



23. August 2018

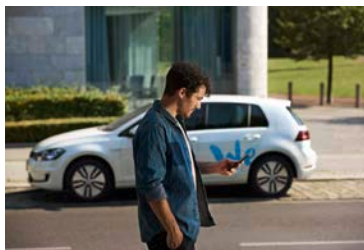
Volkswagen startet E-Mobilitäts-Carsharing in Berlin

- Einstieg der Marke Volkswagen in Carsharing mit 2.000 rein elektrisch angetriebenen Fahrzeugen in Berlin
- Start des Dienstes „We Share“ im zweiten Quartal 2019 geplant
- Launch in weiteren Städten in Deutschland, Europa und Nordamerika ab 2020

Berlin – Die Marke Volkswagen führt unter der Sub-Marke „We Share“ ein umfassendes, rein elektrisches Carsharing-Angebot in ausgewählten Metropolen ein. Die erste Fahrzeugflotte startet in der deutschen Hauptstadt Berlin – sie umfasst mit Start des Dienstes zum zweiten Quartal 2019 zunächst 1.500 e-Golf¹, später folgen zusätzlich 500 e-up!² Von 2020 an wird die Flotte sukzessive auf die ersten Modelle der neuen Volkswagen I.D.-Familie umgestellt. Jürgen Stackmann, Vertriebs-Vorstand der Marke Volkswagen: „Wir wollen junge, urbane Nutzer für E-Mobilität begeistern. Mit unserem Carsharing-Angebot ‚We Share‘ werden wir zuerst die Berliner elektrisieren.“



„We Share“ startet 2019 in Berlin



Carsharing für alle – einfach per App

„We Share“ ist der erste Dienst im neuen Ökosystem „Volkswagen We“, der sich an Nicht-Autobesitzer wendet. Jürgen Stackmann: „Berlin bietet für Carsharing aufgrund seiner hohen Einwohnerzahl und –dichte den idealen Markt und hat das größte Potenzial. Hier leben viele Menschen, die das Teilen von Fahrzeugen schon ausprobiert haben – und es werden immer mehr.“ Mit der großen Sichtbarkeit der 2.000 Fahrzeuge umfassenden „We Share“-Flotte will Volkswagen auch auf die Vorteile der E-Mobilität aufmerksam machen und Interesse für die Technologie wecken. Jürgen Stackmann: „Wir demokratisieren die E-Mobilität. ‚We Share‘ soll von 2020 an die Markteinführung unserer neuen vollelektrischen I.D.-Modelle unterstützen und leistet damit einen signifikanten Beitrag zur E-Mobilitäts-Offensive der Marke Volkswagen.“

„We Share“ startet mit dem so genannten Free Floating Carsharing, bei dem so viele Elektrofahrzeuge verfügbar sind, dass der Kunde jederzeit

Pressekontakt

Volkswagen Communications
Dr. Marc Langendorf
Leiter Corporate Communications
Tel: +49 5361 9 23155
marc.langendorf@volkswagen.de

Volkswagen Communications
Dr. Stefan Ernst
Sprecher E-Mobility
Future Technology Communications
Tel: +49 5361 9 86267
stefan.ernst1@volkswagen.de



Mehr unter

volkswagen-newsroom.com



eines in seiner Nähe findet. Zu einem späteren Zeitpunkt wird „We Share“ die eigene elektrische Flotte auch durch kleinere Fahrzeuge aus dem Bereich der so genannten Mikromobilität ergänzen.

Philipp Reth, CEO der Volkswagen-Tochter UMI Urban Mobility International, die das Thema Carsharing als Start-up im Unternehmen operativ von Berlin aus steuert: „Die Aussichten für Vehicle-on-demand Dienste sind sehr gut. Für Europa gehen die niedrigsten Prognosen von einem jährlichen Wachstum von 15 Prozent aus. Wir werden den Markt weiterentwickeln und diese Mobilitätsformen für eine noch breitere Nutzergruppe erschließen.“

Nach dem Start in Berlin soll „We Share“ zunächst in weiteren großen Städten in Deutschland eingeführt werden. Parallel ist von 2020 an der Schritt in europäische Kernmärkte sowie ausgewählte Städte in den USA und Kanada geplant. Im Fokus stehen in der Regel Großstädte mit mehr als einer Million Einwohnern.

¹⁾ *e-Golf: Stromverbrauch, kWh/100 km: kombiniert 12,7; CO₂-Emission kombiniert, g/km: 0; Effizienzklasse: A+.*

²⁾ *e-up! - Stromverbrauch in kWh/100 km: 11,7 kombiniert, CO₂-Emission in g/km: 0 kombiniert, Effizienzklasse: A+*

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 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.
