



12. März 2025

Brand Experience 2025: Volkswagen trägt die Aufbruchstimmung in den weltweiten Handel

- Rund 11.000 Handelsvertreter aus 86 Ländern bis Ende März zu Gast in Düsseldorf
- Händler erhalten exklusiven Einblick in die Modellpalette der kommenden Jahre
- Volkswagen Vertriebsvorstand Martin Sander: „Unsere Händlerinnen und Händler sind wichtige Botschafter unserer Marke.“

Wolfsburg/Düsseldorf – Rund 11.000 Volkswagen-Händler aus aller Welt nehmen bis Ende März in Düsseldorf an der „Brand Experience 2025“ teil. Bei dieser Veranstaltung erhalten sie einen exklusiven Einblick, mit welchen Maßnahmen Volkswagen zurück zu neuer Stärke finden will. Neben der Emotionalisierung der Marke und der Vision eines ganzheitlichen Kundenerlebnisses steht die künftige Modellpalette im Mittelpunkt des Events. Volkswagen präsentiert den Teilnehmern zehn Modellneuheiten der kommenden drei Jahre – von hocheffizienten Verbrennern über topmoderne Hybride bis hin zu reinen Elektromodellen.



Volkswagen Vertriebsvorstand Martin Sander und CEO Thomas Schäfer (von links) begrüßen 11.000 Händler bei der Brand Experience in Düsseldorf.

„Insbesondere drei Elemente machen Volkswagen stark: Überzeugende, zuverlässige Produkte, eine emotionalisierende Marke und unser Handel als dauerhaft verlässlicher Partner und direktes Bindeglied zu unserer Kundschaft“, betont Martin Sander, Volkswagen Vorstand für Vertrieb, Marketing und After Sales. „Volkswagen ist back on track“, dieses starke Signal geht von der diesjährigen Brand Experience aus. Mir ist wichtig, dass wir dieses

Momentum, diese Aufbruchstimmung zu unseren Kundinnen und Kunden tragen. Dabei kommt es entscheidend auf die Händler an, denn diese stehen im täglichen Austausch mit ihnen – sowohl in den Showrooms als auch in der digitalen Welt.“

Aus 86 Ländern reisen Handelsvertreter zu der Veranstaltung nach Düsseldorf an. Kern der „Brand Experience“ ist eine emotionale Show. Martin Sander stellt dort gemeinsam mit Volkswagen CEO Thomas Schäfer, Kai Grünitz (Markenvorstand für Technische Entwicklung) und Andreas Mindt (Volkswagen Designchef) die Neuausrichtung der Marke, den geschärften Designauftritt und den gesamtheitlichen Vertriebsansatz vor.

Die Teilnehmer erhalten einen exklusiven Ausblick auf zehn neue Modelle, die bis 2028 das Volkswagen Produktportfolio bereichern werden. Auf der Bühne werden unter anderem der neue T-Roc sowie künftige ID. Modelle gezeigt. Außerdem können die Händler einige neue Fahrzeuge, wie beispielsweise den Tayron, vor Ort Probe fahren.

Medienkontakt

Nina Krake-Thiemann
Corporate Communications
Pressesprecherin Vertrieb,
Marketing und After Sales
Tel: +49-152-06262625
nina.krake-thiemann@volkswagen.de



Mehr auf
volkswagen-newsroom.com



Darüber hinaus gibt es zahlreiche Workshops zu Themen wie Design und Retail, bei denen ein direkter Austausch mit den Fachexperten der Marke möglich ist.

„Unsere ambitionierten Ziele als Hersteller können wir nur zusammen mit dem Handel erreichen“, so Sander. „Dafür braucht es ein hohes Maß an Vertrauen und gegenseitigem Support – beides war schon in den ersten Tagen der ‚Brand Experience‘ in Düsseldorf zu spüren.“

Die Marke Volkswagen Pkw ist weltweit präsent und produziert Fahrzeuge an 28 Standorten in zwölf Ländern. Im Jahr 2024 hat Volkswagen über 4,8 Millionen Fahrzeuge ausgeliefert. Hierzu gehören Bestseller wie Polo, T-Roc, T-Cross, Golf, Tiguan oder Passat sowie die vollelektrischen Erfolgsmodelle der ID. Familie. Derzeit arbeiten weltweit rund 170.000 Menschen bei Volkswagen. Mit seiner Strategie ACCELERATE treibt Volkswagen seine Weiterentwicklung zur begehrtesten Marke für nachhaltige Mobilität konsequent voran.
