



8. Dezember 2017

Frischer Wind im Crossover-Segment - Volkswagen liefert ersten T-Roc aus

→ **Kompaktes SUV ist seit kurzem in den Schauräumen der
Volkswagen Partner zu sehen**

Wolfsburg – Volkswagen hat heute den ersten T-Roc an einen Kunden in der Autostadt ausgeliefert. Das neue kompakte SUV wurde vor zwei Wochen in Deutschland und weiteren europäischen Märkten eingeführt und ist seitdem in den Schauräumen der Handelspartner zu sehen.



Roman Schell (Mitte) aus Wolfsburg und seine Frau Nelli nahmen als erste Kunden in der Autostadt den neuen T-Roc von Andreas Brusch, Leiter Verkauf an Mitarbeiter Marke Volkswagen, entgegen.

Roman Schell aus Wolfsburg nahm den ersten T-Roc von Andreas Brusch, Leiter Verkauf an Mitarbeiter Marke Volkswagen, entgegen. Das Fahrzeug ist in Indiumgrau Metallic lackiert und verfügt unter anderem über ein Multifunktionslenkrad und das „Licht und Sicht“-Paket. Angetrieben wird der T-Roc von einem effizienten 1.0 TSI-Motor mit 85 kW (115 PS)¹ und 6-Gang-Schaltgetriebe.

Alle Details zum neuen Modell sind unter volkswagen.de/t-roc abrufbar.

¹⁾ T-Roc 1.0 TSI (85 kW) Kraftstoffverbrauch in l/100 km: 6,1 (innerorts), 4,5 (außerorts), 5,1 (kombiniert); CO₂-Emission in g/km: 117 (kombiniert), Effizienzklasse: B

Pressekontakt

Volkswagen Kommunikation
Christoph Oemisch
Sprecher Vertrieb und Marketing
Deutschland
Tel: +49 5361 9-18895
christoph.oemisch@volkswagen.de



Mehr unter
volkswagen-media-services.com

Über die Marke Volkswagen: Wir bringen die Zukunft in Serie.

Die Marke Volkswagen Pkw ist weltweit in mehr als 150 Märkten präsent und produziert Fahrzeuge an mehr als 50 Standorten in 14 Ländern. Im Jahr 2016 hat Volkswagen rund 5,99 Millionen Fahrzeuge gefertigt, hierzu gehören Bestseller wie Golf, Tiguan, Jetta oder Passat. Derzeit arbeiten weltweit 196.000 Menschen bei Volkswagen. Hinzu kommen mehr als 7.700 Handelsbetriebe mit 74.000 Mitarbeitern. Volkswagen treibt die Weiterentwicklung des Automobilbaus konsequent voran. Elektromobilität, Smart Mobility und die digitale Transformation der Marke sind die strategischen Kernthemen der Zukunft.