



31. August 2023

## Offen, inklusiv, barrierefrei: Volkswagen lädt zum Austausch bei IAA MOBILITY ein

- Mobilität für alle: umfangreiches Produktportfolio von heute und morgen am Münchner Odeonsplatz erlebbar
- Im Open Space zeigt die Marke unter dem Motto #OneFuture ihren Gestaltungswillen für eine gemeinsame, vielfältige Zukunft
- Unterhaltsames Programm vom 5. bis 10. September: kostenfreier Eintritt, Talkrunden, Wohnzimmerkonzerte

**Wolfsburg/München – Die Marke Volkswagen präsentiert sich der Öffentlichkeit während der IAA MOBILITY am Münchner Odeonsplatz erstmalig neu ausgerichtet: Dialogorientiert und barrierefrei konzipiert, steht die urbane Erlebnisfläche von Volkswagen im Open Space unter dem Motto #OneFuture. Volkswagen bekennt sich damit zu seiner gesellschaftlichen Verantwortung und macht die Vielfalt der Marke in voller Breite erlebbar. Besucherinnen und Besucher können im Open Space das bei der IAA von Volkswagen vorgestellte Konzeptfahrzeug begutachten, sowie die vollelektrischen Fahrzeuge ID.4, ID.5 oder ID.7<sup>1</sup>. Außerdem erhalten sie Zugang zu reichweitenstarken Plug-in-Hybriden wie dem neuen Passat und der neuen Generation des Tiguan. Zentral ist der Dialog mit der Marke. Das vielfältige und kostenfreie Bühnenprogramm lädt zu relevanten Produkt-, Gesellschafts- und Mobilitätsthemen ein.**



Im Herzen der Münchner City: der Open Space von Volkswagen.

Imelda Labbé, Vorständin für Vertrieb, Marketing und After Sales: „Die Menschen haben individuelle Fähigkeiten, Bedürfnisse und Visionen. Bei allen Unterschieden haben wir eines gemeinsam: unsere Zukunft. Und es liegt an uns, wie wir diese Zukunft gestalten. Das ist die zentrale Botschaft von Volkswagen auf der IAA MOBILITY, die wir unter dem Hashtag #OneFuture zusammenfassen.“

Kommunikativ, inklusiv und barrierefrei – die Gestaltung des Open Space von Volkswagen spiegelt den nahbaren Charakter der Marke wider. Das neue Standkonzept will Neugierde wecken, Ideen beflügeln und die Menschen dabei unterstützen, miteinander ins Gespräch zu kommen. Die eingeschossigen Pavillons sind von allen Seiten einsehbar und wirken luftig-transparent, weil auf etliche Zwischen- und Außenwände verzichtet wurde. Holz und Glas sorgen für ein freundliches Ambiente.

Alle kommunikativen Berührungspunkte sind barrierefrei gestaltet. Den Zugang erleichtern unter anderem ein Bodenleitsystem mit taktilen Führungstreifen sowie Treppenlifte, Rampen und unterfahrbare Counter. Hörhilfen im Bühnenbereich tragen auf Wunsch zur besseren akustischen Verständlichkeit bei.

### Medienkontakt

Nina Krake-Thiemann  
Sprecherin Vertrieb, Marketing  
und After Sales  
Tel: +49-5361-9-33854  
nina.krake-  
thiemann@volkswagen.de

Christian Schiebold  
Sprecher  
Unternehmenskommunikation  
Tel: +49-152-54954231  
christian.schiebold@volkswagen.de



Mehr auf  
volkswagen-newsroom.com





# Medieninformation

An den Stelen neben den ausgestellten Fahrzeugen sind QR-Codes angebracht. Mit ihrer Hilfe können Informationen in leichter Sprache abgerufen werden. Auch die Exponate selbst ermöglichen einen inklusiven Zugang. So sind beispielsweise nachhaltige Innenraummaterialien und Felgen so in den Stand integriert, dass sie angefasst und ertastet werden können. In die Konzeption des Open Space waren der Blindenverband, die Gehörlosen-Community sowie die Schwerbehinderten-Vertretung von Volkswagen eingebunden.

„Der Open Space steht beispielhaft dafür, wie wir bei Volkswagen Diversität und Inklusion leben. Wir stehen allein aufgrund unseres Markennamens für alle Menschen. Unser Anspruch ist es deshalb, so viele Barrieren wie möglich abzubauen, um mit möglichst vielen Menschen in den Dialog zu kommen. Nur so können wir in Erfahrung bringen, was sich unsere Kundinnen und Kunden von uns wünschen, etwa in Sachen Fahrzeugdesign oder -bedienung“, sagt Vertriebsvorständin Labbé.

Neben Fahrzeugen und Technologien präsentiert das Unternehmen vom 5. bis zum 10. September im Open Space eine große Bandbreite an Eventformaten:

Bei den **#OneFuture Talks** diskutieren Volkswagen Experten und Gäste zu gesellschaftlich relevanten Themen. Beispielsweise geht es darum, wie künstliche Intelligenz unser Leben verändert und wie soziale Verantwortung gelebt werden kann.

Auf dem Programm stehen vier **Wohnzimmer-Konzerte**, u.a. mit Ian Hooper, Lauraine und Tom Dibb. Im Anschluss an die Konzerte können Fans die Fotos mit den Künstlerinnen und Künstlern machen und Autogramme bekommen.

In **„Volkswagen hautnah“ powered by Volkswagen Talentmarketing** geben Mitarbeiter des Unternehmens Einblicke in ihre Arbeit. Zugleich informieren sie über berufliche Einstiegsmöglichkeiten bei Europas größtem Automobilhersteller.

Bei den **Produkt-Talks** präsentieren Experten von Volkswagen die Highlights der beiden Bühnenfahrzeuge und verraten Details aus deren Design- und Entwicklungsphase. Darüber hinaus können Besucherinnen und Besucher einem Volkswagen Designer bei seiner Arbeit über die Schulter schauen.

**Der ID. Drivers Club Talk** ist eine Gesprächsrunde mit Gästen rund um die Themen Elektromobilität und ID. Familie. Diese Community von und für ID. Fahrer hat bereits die Entwicklung von ID. Modellen beeinflusst.

„Mein Volkswagen Moment“ steht im Mittelpunkt der **Community Lovestories**. Dort berichten Menschen über ihre Reisen und ihr Leben mit dem Auto. Visuell begleitet, erzählen sie von unvergesslichen Geschichten, Abenteuern und emotionalen Momenten.

**Der Open Space ist von Dienstag, 5. September, bis Sonntag, 10. September geöffnet. Der Eintritt ist frei. Eine detaillierte Programmübersicht ist zu finden unter:**  
[www.volkswagen.de/iaa](http://www.volkswagen.de/iaa).



*<sup>1)</sup> ID.7 - Stromverbrauch in kWh/100 km: kombiniert 16,3-14,1; CO<sub>2</sub>-Emission 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.*

---

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.

---