



6. Juli 2021

Kunde steht im Mittelpunkt: Volkswagen beruft Chief Experience Officer

- Dr. Markus Kleimann übernimmt Verantwortung für die Stärkung des ganzheitlichen Kundenerlebnisses
- Neue, bereichsübergreifende Einheit verstärkt Kundenorientierung im digitalen Mobilitätszeitalter mit umfassendem User Experience Management
- Kundenwünsche und -erwartungen werden zum Fixpunkt für alle Entwicklungsschritte von Produkten und Services über den Lebenszyklus
- CEO Ralf Brandstätter: „Volkswagen wandelt sich mit seiner Strategie ACCELERATE zu einem kundenzentrierten Tech-Unternehmen.“

Wolfsburg, 6. Juli 2021 – Volkswagen treibt die Umsetzung der Markenstrategie ACCELERATE weiter konsequent voran und schafft die Voraussetzungen für eine Stärkung des ganzheitlichen Kundenerlebnisses im digitalen Mobilitätszeitalter. Eine neugeschaffene Projekteinheit wird als Schnittstelle zu allen relevanten Unternehmensbereichen und Regionen ein umfassendes User Experience Management aufbauen. Kundenbedürfnisse und -feedback werden zum Dreh- und Angelpunkt für alle Entwicklungsschritte von Fahrzeugen und Services über den gesamten Lebenszyklus. Ziel ist es, ein Best-in-Class Kundenerlebnis über alle Berührungspunkte mit der Marke Volkswagen aufzubauen. Die Verantwortung für die neue Einheit wird Dr. Markus Kleimann übernehmen, der bei Volkswagen bislang die Baureihe G3 (Mid-/Fullsize) verantwortet hat.



Volkswagen Chief Experience Officer, Dr. Markus Kleimann

„Mit der zunehmenden Digitalisierung des Autos entstehen jetzt in- und außerhalb des Fahrzeuges neue Schnittstellen zu unseren Kunden. Ein ganzheitliches Kundenerlebnis und die schnelle Umsetzung von Kundenwünschen wird jetzt noch mehr zu einem entscheidenden Differenzierungsmerkmal“, sagt Ralf Brandstätter, CEO der Marke Volkswagen. „Volkswagen wandelt sich zu einem kundenzentrierten Tech-Unternehmen. Mit der Strategie ACCELERATE haben wir jetzt unsere Prozesse von der frühen Entwicklungsphase unserer Fahrzeuge, über die Konfiguration und dem Kauf des Autos, dem Angebot digitaler Dienste bis hin zum Werkstattbesuch noch stärker auf die Bedürfnisse unserer Kunden ausgerichtet.“

Für die übergreifende Steuerung und konsequente Weiterentwicklung der Kundenschnittstellen beruft Volkswagen Dr. Markus Kleimann zum Chief Experience Officer (CXO). Vor seiner Tätigkeit als Leiter der Baureihe G3 war Kleimann für Volkswagen u.a. als Entwicklungsvorstand und Strategieleiter in Südamerika und u.a. in China tätig. Dort hat er die Definition und Entwicklung marktspezifischer, auf regionale Kundenbedürfnisse zugeschnittene Produkte vorangetrieben, wie z.B. Virtus und Taigo in Brasilien. Als Chief Experience Officer wird er sicherstellen, dass die Erwartungen und Bedürfnisse der Kunden in alle Entwicklungsschritte von Produkten und Services übertragen werden.

Medienkontakt

Volkswagen Communications
Katrin Hohmann
Sprecherin Marke Volkswagen
Tel: +49-152 53203762
katrin.hohmann1@volkswagen.de



Mehr unter
volkswagen-newsroom.com

ACCELERATE
DIGITAL | ENERGIZED



Medieninformation

„Ein ganzheitliches Kundenerlebnis heißt für uns, die Rückmeldung der Kunden gezielt in die Weiterentwicklung unserer Produkte und Services zu integrieren. Das ist entscheidend im Wettbewerb um die zufriedensten Kunden. Mit unserer neuen Einheit schaffen wir die Voraussetzung, künftig Kundenwünsche noch schneller und konsequenter in unser Angebot einfließen zu lassen. Wichtig ist dabei insbesondere, unsere Services intuitiv nutzbar zu machen, sie in die Lebens- und Erfahrungswelt unserer Kunden zu integrieren und neue Entwicklungen vorherzusehen“, sagte Kleimann.



Kundenbedürfnisse und -feedback werden zum Dreh- und Angelpunkt für alle Entwicklungsschritte von Fahrzeugen und Services über den gesamten Lebenszyklus. Ziel ist es, ein Best-in-Class Kundenerlebnis über alle Berührungspunkte mit der Marke Volkswagen aufzubauen

Mit der neuen Markenstrategie ACCELERATE wird Volkswagen zur begehrtesten Marke für nachhaltige Mobilität. Dazu treibt das Unternehmen die digitale Transformation voran und erhöht damit das Tempo auf dem Weg zum softwareorientierten Mobilitätsanbieter. Neue, datenbasierte Geschäftsmodelle, die Software-Integration ins Fahrzeug und der Aufbau eines digitalen Ökosystems werden zu Kernkompetenzen der Marke. Gleichzeitig treibt Volkswagen die Elektrifizierung seiner Fahrzeugflotte weiter konsequent voran.

Die Marke Volkswagen Pkw ist weltweit in mehr als in 150 Märkten präsent und produziert Fahrzeuge an mehr als 30 Standorten in 13 Ländern. Im Jahr 2020 hat Volkswagen rund 5,3 Millionen Fahrzeuge ausgeliefert. Hierzu gehören Bestseller wie Golf, Tiguan, Jetta oder Passat sowie die vollelektrischen Erfolgsmodelle ID.3 und ID.4. Derzeit arbeiten weltweit rund 184.000 Menschen bei Volkswagen. Hinzu kommen mehr als 10.000 Handelsbetriebe und Servicepartner mit 86.000 Mitarbeitern. Mit seiner Strategie ACCELERATE treibt Volkswagen seine Weiterentwicklung zum softwareorientierten Mobilitätsanbieter konsequent voran.