



23. August 2019

Jürgen Stackmann: „Die klare Message des ID.R ist: Elektromobilität ist emotional und faszinierend“

- Herausforderung am Tianmen Mountain ist auch Testfeld für die Serienentwicklung
- ID.R zeigt technische E-Kompetenz von Volkswagen

Wolfsburg (D). Am 2. September stellt sich der ID.R am Tianmen Mountain in China einer ganz besonderen Herausforderung: Rekordjäger Romain Dumas (F) wird am Steuer des ID.R eine Richtzeit aufstellen, an der sich die Konkurrenz messen kann. Bisher hat niemand gewagt, die extrem kurvenreiche Strecke auf den mythischen Berg mit einem Rennauto zu meistern. Mit dem ID.R, sportlicher Botschafter der künftigen ID. Produktfamilie, demonstriert Volkswagen seine Kompetenz auf dem Gebiet elektrisch angetriebener Fahrzeuge – und nutzt den Motorsport als Prüffeld und Bühne. In nur einem Jahr hat Volkswagen mit dem rein elektrisch angetriebenen ID.R Rekorde am Pikes Peak (USA), auf der Nürburgring-Nordschleife (D) sowie beim Goodwood Festival of Speed (GB) aufgestellt. Im Interview erklärt Jürgen Stackmann, Mitglied des Markenvorstands Volkswagen Pkw, Geschäftsbereich Vertrieb, Marketing und After Sales, warum die Herausforderung in China sinnbildlich für den Mobilitätswandel bei Volkswagen ist.



Jürgen Stackmann, Mitglied des Markenvorstands von Volkswagen Pkw, Geschäftsbereich Vertrieb, Marketing und After Sales



Der ID.R geht in roter Lackierung am Tianmen Mountain an den Start

Pressekontakt

Volkswagen Motorsport GmbH
Andre Dietzel
Leiter Kommunikation & Marketing
Tel: +49 175 7234 689
andre.dietzel@volkswagen-motorsport.com

Volkswagen Communications
Product Communications
Bernhard Kadow
Projects & Motorsport
Tel: +49 152 588 70782
bernhard.kadow@volkswagen.de

Herr Stackmann, das gesamte Volkswagen Team fiebert dem Start des ID.R am sagemumwobenen Tianmen Mountain entgegen. Was fasziniert Sie daran?

Es ist eine ganz besondere Herausforderung. Anders als bei den bisherigen Rekordfahrten kennt unser Team die Strecke kaum und konnte auch nicht im Simulator oder vor Ort testen. Ich freue mich auf den Rekordversuch, da



Mehr unter
volkswagen-newsroom.com
Seite 1 von 2



der Berg eine besondere, mythische Bedeutung in Asien hat. Für Volkswagen ist der chinesische Markt sehr wichtig, weil wir die Elektromobilitätsstrategie dort mit Vollgas vorantreiben möchten.

Welches Ziel verfolgen Sie mit dem Rekordversuch am Tianmen Mountain?

Wir wollen mit dem ID.R ein weiteres Mal unter Beweis stellen, dass Elektromobilität nicht nur Spaß macht, sondern auch extrem leistungsfähig und effizient ist. Die klare Message des ID.R ist: Elektromobilität ist emotional und faszinierend. Wir hoffen, dass der Tianmen mit unserer Richtzeit zu einem Ort wird, an dem sich Elektrofahrzeuge regelmäßig messen, um neue Dimensionen zu erreichen. Ganz ähnlich verhält es sich auch bei den Serienfahrzeugen der ID. Familie: Wir sind davon überzeugt, dass der Modulare E-Antriebs-Baukasten (MEB) seinesgleichen sucht. Er bildet nicht nur die Basis aller künftigen ID. Fahrzeuge, sondern steht auch anderen Fahrzeugherstellern zur Verfügung.

Welche Rolle spielt der ID.R für die Entwicklung der ID. Serienfahrzeuge?

Der ID.R ist unser Elektro-Renner, der emotionalisiert und die Menschen in den Bann der Elektromobilität zieht. Auch räumt er mit vielen gängigen Vorurteilen gegenüber der E-Mobilität auf. Übrigens haben wir hierzu vor ein paar Monaten die „12 Mythen der Elektromobilität“ auf unseren Kanälen veröffentlicht, die eben diese gängigen Vorurteile widerlegen. Der ID.R ist damit unser Botschafter für die künftigen ID. Serienmodelle, wie den ID.3¹⁾, der auf der IAA 2019 offiziell vorgestellt wird. Aber sicherlich hat der ID.R auch eine große Bedeutung für den technologischen Transfer zur Serie. So haben wir seit Beginn des Projekts vor rund zwei Jahren unglaublich viel über E-Mobilität, Software, Batteriemangement oder Ladetechnologie gelernt und konnten diese Erkenntnisse auch für die Serienentwicklung nutzen.

Wie bewerten Sie die Entwicklungen rund um die Elektromobilität?

Es sind nicht nur für mich als Vertriebs- und Marketing-Vorstand interessante und spannende Zeiten, das gilt für die gesamte Autoindustrie. Es macht richtig Spaß, an dieser Schwelle zur E-Mobilität mit einem tollen Team Ideen und Strategien zu entwickeln, um unsere Kunden und die, die es hoffentlich werden, zu überzeugen. Elektrofahrzeuge sind die Antwort auf die Herausforderungen unserer Zeit. Sie bieten großen Fahrspaß, Vorteile und Eigenschaften, von denen wir vor wenigen Jahren allenfalls träumen durften: Sie bieten mehr Platz bei vergleichbaren Außenabmessungen, sie sind leise, sehr effizient, sie sind sparsam und günstig im Unterhalt, und sie bieten unseren Designern ganz neue Möglichkeiten.



Bringt ein Elektroauto mit hoher Reichweite und großem Platzangebot tatsächlich Fahrspaß?

Ohne Frage. Das Gefühl der Beschleunigung in einem Elektroauto muss man einfach erlebt haben. Sicher können wir das nicht eins zu eins aus dem ID.R in die ID. Serienfahrzeuge übertragen, schließlich leistet er 500 kW und damit weit mehr, als die meisten Kunden wünschen. Wir wissen aber, dass dank des Elektroantriebs schon weitaus weniger Leistung eine tolle Beschleunigung ermöglicht. Das muss man aber selbst einmal spüren, sonst glaubt man es nicht.

¹⁾ Das Fahrzeug wird noch nicht zum Verkauf angeboten.

Über die Marke Volkswagen:

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 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.
