



# Medieninformation

27. März 2023

## Brand Experience: Volkswagen begeistert seinen weltweiten Handel für die Marke

- 13.000 Handelsvertreter aus rund 60 Ländern bis Ende März in Hamburg
- Einblick und Austausch zu Volkswagen-Strategie, Produktpalette und Services der kommenden vier Jahre
- Imelda Labbé, Vortändin für Vertrieb, Marketing und After Sales: „Unsere Händler sind und bleiben das wichtigste Gesicht der Marke zum Kunden.“

**Wolfsburg/Hamburg – Volkswagen-Händler aus der ganzen Welt machen in diesen Tagen Station in Hamburg: Bei der „Brand Experience“ erhalten die Teilnehmer einen Einblick wie sich die Marke für die kommenden Jahre aufstellt und was den Begriff Love Brand mit Leben füllen wird. Auf dem Programm stehen nicht nur die strategische Ausrichtung und die neue Designsprache von Volkswagen, sondern auch eine ausführliche Präsentation der künftigen Modellpalette. Den insgesamt 13.000 Händler werden insgesamt 14 Fahrzeuge der kommenden vier Jahre gezeigt: unter anderem die zweite Generation des ID.3<sup>1</sup>, den ID.7<sup>2</sup> und das Showcar ID. 2all<sup>3</sup>. Zudem können sie bereits einen Blick auf den noch geheimen Tiguan und den künftigen Passat werfen.**



Imelda Labbé und Thomas Schäfer (von links).

„Autohäuser haben heute wie auch morgen eine zentrale Bedeutung im Automobilvertrieb. Deswegen ist es uns enorm wichtig, dass wir unsere Händler mit auf die Reise in die Zukunft nehmen, neue Begeisterung für unsere Marke entfachen und die bevorstehenden Herausforderungen gemeinsam mit ihnen angehen“, sagt Imelda Labbé, Volkswagen Markenvorständin für Vertrieb, Marketing und After Sales.

Kern der „Brand Experience“ ist eine emotionale Show. Dort präsentieren neben Labbé unter anderem auch Volkswagen CEO Thomas Schäfer, Kai Grünitz (Markenvorstand für Technische Entwicklung) und Andreas Mindt (Head of Volkswagen Design) den Teilnehmern die künftige strategische Ausrichtung der Marke und begeistern sie von starken Produkten und innovativen digitalen Services. Thomas Schäfer, CEO Marke Volkswagen: „Wir machen Volkswagen wieder zu einer echten Love Brand. Dabei spielen unsere Händler eine wichtige Rolle – sie haben den direkten Kontakt zu unseren Kundinnen und Kunden.“

Zudem erhalten die Händler in Hamburg Einblicke in die Unternehmensstrategie: So wird die Marke etwa in Europa ab 2033 ausschließlich E-Fahrzeuge produzieren und bereits bis 2026 zehn neue E-Modelle einführen. Außerdem sollen dann auch weitere Regionen der Welt elektrifiziert werden.

Im Anschluss an die Show haben die Handelsvertreter die Möglichkeit zur Interaktion mit dem Führungsteam und den Fachexperten der Marke. Sie können Fragen stellen

### Medienkontakt

Medienkontakt  
Volkswagen Communications  
Nina Krake-Thiemann  
Sprecherin Vertrieb, Marketing und After Sales  
Tel: +49-5361-9-33854  
[nina.krake-thiemann@volkswagen.de](mailto:nina.krake-thiemann@volkswagen.de)

Elena Storm  
Leitung Corporate Communications  
Tel: +49-152 0149 2 59  
[elena.storm@volkswagen.de](mailto:elena.storm@volkswagen.de)



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





und ihre Ideen zur Gestaltung der Zukunft aktiv einbringen. Dazu erklärt Labbé: „Ziel ist es, die sich verändernden Zukunftsperspektiven des Handels gemeinsam zu diskutieren, denn die Transformation des klassischen Autogeschäfts können wir nur zusammen mit den Händlern angehen“.

Bereits an den ersten Veranstaltungstagen zeigten sich die teilnehmenden Händler begeistert von dem Event. Sie reisen unter anderem aus China, Südamerika und Indien zu der Veranstaltung nach Hamburg. Vor allem die Umsetzung der Digitalisierung in den kommenden Fahrzeugen und die Neuausrichtung der Marketing-Kommunikation stoßen auf positive Resonanz: „Die Händler sind das Bindeglied zu unseren Kunden, deswegen ist ihr Feedback für uns von enormer Bedeutung“, so Labbé.

*<sup>1)</sup> ID.3 Pro - Stromverbrauch in kWh/100 km: kombiniert 16,5-15,2; CO<sub>2</sub>-Emissionen in g/km: kombiniert 0; für die Fahrzeuge liegen nur noch Verbrauchs- und Emissionswerte nach WLTP und nicht nach NEFZ vor. ID.3 Pro S - Stromverbrauch in kWh/100 km: kombiniert 16,2-15,3; CO<sub>2</sub>-Emissionen in g/km: kombiniert 0; für das Fahrzeug liegen nur noch Verbrauchs- und Emissionswerte nach WLTP und nicht nach NEFZ vor.*

*Angaben zu Verbrauch und CO<sub>2</sub>-Emissionen bei Spannbreiten in Abhängigkeit von den gewählten Ausstattungen des Fahrzeugs.*

*<sup>2)</sup> ID.7 - Das Fahrzeug wird noch nicht zum Verkauf angeboten.*

*<sup>3)</sup> ID. 2all - Das Fahrzeug ist eine Studie und wird nicht zum Verkauf angeboten.*

---

Die Marke Volkswagen Pkw ist weltweit in mehr als 140 Märkten präsent und produziert Fahrzeuge an 29 Standorten in zwölf Ländern. Im Jahr 2022 hat Volkswagen rund 4,6 Millionen Fahrzeuge ausgeliefert. Hierzu gehören Bestseller wie Polo, T-Roc, T-Cross, Golf, Tiguan oder Passat sowie die vollelektrischen Erfolgsmodelle ID.3, ID.4, ID.5 und ID.6. Das Unternehmen übergab im vergangenen Jahr weltweit über 330.000 reine Elektrofahrzeuge an Kunden. 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.

---