



23. März 2018

Neuer Schub: Volkswagen beschleunigt Modell- und Innovationsoffensive in China

- **Weltpremiere des neuen Touareg¹⁾ in Peking markiert Auftakt für kommendes Produktfeuerwerk in China**
- **Ausbau der Führungsposition: Bis 2020 mindestens zehn weitere SUVs für chinesischen Markt geplant**
- **Neue Kommunikationskampagne „Move Forward“ unterstreicht Innovationskraft der Marke**
- **CEO Diess: „Chinesische Kunden vertrauen der Marke Volkswagen; dieses Vertrauen wollen und werden wir rechtfertigen.“**

Wolfsburg/Peking – Die Marke Volkswagen will ihre Führungsposition in China weiter ausbauen und beschleunigt dazu ihre große Modell- und Innovationsoffensive. Den Auftakt markiert der neue Volkswagen Touareg¹⁾, der heute beim „SUV Brand Day“ in Peking vor rund 1.000 Gästen seine Weltpremiere feiert. Bis 2020 sollen zwölf weitere SUVs für den chinesischen Markt folgen. Volkswagen gab außerdem den Startschuss für die landesweite Kommunikationskampagne „Move Forward“, mit der die Marke weiter gestärkt werden soll.



Medien-Workshop zum „SUV Brand Day 2018“



Jürgen Stackmann, Vorstand für Vertrieb und Marketing

China hat für Volkswagen einen herausragenden Stellenwert: In keiner anderen Region verkauft die Marke mehr Fahrzeuge. Im vergangenen Jahr übergab sie 3,2 Millionen Fahrzeuge an chinesische Kunden und erreichte einen Marktanteil von mehr als 13 Prozent. Damit ist Volkswagen der klare Marktführer im größten und wichtigsten Automobilmarkt der Welt. Mit der Strategie TRANSFORM 2025+ will die Marke ihre Führungsposition weiter

Pressekontakt

Volkswagen Kommunikation

Christoph Adomat
Leiter Unternehmenskommunikation
Tel: +49 5361 9-86266
christoph.adomat@volkswagen.de

Andreas Groß
Unternehmenskommunikation
Tel: +49 5361 9-89043
andreas.gross1@volkswagen.de



Mehr unter
volkswagen-media-services.com



ausbauen: Bis 2020 wird die Produktpalette vollständig erneuert und erweitert. Allein in diesem Jahr laufen in China neun neue Modelle an.

„China ist entscheidend für den Erfolg unserer Zukunftsstrategie. Im vergangenen Jahr haben sich mehr als 3 Millionen Chinesen für einen Volkswagen entschieden. Dieses Vertrauen wollen und werden wir rechtfertigen. Wir werden unsere Produktpalette noch stärker auf die Wünsche und Erwartungen der chinesischen Kunden ausrichten. Volkswagen wird mehr denn je für Sicherheit, Qualität und technologische Innovationen stehen. Gemeinsam mit unseren Partnern von SAIC und FAW werden wir die Vorreiterrolle von Volkswagen in China untermauern“, sagte Dr. Herbert Diess, Vorstandsvorsitzender der Marke Volkswagen.

SUV-Offensive: Mindestens zehn weitere SUVs bis 2020

Im Mittelpunkt der Modell- und Innovationsoffensive stehen SUVs. Der weltweite SUV-Boom ist in China besonders stark ausgeprägt: Nach aktuellen Marktprognosen könnte schon bald jeder zweite Neuwagen in China ein SUV sein. Die Marke Volkswagen hat mit dem Tiguan und dem Teramont bereits zwei Bestseller im Angebot, insgesamt hat sie 2017 rund 400.000 SUVs verkauft.

In den kommenden drei Jahren sollen mindestens zehn weitere SUVs für den chinesischen Markt hinzukommen, vier davon in diesem Jahr. Den Anfang macht der neue Touareg¹⁾: Das SUV-Flaggschiff von Volkswagen stellt die technologische Leistungsfähigkeit der Marke unter Beweis – unter anderem mit einem volldigitalen „Innovision Cockpit“, das es so in keinem anderen Oberklasse-SUV gibt.

Ein weiterer Schwerpunkt der Modelloffensive liegt auf der Elektromobilität. Bereits in diesem Jahr bringt Volkswagen eine Plug-In-Hybrid-Version des Tiguan und eine voll-elektrische Variante des neuen Bora auf den Markt. Ab 2020 startet dann auch in China die voll elektrische, voll vernetzte I.D. Familie¹⁾ auf Basis des Modularen E-Antriebs-Baukastens (MEB). Die I.D. Familie wird nahezu gleichzeitig in Europa, China und den USA anlaufen.

„Move Forward“: Markenkampagne rückt Innovationskraft ins Licht

Die Innovations- und Gestaltungskraft von Volkswagen soll mit einer breit angelegten, ganzheitlichen Kommunikationskampagne in die Öffentlichkeit getragen werden. Unter dem Motto „Move Forward“ wird die Marke verstärkt über Produkte, Technologien und Zukunftspläne in China



informieren. Der heutige „SUV Brand Day“ in Beijing ist dabei der Auftakt für eine Vielzahl von Kommunikations- und Marketingaktivitäten, die von innovativen Events bis zu Social-Media-Kampagnen reichen.

Volkswagen: Pionier der chinesischen Automobilindustrie

Die Erfolgsgeschichte von Volkswagen in China reicht weit zurück: Bereits vor mehr als 30 Jahren machte die Marke den Schritt ins Reich der Mitte und gehörte damit zu den Pionieren der chinesischen Automobilindustrie. Das erste vollständig in China gefertigte Fahrzeug – ein Volkswagen Santana – lief 1985 in Shanghai vom Band. Seitdem hat die Marke gemeinsam mit ihren Joint-Venture-Partnern SAIC und FAW mehr als 27 Millionen Fahrzeuge in China verkauft und wesentlich zur rasanten Entwicklung der chinesischen Automobilindustrie beigetragen.

Heute produziert Volkswagen an 19 Standorten – darunter 9 Fahrzeug- und 10 Komponenten-Werke – im ganzen Land. Konzernweit arbeiten in China rund 85.000 Menschen für Volkswagen. Die Produktpalette der Marke umfasst mehr als 20 Modelle, darunter eine Vielzahl von speziell für China entwickelte Fahrzeuge wie der Teramont, der Phideon oder der Lamando. Neben der Produktion verstärkt Volkswagen zudem seine Entwicklungskompetenzen in China, insbesondere in Zukunftsfeldern wie der Elektromobilität und der Digitalisierung.

Im Rahmen der Zukunftsstrategie Transform 2025+ ergreift Volkswagen Maßnahmen, um das Geschäft auf den Weltmärkten erfolgreich neu aufzustellen. Verantwortungen, die bislang zentral von Wolfsburg aus gesteuert wurden, überträgt die Marke verstärkt und eigenverantwortlich an die Regionen. Sie sind damit umfassend für die gesamte Bandbreite des Geschäfts verantwortlich- bis hin zu Entscheidungen über die Modellpalette.

¹⁾ Das Fahrzeug wird noch nicht zum Kauf angeboten. Es unterliegt daher nicht der Richtlinie 1999/94/EG.

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 rund 6,23 Millionen Fahrzeuge ausgeliefert, 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.
