



27. Juni 2018

## Meilenstein in Afrika: Volkswagen startet lokale Produktion und Car Sharing in Ruanda

- Erstes Integriertes Mobilitätskonzept in Afrika
- Neuer Standort umfasst Vertriebs- und Servicezentrum, Fahrzeugfertigung, Qualifizierungszentrum und Mobilitätsanbieter
- Montage von bis zu 5.000 Fahrzeugen pro Jahr geplant
- Car Sharing angelaufen, Ride Hailing und weitere Mobilitätsdienste werden folgen
- Schaffung von bis zu 1.000 qualifizierten Arbeitsplätzen
- Langfristiges Ziel: Führungsrolle in der aufstrebenden afrikanischen Automobilindustrie

Kigali / Wolfsburg – Die Marke Volkswagen baut ihr Engagement in Afrika aus: In Ruanda hat sie heute ein Integriertes Mobilitätskonzept in Betrieb genommen, zu dem sowohl eine lokale Fahrzeugfertigung als auch innovative Mobilitätsdienste und das Vertriebs- und Servicezentrum CFAO Volkswagen Ruanda gehören. Thomas Schäfer, CEO von Volkswagen Group South Africa und Verantwortlicher für die Sub-Sahara-Region, gab in der Hauptstadt Kigali im Beisein von Ruandas Präsident Paul Kagame den offiziellen Startschuss für das Projekt. Damit macht Volkswagen den nächsten Schritt zur Erschließung neuer Chancenmärkte. Langfristig will die Marke eine Führungsrolle in der aufstrebenden afrikanischen Automobilindustrie übernehmen. Mit dem Engagement leistet Volkswagen zudem einen substantziellen Beitrag zur wirtschaftlichen Entwicklung Afrikas.



Paul Kagame, Thomas Schäfer und Michaella Rugwizangoga, CEO Volkswagen Mobility Solutions Ruanda mit dem ersten VW „made in Rwanda“

Thomas Schäfer: „Ruanda bietet großes Potenzial. Das Land ist jung, modern und hungrig nach individueller Mobilität. Mit einem speziell auf die Region zugeschnittenen Paket aus lokaler Fertigung, Neuwagengeschäft und innovativen Mobilitätsdiensten wollen wir die Wachstumschancen nutzen und neue Perspektiven schaffen. Ruanda kann zu einer Blaupause für andere aufstrebende

### Pressekontakt

Volkswagen Südafrika  
Matt Gennrich  
Leiter Kommunikation  
Tel: +27 11 911-2789  
[gennrich@vwsa.co.za](mailto:gennrich@vwsa.co.za)

Volkswagen Kommunikation  
Andreas Groß  
Unternehmenskommunikation  
Tel: +49 5361 9-89043  
[andreas.gross1@volkswagen.de](mailto:andreas.gross1@volkswagen.de)



Mehr unter  
[volkswagen-media-services.com](http://volkswagen-media-services.com)



Länder in Afrika und weltweit werden.“

Paul Kagame, Präsident der Republik Ruanda, sagte: „Afrika darf nicht der Abladeplatz für alte Autos oder andere alte Dinge sein. Langfristig müssen wir auch dafür einen hohen Preis zahlen. Wenn man einen hohen Preis für alte Autos zahlt, wieso dann nicht gleich in etwas Neues investieren? Die Wahl ist ganz einfach. Wir als Afrikaner und Ruander verdienen Besseres. Und dieses Projekt zeigt, wie wir das schaffen können. Aus diesem und andere Gründen ist das vielversprechenden Zusammenarbeit mit Volkswagen ein guter Start.“

Dr. Gerd Müller, Bundesminister für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung, betonte: „Volkswagen macht in Ruanda vor, was wir uns von vielen weiteren deutschen Unternehmen wünschen: dass sie sich in Afrika wirtschaftlich engagieren. Mit guten Ideen und auch einer Portion Pioniergeist bauen Volkswagen und seine deutschen und ruandischen Partner ein zukunftssträchtiges Mobilitätskonzept für Ruanda auf. Die deutsche Entwicklungszusammenarbeit unterstützt hier gerne. Denn die Unternehmen leisten einen direkten Beitrag zu nachhaltiger wirtschaftlicher Entwicklung – und das ist ganz im Sinne unseres Marshallplans mit Afrika. Nur mit hochwertiger Ausbildung und guten Arbeitsplätzen vor Ort erhalten die Menschen in Ruanda und anderswo attraktive Perspektiven in ihrer Heimat.“

## **Montage von bis zu 5.000 Fahrzeugen pro Jahr geplant**

Im Zentrum des Projekts stehen Car-Sharing- und Ride-Hailing-Angebote, die per App gesteuert werden und individuelle Mobilität für breitere Bevölkerungsschichten ermöglichen. Den Anfang macht ein sogenanntes Community Car Sharing, das sich vor allem an Unternehmen in der Hauptstadt Kigali richtet. Im Laufe des Jahres folgt dann ein Ride Hailing-Dienst. Weitere Mobilitätsdienste sind für 2019 geplant. Ruanda ist prädestiniert für neue Mobilitätslösungen, da die Menschen dort sehr digital und technik-affin sind. Zudem wächst der Bedarf an Mobilität und kann durch die bestehenden Angebote kaum noch gedeckt werden.

In Sachen Produktion ist die lokale Fertigung der neuesten Generationen von Polo und Passat angelaufen, weitere Modelle sind für die Zukunft geplant. In der Startphase ist die Produktion von bis zu 1.000 Fahrzeugen pro Jahr geplant, je nach Nachfrage und Erfolg der Mobilitätsdienste. Möglich ist eine Produktion von bis zu 5.000 Fahrzeugen pro Jahr. Die Montage ist zudem flexibel ausgelegt und kann bei Bedarf weiter ausgebaut werden. Das angeschlossene Vertriebs- und Service-Zentrum



CFAO Volkswagen Ruanda garantiert für einen umfassenden Kundenservice. In Summe investiert Volkswagen in der ersten Phase rund 20 Mio. US-Dollar in Ruanda.

## **Sub-Sahara-Strategie: Präsenz in den Wachstumsmärkten der Zukunft**

Mit dem Produktions- und Marktstart in Ruanda treibt Volkswagen seine Sub-Sahara-Strategie weiter voran. Die Marke wird ihr Engagement in Afrika deutlich ausbauen und will langfristig eine Führungsrolle in der aufstrebenden afrikanischen Automobilindustrie übernehmen. Dazu wird sie in den kommenden Jahren mehrere Standbeine in der Region aufbauen und eine zügige, flexible Expansion verfolgen. Das schafft die Basis, um am künftigen Wachstum in der Region zu partizipieren. Neben Ruanda ist Volkswagen heute bereits in Südafrika, Nigeria, Kenia und Algerien aktiv. Weitere Standorte sind bereits in der Planung.

Im Zuge der Markenstrategie TRANSFORM 2025+ hat Volkswagen die Regionen gestärkt und einen Fokus auf neue Chancenmärkte gelegt. Neben Nord- und Südamerika sowie China spielt die Sub-Sahara-Region eine zunehmend wichtige Rolle. Zwar ist der afrikanische Automobilmarkt heute noch vergleichsweise klein, die Region könnte sich aber zum automobilen Wachstumsmarkt der Zukunft entwickeln.

Thomas Schäfer: „Volkswagen gehört in Afrika zu den Pionieren. Vor über 60 Jahren haben wir in Südafrika das erste Werk außerhalb von Deutschland eröffnet, jetzt sind wir die Ersten in der Sub-Sahara-Region. Natürlich gibt es hier einige Herausforderungen, aber eben auch große Chancen. Mit mehreren, zunächst kleineren Standorten sind wir in der Lage, zu lernen und flexibel auf die Entwicklungen zu reagieren. Wir bei Volkswagen glauben an Afrika.“

## **Beitrag zur wirtschaftlichen Entwicklung Afrikas**

Volkswagen will in Ruanda nicht nur geschäftlichen Erfolg erzielen, sondern auch einen nachhaltigen Beitrag zur wirtschaftlichen Entwicklung der Region leisten. Unter anderem schafft die Marke bis zu 1.000 neue, qualifizierte Arbeitsplätze und baut gemeinsam mit anderen deutschen Unternehmen ein Qualifizierungs- und Ausbildungszentrum auf. Die Mitarbeiter in der Montage wurden von erfahrenen Volkswagen Ausbildern in Kenia eingelernt und sind bereit für die Produktionsarbeit. In Kürze werden die ersten Fahrer für die Mobilitätsdienste eingestellt und von internen und externen Spezialisten ausgebildet. Zudem setzt Volkswagen



wo immer möglich auf lokale Partner und Zulieferer. So wurde die App für die digitalen Mobilitätsdienste von einem Start-up aus Kigali entwickelt.

Thomas Schäfer: „Ruanda und Afrika sind für uns weit mehr als nur ein weiterer Absatzmarkt. Wir verstehen uns als Teil der afrikanischen Gesellschaft und wollen für die Menschen hier ein guter, verlässlicher Partner sein – so wie an allen 122 Standorten des Volkswagen Konzerns weltweit.“

---

**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 2017 hat Volkswagen über sechs Millionen Fahrzeuge gefertigt, hierzu gehören Bestseller wie Golf, Tiguan, Jetta oder Passat. Derzeit arbeiten weltweit 198.000 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.

---