



Medieninformation

4. Juli 2023

Marke Volkswagen investiert eine Milliarde Euro für Wachstum in Südamerika

- Produktoffensive in der Region mit 15 neuen Modellen gestartet
- Fokus auf Elektro- und Flex-Fuel-Fahrzeuge
- Volkswagen ID.4¹ und ID. Buzz² kommen noch 2023 in Brasilien auf den Markt
- Thomas Schäfer, CEO Marke Volkswagen, zum 70-jährigen Bestehen von VW in Brasilien: „Südamerika ist als schnell wachsender Automarkt für Volkswagen von strategischer Bedeutung. Haben Wirtschaftlichkeit bereits erheblich verbessert und arbeiten weiter an der Kostenposition.“

Sao Paulo – Die Marke Volkswagen will in Südamerika mit einer großen Produktoffensive deutlich zulegen. Bis 2027 plant das Unternehmen in Brasilien, dem größten Markt der Region, um 40 Prozent zu wachsen. So kommen allein bis 2025 15 neue Elektro- und Flex-Fuel-Fahrzeugmodelle auf den Markt. Mittelfristig folgen zudem Hybrid-Fahrzeuge. Noch 2023 bringt das Unternehmen seine ersten vollelektrischen Modelle nach Brasilien, den Volkswagen ID.4 und den ID. Buzz. Insgesamt wird der südamerikanische Automarkt bis 2030 jährlich voraussichtlich um elf Prozent zulegen – und damit zu den weltweit am stärksten wachsenden Märkten gehören. Das Unternehmen setzt damit konsequent seine Strategie um, das Geschäft in Wachstumsmärkten mit Hochdruck auszubauen und in nachhaltige Mobilität zu intensivieren. Volkswagen feiert in diesen Tagen sein 70-jähriges Gründungsjubiläum in Brasilien.



**Volkswagen elektrifiziert Südamerika:
ID. Buzz und ID.4 kommen nach Brasilien**

Turnaround geschafft – Wettbewerbsfähigkeit weiter stärken

Thomas Schäfer, CEO Marke Volkswagen: „Südamerika ist als schnell wachsender Automarkt für Volkswagen von strategischer Bedeutung. Das Team vor Ort hat in den vergangenen Jahren den Turnaround geschafft und die Wirtschaftlichkeit und Wettbewerbsfähigkeit nachhaltig verbessert. Jetzt geht es darum, weiter an

der Kostenposition zu arbeiten und gleichzeitig die Produktoffensive umzusetzen. Dafür investieren wir bis 2026 eine Milliarde Euro in Südamerika.“ Die Region Südamerika war 2021 nach vielen Jahren in die Gewinnzone zurückgekehrt und lieferte bereits im darauffolgenden Jahr 2022 einen wesentlichen Beitrag zum Ergebnis. Im Rahmen des Performance-Programms „ACCELERATE FORWARD | Road to 6.5“ strebt die Region weitere Verbesserungen an.

Alexander Seitz, Executive Chairman Volkswagen Group South America, erläutert: „Mit der Produktoffensive bringen wir extrem attraktive Fahrzeuge für die Kundinnen und Kunden in Brasilien und ganz Südamerika. Damit beschleunigen wir die Transformation in Richtung CO₂-freier und vollverbundener Mobilität. Und wir kommen gut dabei voran. So ist der neue Polo aktuell bereits das meistverkaufte Auto in Brasilien. Die

Medienkontakt

Volkswagen Communications
Elena Storm
Leitung Corporate Communications
Volkswagen Pkw
Tel. +49 (0) 152 01491259
elena.storm@volkswagen.de

Volkswagen Communications
Jörn Roggenbuck
Sprecher Marke Volkswagen
Tel: +49 (0) 173 3760755
Joern.roggenbuck@volkswagen.de



Mehr auf
volkswagen-newsroom.com





Medieninformation

Einführung des Bestsellers ID.4 und des ikonischen ID. Buzz auf dem brasilianischen Markt wird uns weiteres Momentum bringen.“

Elektro-Fahrzeuge im Abo

Das Unternehmen investiert bis 2026 eine Milliarde Euro in Südamerika – unter anderem in die Entwicklung von Verbrennungsmotoren auf Ethanolbasis und neue Geschäftsmodelle. So wurden bei Volkswagen in 2022 bereits mehr als 3.000 Auto-Abos in Brasilien abgeschlossen – im laufenden Jahr soll die Zahl um rund 150 Prozent steigen. Gleichzeitig bietet Volkswagen mit dem ID.4 und dem ID. Buzz noch 2023 erste vollelektrische Fahrzeuge in Brasilien im Abo an und treibt so die Transformation zum nachhaltigen Mobilitätsanbieter voran. Das Unternehmen erwartet, dass die Transformation in Richtung reiner E-Antriebe in Brasilien weniger dynamisch als in Europa verlaufen wird – der Gesamtmarktanteil reiner BEV-Fahrzeuge 2033 wird auf rund vier Prozent geschätzt. Volkswagen will jedoch im BEV-Segment schneller wachsen als der Markt.

Technologie-Offenheit auf dem Way to Zero

Bis zu einer vollständigen Elektrifizierung des Marktes setzt Volkswagen auf alternative Antriebe und Technologie-Offenheit. So werden alle neuen produzierten Modelle in der Region weiterhin zu 100 Prozent mit Bio-Sprit fahren können. Damit leisten sie einen wichtigen Beitrag zur Nachhaltigkeitsstrategie und dem Way to Zero von Volkswagen Südamerika. Die in Europa entwickelten Motoren werden dafür eigens im neu eröffneten Entwicklungszentrum von Volkswagen Brasilien adaptiert und weiterentwickelt. Die von Volkswagen in Brasilien entwickelten Flex-Fuel Fahrzeuge können grundsätzlich neben Ethanol auch mit Benzin sowie beliebigen Mischungen dieser Kraftstoffe betrieben werden. In Europa werden maximal zehn Prozent Bio-Sprit beigemischt (E10). Ein Schwerpunkt der Produktoffensive von Volkswagen liegt auf dem A0- und A-Segment sowie CUVs/ SUVs – dem am stärksten wachsenden Marktsegment weltweit. Das A0-Segment macht bereits jetzt fast 40 Prozent des südamerikanischen Marktes aus und wird ebenfalls weiter überproportional zum Markt wachsen.

Aus Zuckerrohr gewonnenes Ethanol ist ein nachhaltiger Kraftstoff, der aus der Vergärung von Zucker durch Hefe entsteht. Es reduziert die Treibhausgasemissionen im Vergleich zu Benzin um bis zu 80 Prozent. Zuckerrohrfelder für die Ethanolproduktion machen weniger als 0,8 Prozent des brasilianischen Territoriums aus. Fast 92 Prozent des Zuckerrohrs wird in Süd-Zentral-Brasilien geerntet, die restlichen acht Prozent im Nordosten – fast 2.000 Kilometer vom Amazonas-Gebiet entfernt. Damit kann der Bio-Treibstoff entscheidend zur kurzfristigen CO₂-Reduzierung in dieser Weltregion beitragen.

70 Jahre in Brasilien: Fortsetzung der Erfolgsgeschichte

Vor 70 Jahren begann Volkswagen in São Paulo mit der Produktion in Brasilien – es war gleichzeitig das erste Werk außerhalb Deutschlands. Zwölf Mitarbeiter montierten dort zu Beginn aus Deutschland importierte Teile. Heute ist Volkswagen der größte Automobilhersteller Brasiliens, hat in 70 Jahren in Summe 25 Millionen Fahrzeuge produziert, von denen vier Millionen Stück in den Export gingen. Das Unternehmen



Medieninformation

entwickelt und produziert in vier Werken im Land unter anderem die Modelle Polo, Virtus, Nivus, Taos und T-Cross und vertreibt die Autos über rund 500 Händlerbetriebe.

¹ ID.4: Stromverbrauch in kWh/100 km: kombiniert 17,5-16,2; CO₂-Emission in g/km: kombiniert 0. Für das Fahrzeug liegen nur noch Verbrauchs- und Emissionswerte nach WLTP und nicht nach NEFZ vor. Angaben zu Verbrauch und CO₂-Emissionen bei Spannbreiten in Abhängigkeit von den gewählten Ausstattungen des Fahrzeugs.

² ID. Buzz Pro: Stromverbrauch in kWh/100 km: kombiniert 22,0-20,6; CO₂-Emission in g/km: kombiniert 0. Für das Fahrzeug liegen nur noch Verbrauchs- und Emissionswerte nach WLTP und nicht nach NEFZ vor. Angaben zu Verbrauch und CO₂-Emissionen bei Spannbreiten in Abhängigkeit von den gewählten Ausstattungen des Fahrzeugs.

Die Marke Volkswagen Pkw ist weltweit in mehr als 140 Märkten präsent und produziert Fahrzeuge an 29 Standorten in zwölf Ländern. Im Jahr 2022 hat Volkswagen rund 4,6 Millionen Fahrzeuge ausgeliefert. Hierzu gehören Bestseller wie Polo, T-Roc, T-Cross, Golf, Tiguan oder Passat sowie die vollelektrischen Erfolgsmodelle ID.3, ID.4, ID.5 und ID.6. Das Unternehmen übergab im vergangenen Jahr weltweit über 330.000 reine Elektrofahrzeuge an Kunden. Derzeit arbeiten weltweit rund 170.000 Menschen bei Volkswagen. Mit seiner Strategie ACCELERATE treibt Volkswagen seine Weiterentwicklung zur begehrtesten Marke für nachhaltige Mobilität konsequent voran.
