

NR. 131/2024

Enter Electric! Volkswagen Group startet markenübergreifende Initiative

- Informations-Offensive adressiert Vorteile und Vorurteile der E-Mobilität
- Alltagstauglichkeit, Batterie-Performance, Ladekomfort und Nachhaltigkeit im Fokus
- Zielgruppen sind Einzel- und Flottenkunden, Mitarbeiter, Handel und Medien

Wolfsburg, 28. November 2024 – Die Volkswagen Group wird in den kommenden Wochen und Monaten erstmals durch eine markenübergreifende Kommunikationskampagne zum Kennenlernen der Elektromobilität einladen. Dabei werden klare Fakten und nachvollziehbare Botschaften in vielfältigen Formaten gegen immer noch verbreitete Mythen gesetzt.

Ein konkretes Beispiel für die Aufklärungs-Initiative ist die 12-seitige, von der Produktkommunikation der Marke Volkswagen Pkw produzierte Sonderpublikation „Volkswagen Magazin“, die im November in einer Gesamtauflage von 1,2 Millionen Exemplaren über Wochenzeitungen, Branchenzeitschriften sowie den Autohandel in Umlauf gebracht wurde und gängige Kundenvorbehalte durch Fakten und Argumente entkräftet. Die von Volkswagen Group Technology und der PowerCo SE produzierte Mini-Clip-Serie „Batterie-ABC“, die auf verschiedenen Social-Media-Kanälen ausgespielt wird, soll markenübergreifend faktenbasiertes Basiswissen vermitteln.

Die Kommunikationsoffensive der Volkswagen Group umfasst darüber hinaus einen neuen, marken-übergreifenden Info-Hub E-Mobilität, der ab sofort unter <https://www.volkswagen-group.com/de/info-hub-e-mobilitaet-18823> aufrufbar ist. Hier sind sukzessive Fakten, Stories, Interviews und Assets zu den Themenschwerpunkten Batterie, Laden, Kosten und Nachhaltigkeit zu finden.

Der Abbau von Vorurteilen und damit von Kaufbarrieren über Medien oder eigene Kanäle wird durch das eigene Erleben von E-Mobilität ergänzt. Deshalb wird die Kampagne auf Markenebene punktuell durch Probefahrtenprogramme, attraktive Einstiegspreise, spezielle Leasingangebote und nachgeschärfte Händlerschulungen flankiert.

Für viele Kunden überraschend: Die Volkswagen Group bietet über die Marken Audi, Cupra, Porsche, Skoda, Volkswagen Pkw und Volkswagen Nutzfahrzeuge derzeit allein in Europa schon insgesamt 24 innovative E-Fahrzeugmodelle an und ist mit dieser Vielfalt dort Marktführer. Im Jahr 2025 wird das Angebot weiter wachsen.

Sebastian Rudolph, Leiter Global Group Communications: „Die Volkswagen Group gehört zu den Vorreitern elektrischer Mobilität. Mit ikonischen Marken und Produkten, die zahlreiche Preise und Testberichte gewinnen. Wichtig ist es, den technologischen Wandel immer wieder zu erklären und über Vorteile wie Vorurteile aufzuklären. Das gilt insbesondere für Alltagstauglichkeit, Batterie, Ladekomfort und Nachhaltigkeit. Mit unserer markenübergreifenden Initiative wollen wir hierfür informative Beiträge leisten.“

Marco Schubert, für Vertrieb zuständiges Mitglied der Erweiterten Konzernleitung der Volkswagen Group: „Ich bin überzeugt, dass die Batterietechnologie nach und nach die Herzen unserer Kundinnen und Kunden erobert. Konsequente Kostenarbeit wird uns in die Lage versetzen, die richtigen Preispunkte noch besser zu treffen. Gleichzeitig bauen wir unser Modellportfolio über alle Marken gezielt weiter aus und erreichen so noch breitere Kundenschichten, insbesondere in den Einstiegssegmenten. Unsere Produktsubstanz war definitiv noch nie so gut wie heute.“

Christoph Oemisch

Corporate Communications

Sprecher Finanz & Vertrieb

+49 (0) 5361 9-18895

christoph.oemisch@volkswagen.de | www.volkswagen-group.com

Stefan Ernst

Corporate Communications

Sprecher Batterie

+49 (0) 1525 25 96 976

stefan.ernst1@volkswagen.de | www.volkswagen-group.com



Über den Volkswagen Konzern:

Die Volkswagen Group ist einer der weltweit führenden Automobilhersteller mit Hauptsitz in Wolfsburg, Deutschland. Sie ist global tätig und verfügt über 114 Produktionsstätten in 17 europäischen Ländern und 10 Ländern in Nord- und Südamerika, Asien und Afrika. Der Konzern beschäftigt rund 684.000 Mitarbeiter. Die Fahrzeuge der Gruppe werden in über 150 Ländern verkauft.

Mit einem konkurrenzlosen Portfolio starker globaler Marken, führenden Technologien im industriellen Maßstab, innovativen Ideen zur Erschließung künftiger Profit Pools und einem unternehmerisch denkenden Führungsteam setzt sich der Volkswagen Konzern dafür ein, die Zukunft der Mobilität durch Investitionen in elektrische und autonom fahrende Fahrzeuge, Digitalisierung und Nachhaltigkeit zu gestalten.

Im Jahr 2023 betragen die weltweiten Auslieferungen von Konzernfahrzeugen 9,2 Millionen (2022: 8,3 Millionen). Der Umsatz des Konzerns belief sich im Jahr 2023 auf 322,3 Milliarden Euro (2022: 279,1 Milliarden Euro). Das operative Ergebnis vor Sondereinflüssen betrug im Jahr 2023 22,6 Milliarden Euro (2022: 22,5 Milliarden Euro).
