



22. November 2019

## **Bereit für die elektrische Zukunft: Volkswagen richtet Motorsport-Strategie konsequent auf E-Mobilität aus**

- Volkswagen setzt E-Strategie der Marke auch im Motorsport stringent um
- Elektro-Sportwagen ID.R wird Vorreiterrolle über 2019 hinaus übernehmen
- Modularer E-Antriebs-Baukasten (MEB) wird als Motorsport-Plattform neu erschlossen

**Wolfsburg (D) - Volkswagen richtet seine Motorsport-Strategie gezielt auf Elektromobilität aus. Mit der klaren Fokussierung auf rein elektrische Rennfahrzeuge folgt der werksseitige Abschied vom Verbrennungsmotor. Die Rolle als technologischer Vorreiter wird auch in Zukunft der Elektro-Sportwagen ID.R übernehmen, der mit seinen Rekorden am Pikes Peak (USA), auf dem Nürburgring (D), in Goodwood (GB) und am Berg Tianmen (CN) wichtige Meilensteine für die Elektromobilität erzielt hat. Zusätzlich wird Volkswagen Motorsport auf Basis des Modulare E-Antriebs-Baukastens (MEB), auf dem zahlreiche elektrische Serienfahrzeuge aufsetzen werden, neue Motorsport-Konzepte für die ID. Familie entwickeln.**



**ID.R – der Elektro-Sportwagen von Volkswagen  
Motorsport**

„Volkswagen Motorsport hat mit dem ID.R Neuland betreten und mit seinen Rekorden das enorme Potenzial des Elektroantriebs weltweit gezeigt. Nun ist der Zeitpunkt für den nächsten Schritt in Richtung Zukunft gekommen: Volkswagen bekennt sich auch im Motorsport konsequent zur E-Mobilität und verabschiedet sich werksseitig vom Verbrennungsmotor“, sagt Dr. Frank Welsch, Mitglied des Vorstands der Marke

Volkswagen Pkw, Geschäftsbereich Technische Entwicklung. „Neben dem ID.R als Technologie-Vorreiter wird der MEB künftig die zweite seriennahe Säule im Motorsport-Programm von Volkswagen sein.“

Sven Smeets, Direktor von Volkswagen Motorsport, erklärt: „Die Elektromobilität bietet ein riesiges Entwicklungspotenzial und der Motorsport kann als Vorreiter wichtige Impulse geben: Zum einen dient er als rollendes Labor für die Entwicklung künftiger Serienautos, zum anderen als überzeugender Kommunikationskanal, um Menschen noch stärker für die Elektromobilität zu begeistern. Darum werden wir uns werksseitig stärker denn je auf den Elektroantrieb konzentrieren und unsere Aktivitäten mit der Erschließung des MEB weiter ausbauen. Innovative Technologie, die für das Automobil der Zukunft relevant ist, steht für uns im Fokus.“

**Medienkontakte**  
Volkswagen Motorsport GmbH  
Andre Dietzel  
Leiter Kommunikation & Marketing  
Tel: +49 175 723 4689  
andre.dietzel@volkswagen-  
motorsport.com

**Volkswagen Communications**  
Product Communications  
Bernhard Kadow  
Projekte & Motorsport  
Tel: +49 152 588 707 82  
bernhard.kadow@volkswagen.de



Mehr unter  
volkswagen-newsroom.com



Zukünftig wird auch das Kundensport-Programm von Volkswagen Motorsport elektrifiziert: Im ersten Schritt werden unterschiedliche Disziplinen, Plattformen und Fahrzeugtypen untersucht und evaluiert. Parallel dazu läuft die Produktion des Golf GTI TCR für die Rennstrecke Ende 2019 aus, ein Nachfolger auf Basis der neuen Generation wird nicht angeboten. Kundenservice und Ersatzteilversorgung werden aber dennoch langfristig sichergestellt.

Der Polo GTI R5 bleibt fester Bestandteil im Kundensport-Angebot von Volkswagen Motorsport und wird weiter für Kundenteams produziert. Vom Standort Hannover aus werden Kundenbetreuung, Ersatzteilversorgung sowie die Konkurrenzfähigkeit des Polo sichergestellt. Auf werksseitige Wettbewerbseinsätze mit dem Polo GTI R5 wird verzichtet.

---

#### **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 2018 hat Volkswagen rund 6,2 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.

---