



24. Februar 2017

## Update des Bestsellers im Handel - Volkswagen startet Markteinführung des neuen Golf

- Erster neuer Golf in der Autostadt ausgeliefert
- Neuauflage wird in den Showrooms des Handels präsentiert

Wolfsburg – Der erste neue Golf in der Autostadt wurde heute ausgeliefert. Gleichzeitig startete die Markteinführung des neuen Modells bei den Volkswagen Partnern in Deutschland.



Salvatore Di Bari (re.) aus Wolfsburg freut sich, den ersten neuen Golf von Francesco Forte, Leiter Kundenmanagement der Autostadt, entgegen zu nehmen.

Francesco Forte, Leiter Kundenmanagement der Autostadt, übergab am Vormittag feierlich den ersten neuen Golf an Salvatore Di Bari aus Wolfsburg. Das Fahrzeug hat die Ausstattungslinie Highline, ist in Deep Black Perleffekt lackiert und wird von einem 1.4 TSI-Motor mit 92 kW (125 PS)<sup>1</sup> angetrieben.

Der neue Golf wird ab heute auch in den Showrooms der deutschen Volkswagen Partner präsentiert. Alle Details zum neuen Modell sind unter [www.derneuegolf.de](http://www.derneuegolf.de) abrufbar.

### Pressekontakt

Volkswagen Kommunikation  
Nicolai Laude  
Sprecher Vertrieb & Marketing  
Deutschland  
Tel: +49 5361 9-25097  
[nicolai.laude@volkswagen.de](mailto:nicolai.laude@volkswagen.de)

<sup>1)</sup> Golf 1.4 TSI BMT - Kraftstoffverbrauch in l/100 km: innerorts 6,8 - 6,2 / außerorts 4,4 / kombiniert 5,3 - 5,1; CO<sub>2</sub>-Emission kombiniert: 122 - 118 g/km; Effizienzklassen: C - B.



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

### 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 218.000 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.