



28. Januar 2019

Volkswagen fördert Entwicklung der Autoindustrie in Äthiopien

- Mit der Unterzeichnung einer Absichtserklärung mit Äthiopien baut die Marke Volkswagen das Engagement in der afrikanischen Sub-Sahara-Region weiter aus
 - Volkswagen trägt damit der schnellen ökonomischen Entwicklung des Landes Rechnung
 - Grundlagen sind: Etablierung einer Fahrzeugmontage, Lokalisierung von Komponenten-Fertigung, Erstellung eines Mobilitätskonzepts und die Öffnung eines Ausbildungszentrums
-

Addis Ababa / Wolfsburg –Die Marke Volkswagen weitet das Engagement in den Zukunftsmärkten der afrikanischen Sub-Sahara-Region aus. Im Beisein von Bundespräsident Frank-Walter Steinmeier unterzeichneten Thomas Schaefer, Leiter der Volkswagen Sub-Sahara-Region, und der Kommissar der Ethiopian Investment Commission (EIC), Abebe Abebayehu, heute eine Absichtserklärung zur Entwicklung der Autoindustrie in Äthiopien. Hierbei trägt Volkswagen der positiven wirtschaftlichen Entwicklung des Landes Rechnung. In den vergangenen zehn Jahren ist das Bruttoinlandprodukt um durchschnittlich über acht Prozent gewachsen – damit gehört Äthiopien zu den sich am schnellsten entwickelnden Ländern weltweit. Darüber hinaus ist Äthiopien eines der Kooperationsländer der deutschen Entwicklungszusammenarbeit und eines der Fokusländer innerhalb der G20-“Compact with Africa“-Initiative.

Die Absichtserklärung zwischen der Marke Volkswagen und Äthiopien definiert dabei vier Bereiche, in denen sich die Marke Volkswagen engagiert: Etablierung einer Fahrzeugmontage, die Lokalisierung von Komponenten-Fertigung, Einführung von Mobilitätskonzepten wie App-basierte Fahrdienste wie Car-Sharing und Ride Hailing sowie auch die Einrichtung eines Ausbildungszentrums.

Thomas Schaefer sagt dazu: “Äthiopien ist eine der am schnellsten wachsenden Ökonomien und mit der zweitgrößten Bevölkerungszahl unter den Ländern des afrikanischen Kontinents ein ideales Land, um unsere

Pressekontakt

Volkswagen Group South Africa
Andile Dlamini
Head of Group Communications
Tel: +27-41-994-4829
andile.dlamini@vwsa.co.za

Volkswagen Communications
Dr. Christoph Ludewig
Corporate Communications
Tel: +49 5361 9-87575
christoph.ludewig@volkswagen.de



Mehr unter:
volkswagen-newsroom.com



Sub-Sahara Strategie weiter voranzubringen. Zudem kann Volkswagen in Äthiopien auf bereits existierende Fachkenntnisse und Strategien aufbauen, um zu helfen, eine erfolgreiche Komponenten-Fertigung aufzubauen.“

Äthiopien ist neben Ghana und Nigeria bereits das dritte Land in der afrikanischen Sub-Sahara-Region mit dem die Marke Volkswagen eine Absichtserklärung unterzeichnet. In Ghana soll ein Montagewerk gebaut werden. Zudem wird Volkswagen eine Machbarkeitsstudie für integrierte Mobilitätslösungen durchführen. Mit der in Nigeria unterzeichneten Absichtserklärung verpflichtet sich Volkswagen dazu, stufenweise die Montage von Fahrzeugen aufzubauen und Nigeria langfristig zu einem Automobil-Hub an der Westküste Afrikas zu entwickeln.

Volkswagen verfügt bereits über ein Produktionswerk in Südafrika und montiert Fahrzeuge in Algerien, Kenia und in Ruanda.

Im Rahmen seiner TRANSFORM 2025+ Strategie stärkt Volkswagen die Regionen und konzentriert sich auf neue, aufstrebende Märkte. Neben Nord- und Südamerika sowie China spielt die Sub-Sahara-Region eine zunehmend wichtige Rolle. Obwohl der afrikanische Automobilmarkt derzeit relativ klein ist, könnte sich die Region zukünftig zu einen Wachstumsmarkt entwickeln.

Hinweis:

Fotos sind ab 17:00 Uhr abrufbar unter www.volkswagen-newsroom.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 2018 hat Volkswagen über 6,24 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.
