wie der Sound eines Motors weg, umso mehr wächst die Bedeutung des Designs als Alleinstellungsmerkmal.“

Design schafft Charakter, Unterscheidbarkeit und eine emotionale Beziehung – nicht nur zu einem Produkt, sondern auch zu einer Marke. „Während die Marken ihre jeweilige Identität stärker im Blick behalten müssen, kann der Konzern künftig die mutige Rolle des Vordenkers übernehmen“, sagt Mauer und ergänzt: „Bei Automobilen entscheidet auch in Zukunft nicht die Zweckmäßigkeit, sondern die Schönheit, ob sie irgendwann Höchstpreise bei Auktionen erzielen werden.“ Rund 1.300 Designer aus 45 Nationen beschäftigen sich im Volkswagen Konzern mit der Aufgabe, wie das Straßenbild der Zukunft aussehen wird.

„Wir stellen unsere Kunden, deren Wünsche und Anforderungen an die Mobilität der Zukunft konsequent in den Mittelpunkt. In den Future Centern des Volkswagen Konzerns arbeiten Designer und Fachleute für User Experience und Digitalisierung Hand in Hand zusammen. Dadurch haben wir die Chance, das Automobil neu zu denken und neue Vorstellungen vom mobilen Leben zu entwickeln“, sagt Mauer. Wie schnell der Wandel verlaufen wird, könne heute noch nicht vorhergesagt werden.

Seite 3

In der Mehrmarken-Strategie des Volkswagen Konzerns sieht Mauer einen großen Vorteil für die zukünftige Entwicklung der Mobilität: „Einige Marken werden beim Design und bei Technologie vorangehen und die anderen werden davon profitieren. So können wir uns den Bedürfnissen und Entwicklungen flexibel anpassen. Dennoch wird es keine autonomen Einheitsautos geben. Das Straßenbild der Zukunft wird noch vielfältiger, noch bunter, noch emotionaler.“

### **Koexistenz von Elektro- und bestehenden Antrieben**

„Trotz aller neuen Chancen und Möglichkeiten, die uns die Mobilitätswelt von morgen eröffnet, dürfen wir unsere bestehenden Technologien und Kernkompetenzen nicht vernachlässigen“, betont Matthias Müller: „Die Zukunft fährt elektrisch. Aber die klassischen Antriebe werden noch mindestens zwei Jahrzehnte eine tragende Rolle spielen. Wir müssen und wir werden die Weiterentwicklung von Diesel und Benzinern forcieren. Und parallel die alternativen Technologien voranbringen.“

Zur Aufarbeitung der Dieseldematik sagte Matthias Müller am Vorabend der Pariser Motorshow: „Diesel‘ ist und bleibt ein tiefer, historischer Einschnitt für uns. Wir sind dabei, mit allem, was uns zur Verfügung steht, diese Krise auf- und abzarbeiten. Und wir haben dabei in den vergangenen Monaten substanzielle Fortschritte gemacht. Genauso wichtig ist es aber, dass wir jetzt die Zukunft des Volkswagen Konzerns nachhaltig gestalten.“

Im Zuge dessen hat der Volkswagen Konzern auch sein Nachhaltigkeitsmanagement gestärkt und einen hochkarätig, mit neun internationalen Persönlichkeiten aus Wissenschaft, Politik und Gesellschaft besetzten Nachhaltigkeitsbeirat berufen. Er wird den Konzernvorstand bei Themen nachhaltige Mobilität, Umweltschutz, gesellschaftliche Verantwortung sowie Integrität beraten. Die konstituierende Sitzung findet Ende Oktober statt.

### **Volkswagen Konzernkommunikation**

Leiter Kommunikation Unternehmen und Wirtschaft

Eric Felber

Tel.: +49 (0) 5361 / 9-87575

E-Mail: [eric.felber@volkswagen.de](mailto:eric.felber@volkswagen.de)

### **Volkswagen Konzernkommunikation**

Sprecher Unternehmen und Wirtschaft

Hermann Prax

Tel.: +49 (0) 5361 / 9-74065

E-Mail: [hermann.prax@volkswagen.de](mailto:hermann.prax@volkswagen.de)

[www.volkswagenag.com](http://www.volkswagenag.com)

[www.volkswagen-media-services.com](http://www.volkswagen-media-services.com)

