



11. November 2017

## Südamerika-Strategie: Volkswagen investiert 560 Mio. Euro in argentinischen Standort

- Neues SUV-Modell für Südamerika läuft ab 2020 im Werk Pacheco vom Band
- Volkswagen gibt weltweiter SUV-Offensive weiter Schub
- Argentiniens Präsident Mauricio Macri zu Gast im Volkswagen Werk
- Vorstandschef Diess: „Südamerika und Argentinien haben hohen Stellenwert für Wachstum der Marke Volkswagen“

Pacheco / Wolfsburg –Volkswagen investiert in den nächsten fünf Jahren rund 560 Mio. Euro für die Fertigung eines neuen Sports-Utility-Vehicle (SUV) im argentinischen Pacheco. Der Standort wird ab 2020 den gesamten südamerikanischen Kontinent mit dem neuen Modell aus Argentinien beliefern. Durch das neue Fahrzeugprojekt entstehen rund 2.500 Arbeitsplätze. Damit gibt Volkswagen seiner Südamerika-Strategie weiteren Schub.



Volkswagen investiert 560 Mio. € in den argentinischen Standort Pacheco und ein neues SUV für den südamerikanischen Markt: (v.l.n.r.) Hernán Vázquez, CEO von Volkswagen Argentinien, Volkswagen CEO, Dr. Herbert Diess, Gouverneurin María Vidal, Argentiniens Präsident Mauricio Macri und Pablo Di Si, CEO der Volkswagen Südamerika-Region, verkünden die Investitionen im argentinischen Volkswagen Werk Pacheco

zugeschnittenen Volkswagen Automobilen werden wir die Positionierung unserer Marke an der Spitze der Volumensegmente unter Beweis stellen und weitere Marktanteile erobern“, sagte Dr. Herbert Diess, Vorstandsvorsitzender der Marke Volkswagen, bei einem Treffen mit dem argentinischen Präsidenten Mauricio Macri und dem CEO der Volkswagen Südamerika-Region, Pablo Di Si, in Pacheco.

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

„Mit der Volkswagen Strategie Transform 2025+ schaffen wir die Voraussetzungen für das Wachstum der Marke auf den internationalen Märkten. Südamerika und Argentinien haben dabei einen hohen Stellenwert. Zentrale Bestandteile der Wachstumsstrategie sind die größte Modelloffensive in der Geschichte der Marke und die konsequente Regionalisierung unseres Geschäfts. Mit neuen, auf die Kundenwünsche der Märkte

### Pressekontakt

**Volkswagen Kommunikation**  
Christoph Adomat  
Leiter Unternehmenskommunikation  
Tel: +49 5361 9-86266  
[christoph.adomat@volkswagen.de](mailto:christoph.adomat@volkswagen.de)

Katrin Hohmann  
Unternehmenskommunikation  
Tel: +49 5361 9- 87589  
[katrin.hohmann@volkswagen.de](mailto:katrin.hohmann@volkswagen.de)



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



an die Regionen. Sie sind zukünftig umfassend für die gesamte Bandbreite des Geschäfts verantwortlich – bis hin zu Entscheidungen über die Modellpalette. Neben Südamerika wurden Verantwortlichkeiten auch in Nordamerika, China und dem Bereich „Sub-Sahara“ in Afrika zusammengefasst.

Das neue Fahrzeugprojekt in Argentinien ist ein weiterer Meilenstein der bisher größten Produktoffensive der Marke Volkswagen in der Region Südamerika. Das für 2020 geplante SUV soll auf Basis der MQB-Technologie durch Design, Größe und Ausstattung eine breite Kundenbasis auf dem südamerikanischen Kontinent ansprechen – und damit der Südamerika-Strategie der Marke weiteren Schub verleihen.

„Volkswagen glaubt an das große Potenzial auf dem südamerikanischen Kontinent. Die Investitionen schaffen optimale Voraussetzungen für eine effiziente Fertigung unseres neuen SUV– gebaut in Argentinien für die südamerikanischen Märkte“, sagte Volkswagen Südamerika-Chef Di Si.

Die mit den Investitionen verbundenen Modernisierungsmaßnahmen optimieren den Fertigungsprozess und steigern gleichermaßen Qualität und Nachhaltigkeit in der Produktion. Der Standort Pacheco bereitet sich damit optimal für den Produktionsstart in 2020 vor.

Volkswagen hat in Südamerika die größte Produktoffensive seiner Geschichte gestartet: Bis 2020 werden in der Region 20 neue Modelle auf Basis des Modularen Querbaukastens (MQB) anlaufen, u.a. eine vollständig erneuerte Pick-up-Modellreihe und weitere lokal produzierte SUVs. Die lokalisierte Variante des MQB wird damit entscheidend dazu beitragen, die Marke Volkswagen in Südamerika mit neuen, attraktiven Fahrzeugen für die Region aufzuwerten. Bei positiver Gesamtmarktentwicklung geht das Unternehmen davon aus, in Südamerika bis 2020 wieder schwarze Zahlen zu schreiben. Derzeit verzeichnet die Region bei den Auslieferungen einen deutlichen Zuwachs. So wurden im Oktober rund 36.000 Fahrzeuge an Kunden übergeben – das entspricht einem Plus von mehr als 60 Prozent im Vergleich zum Vorjahresmonat. Wesentliche Impulsgeber dieser positiven Entwicklung sind Brasilien und Argentinien. Besonders das Kleinwagensegment mit dem Gol und Voyage ist in diesen Märkten stark gewachsen.

---

#### **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.

---