



23. September 2020

Anstoß mit Fußball-Bundestrainer Joachim Löw: Gläserne Manufaktur in Dresden startet die Vorserienproduktion des vollelektrischen Volkswagen ID.3

- Ab Anfang 2021 rollen in Dresden die ersten ID.3¹ für Kunden vom Band
- Thomas Ulbrich, Markenvorstand für Elektromobilität der Marke Volkswagen: „In der Gläsernen Manufaktur wird der Wandel hin zur Elektromobilität weiter forciert: vom Phaeton² über den e-Golf³ zum ID.3.“
- Volkswagen Markenbotschafter Joachim Löw ist künftig auch im ID.3 unterwegs

Dresden – Der Countdown für die Fahrzeugfertigung des vollelektrischen ID.3 in der Gläsernen Manufaktur in Dresden (GMD) hat begonnen: Fußball-Bundestrainer und Volkswagen Markenbotschafter Joachim Löw hat am Mittwoch gemeinsam mit Thomas Ulbrich, Vorstand für Elektromobilität der Marke Volkswagen, und dem Dresdner Standortleiter Danny Auerswald das erste Vorserienfahrzeug des ID.3 in der GMD-Fertigung auf das Montageband aufgesetzt.



Start der ID.3 Vorserienfertigung in Dresden: (von rechts) Jörg Farkas (Montage-Mitarbeiter), Joachim Löw (Fußball-Bundestrainer), Thomas Ulbrich (Markenvorstand Elektromobilität), Danny Auerswald (Standortleiter Gläserne Manufaktur) und Thomas Aehlig (Betriebsratsvorsitzender) vor der ersten Karosse.

des ID.3 startet. Die Gläserne Manufaktur ist damit nach dem Fahrzeugwerk Zwickau der zweite deutsche Standort, der Modelle auf Basis des Modularen E-Antriebs-Baukasten (MEB) fertigen wird.

Für Fußball-Bundestrainer Joachim Löw war der Besuch in der GMD eine Premiere: „Ich war zwar schon mehrfach in Dresden im Stadion, aber noch nie in der Gläsernen Manufaktur. Es ist spannend zu sehen, wie Volkswagen den Wandel auch an diesem Standort vorantreibt“, sagte der Volkswagen Markenbotschafter, der künftig auch selbst in einem ID.3 unterwegs sein wird. Von Markenvorstand Thomas Ulbrich höchstpersönlich bekam Löw in Dresden eine Einführung in seinen neuen Dienstwagen, Farbe Mangangrau Metallic.

„Heute beginnt am Standort Dresden die Vorserien-Produktion des ID.3. Ein weiterer Meilenstein für Volkswagen – und ebenso für den Freistaat Sachsen. Hier wird der Wandel hin zur Elektromobilität weiter forciert: vom Phaeton über den e-Golf zum ID.3“, sagt Thomas Ulbrich, Markenvorstand für Elektromobilität.

Aktuell produziert Volkswagen den ID.3 noch ausschließlich am Standort Zwickau. Nach dem bereits beschlossenen Produktions-Auslauf des e-Golf zum Jahresende 2020 erfolgt eine kurze Umbauphase in der GMD, bevor ab Februar 2021 dann die Serienproduktion

Medienkontakt

Volkswagen Sachsen
Dr. Carsten Krebs
Tel: +49 173 26 58 158
carsten.krebs1@volkswagen.de

Volkswagen Sportkommunikation
Gerd Voss
Tel: +49 5361 9-96 77 26
gerd.voss@volkswagen.de

Future Technology Communications
Christoph Adomat
Tel. +49 5361 9-86266
Christoph.adomat@volkswagen.de



Mehr unter
volkswagen-newsroom.com



„Ich konnte mich schon immer für technische Neuerungen begeistern. Die E-Mobilität ist sogar eine Revolution: Denn sie bringt einen großen Fortschritt für die Umwelt und damit für die ganze Gesellschaft. Vergangenes Jahr hatte ich vor dem Pokalfinale in Berlin schon mal die Gelegenheit, einen damals noch in der Entwicklung befindlichen ID.3 in Berlin Probe zu fahren. Da habe ich einen ersten Vorgeschmack bekommen, was es heißt, elektrisch unterwegs zu sein. Jetzt bin ich neugierig, wie sich das Fahrzeug in meinem Alltag bewährt“, meinte Löw.

Thomas Aehlig, Betriebsratschef der Gläserne Manufaktur, sagte: „Nach der jüngsten Produktionssteigerung von arbeitstäglich 74 auf 80 e-Golf ist der Start der Vorserienmontage des ID.3 in Dresden der nächste große Schritt für die Zukunft des Standorts und der Belegschaft. Wir freuen uns alle über diese sehr positive Entwicklung. Dass Fußball-Bundestrainer Löw heute aktiv dabei ist, ist ein Highlight für unsere Mannschaft.“

In der Gläsernen Manufaktur liefen seit Eröffnung 2001 die Oberklassenlimousine Phaeton² (84.235 Einheiten, 2001-2016), der Bentley Flying Spur² (2.186 Einheiten, 2005/2006 und 2013/2014) sowie seit 2017 der e-Golf (bislang ca. 45.300 Einheiten) vom Band. Mit Anlauf des e-Golf erfolgte zudem die strategische Neuausrichtung zum „Center of Future Mobility“. Durch innovative Geschäftsfelder wie den „Future Mobility Incubator“, dem Startup-Gründerprogramm von Volkswagen, und den „Future Mobility Campus“, ein Lernlabor für Aus- und Weiterbildung, die Ausweitung der Fahrzeug-Auslieferung, das Testfeld für die Produktion 4.0 sowie das „Software Development Center Production“ wurde der Standort zukunftsfähig ausgerichtet. Diese erfolgreiche Transformation wird mit der baldigen Serienfertigung des ID.3 ab Februar 2021 mit Hochdruck weiter vorangetrieben.

Volkswagen unterstützt den Fußball von der Basis bis an die Spitze getreu seinem Motto „Fußball, das sind wir alle“. Nicht nur die deutsche Nationalmannschaft steht bei den diversen partnerschaftlichen Aktionen im Fokus – gerade der Fußball in der Breite ist das verbindende Element zwischen Volkssport und Volkswagen. Ziel der Kooperation mit dem DFB ist es, Volkssport und Volkswagen als Partner im Geiste einer breiten Öffentlichkeit nahezubringen und dabei auch die Neuausrichtung der Marke, ihre Transformation und Vorreiterrolle in der E-Mobilität für alle gesellschaftlichen Schichten erlebbar zu machen.

- 1) *ID.3: Stromverbrauch in kWh/100 km (NEFZ): 15,4-14,5 (kombiniert), CO₂-Emission in g/km: 0; Effizienzklasse: A+*
- 2) *Das Fahrzeug wird nicht mehr zum Verkauf angeboten.*
- 3) *e-Golf: Stromverbrauch, kWh/100 km (NEFZ): kombiniert 13,8 -12,9; CO₂-Emission kombiniert, g/km: 0; Effizienzklasse: A+*

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 6,3 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.
