



28. Januar 2020

## 17.500 Teilnehmer beim Volkswagen Händlerkongress

- Händler aus 50 Ländern kommen zur „Brand Experience New Volkswagen“ in den nächsten Wochen nach Wolfsburg
- Fokus auf Golf 8, ID.3<sup>1</sup> und New Brand Design
- Vertriebsvorstand Jürgen Stackmann: „Wollen Neuausrichtung der Marke Volkswagen am Heimatort Wolfsburg erlebbar machen“

**Wolfsburg – Nach mehr als eineinhalb Jahren intensiver Vorbereitungszeit beginnt der Händlerkongress „Brand Experience New Volkswagen“ in der Autostadt. Noch bis zum 18. März 2020 werden insgesamt mehr als 17.500 Händler aus über 50 Ländern nach Wolfsburg kommen, vor allem um den neuen Golf 8, den vollelektrischen ID.3 sowie das New Brand Design der Marke kennenzulernen.**



New Brand Design für den Handel

Jürgen Stackmann, Vertriebsvorstand der Marke Volkswagen: „Wir freuen uns, dieses Mega-Event für unsere Händler in Wolfsburg anbieten zu können. Wo kann man die Neuausrichtung der Marke Volkswagen besser erlebbar machen als am Heimatstandort? Dieses Event genauso wie unsere neuen Modelle sind eine Mannschaftsleistung, auf die wir sehr stolz sind. Diese Begeisterung wollen wir in den nächsten Wochen auf unsere

Händler und Verkäufer und somit auf unsere Kunden übertragen.“

Volkswagen hat ein neues Veranstaltungskonzept entwickelt, bei dem die Händler nicht nur im großen Plenum zusammensitzen, sondern viele Workshops besuchen. In kleinen Gruppen haben sie die Möglichkeit zur Interaktion, können Rückfragen stellen und untereinander diskutieren. Unterteilt in Gruppen zu 50-100 Personen werden täglich etwa 400 Teilnehmer insgesamt elf Themenstudios durchlaufen, um alle Innovationen der neuen Modelle auszuprobieren und sich mit allen wichtigen Themen vertraut zu machen. Insgesamt werden 200 Fahrzeuge im Einsatz sein.

Im „ID. Experience Studio“ geht es zum Beispiel um Themen wie Alltagstauglichkeit des ID.3, Reichweiten, Betriebskosten sowie staatliche Förderungen. Wie überall liegt der besondere Fokus auf der Erlebbarkeit: Beschleunigung und Laden können Gäste hier testen.

Neben der elektrischen ID.-Fahrzeugfamilie steht vor allem die digitale Vernetzung mit We Connect und der Bereich Infotainment im Vordergrund. Hierbei können Händler das Innovision Cockpit mit seinen digitalen Instrumenten und intuitiven Elementen wie Personalisierbarkeit und Sprachbedienung testen. Alle Themenstudios werden von Volkswagen Mitarbeitern geleitet, die den Händlern als Experten zur Verfügung stehen. Die Inhalte werden in 22 Sprachen übersetzt.

### Medienkontakt

Volkswagen Communications  
Kamila Joanna Laures  
Sprecherin Sales & Marketing  
Tel: +49 5361 9-61 18 96 10  
[kamila.joanna.laures@volkswagen.de](mailto:kamila.joanna.laures@volkswagen.de)

Volkswagen Communications  
Christoph Oemisch  
Sprecher Finance & Sales  
Tel: +49 5361 9-1 88 95  
[christoph.oemisch@volkswagen.de](mailto:christoph.oemisch@volkswagen.de)



Mehr unter  
[volkswagen-newsroom.com](http://volkswagen-newsroom.com)



Im „Technology & Future Studio“ erhalten Händler unter anderem Informationen zu den Aggregaten, Möglichkeiten zur Farb- und Felgenkonfiguration, den intelligenten digitalen Fahrerassistenzsystemen IQ.Drive sowie dem Lichtkonzept ID. Light & Ambient Lighting.

Bei einer exklusiven Werkstour gibt Volkswagen den Händlern einen tiefen Einblick in die Fahrzeugfertigung. Unter der Überschrift „Faszination Produktion“ erleben die Gäste hautnah, welche Mannschaftsleistung hinter jedem Golf steckt.

Ebenfalls Bestandteil des Events ist eine Probefahrt mit dem neuen Golf 8, bei dem die Händler alle Innovationen auf der Straße ausprobieren können.

Alle Elemente der Veranstaltung stehen konsequent unter dem Zeichen der Neuausrichtung der Marke Volkswagen, inklusive eines nachhaltigen Catering-Konzepts, das auf regionale und saisonale Angebote setzt.

Einen Showroom im neuen Brand Design hat Volkswagen im Messezentrallager in Isenbüttel aufgebaut. Der neue Handelsplatz ist so modular, skalierbar und kosteneffizient wie möglich geplant, vieles ist sogar aus dem Bestand adaptierbar. Bei der Entwicklung wurde das Feedback von Händlern, Netzwerkplanern und Kunden aus unterschiedlichen Märkten analysiert und in das Konzept integriert.

Mehr als 130 Mitarbeiter aus allen Vorstandsbereichen waren an der Planung der Veranstaltung beteiligt, unter anderem aus den Abteilungen Baureihe, Produktmarketing, Design, IT, Service Factory und der Kundendienstwerkstatt. Darüber hinaus unterstützen mehr als 40 externe Dienstleister die Veranstaltung.

Die Veranstaltung dient auch zur Einstimmung auf den Start des neuen digitalen Vertriebsmodells „Future Sales“ in Europa Anfang April. Ziel ist die Digitalisierung des Vertriebs für ein nahtloses Kundenerlebnis. In enger Zusammenarbeit mit dem Handel sollen Fahrzeugkauf und Betreuung der Kunden individueller, effizienter und komfortabler werden.

<sup>1)</sup> Das Fahrzeug wird in Europa noch nicht zum Verkauf angeboten.

---

## Über die Marke Volkswagen:

Die Marke Volkswagen Pkw ist weltweit in mehr als in 150 Märkten präsent und produziert Fahrzeuge an mehr als 50 Standorten in 14 Ländern. Im Jahr 2019 hat Volkswagen rund 6,28 Millionen Fahrzeuge ausgeliefert. Hierzu gehören Bestseller wie Golf, Tiguan, Jetta oder Passat. Derzeit arbeiten weltweit 195.878 Menschen bei Volkswagen. Hinzu kommen mehr als 10.000 Handelsbetriebe mit 86.000 Mitarbeitern. Volkswagen treibt die Weiterentwicklung des Automobilbaus konsequent voran. Elektromobilität, Smart Mobility und die digitale Transformation der Marke sind die strategischen Kernthemen der Zukunft.

---