



1. September 2021

## Volkswagen macht Tempo beim Geschäftsmodell 2.0 – und bietet ab heute Autos im Abo

- Volkswagen Vertriebsvorstand Klaus Zellmer: „Noch mehr Flexibilität für die Kunden und wichtiger Meilenstein für Geschäftsmodell 2.0.“
- Volkswagen AutoAbo: über 2.000 ID.3<sup>1</sup> und ID.4<sup>2</sup> in Deutschland im Abo verfügbar
- Wandel vom reinen Hersteller zum Mobilitätsanbieter: 2030 könnten rund 20 Prozent des Umsatzes auf Abos und andere Mobilitätsangebote entfallen
- Außerdem: Online-Leasing und -Verkauf starten zum Jahresende in Deutschland
- Handel in digitale Vertriebskanäle und Abo eng eingebunden

**Wolfsburg – Volkswagen kommt bei der Digitalisierung des Vertriebs und dem Aufbau neuer Geschäftsmodelle schnell voran: Ab heute startet das Volkswagen AutoAbo in Deutschland. Kunden können monatlich die vollelektrischen Bestseller ID.3 und ID.4 abonnieren – den ID.3 gibt es ab 499 Euro. „Damit erreichen wir einen wichtigen Meilenstein beim Geschäftsmodell 2.0 und treiben mit unserer Strategie ACCELERATE den Wandel vom reinen Fahrzeughersteller zum Mobilitätsanbieter weiter schnell und konsequent voran“, so Klaus Zellmer, Vorstand für Vertrieb und Marketing bei Volkswagen. Gegen Ende 2021 startet Volkswagen zudem in Deutschland sein Angebot für Online-Leasing und Online-Sales – zunächst im Agentur-Vertrieb für die ID.-Familie, danach wird die Plattform als Marktplatz auch für den Handel zur Verfügung stehen um Verbrenner wie Hybridfahrzeuge anzubieten.**



„Die Zahl der Menschen wächst, die ein Fahrzeug nicht unbedingt dauerhaft besitzen, es jedoch für einen definierten Zeitraum exklusiv nutzen möchten. Für sie haben wir mit dem Volkswagen AutoAbo jetzt ein neues, flexibles Angebot zwischen Leasing und Sharing entwickelt“, so Zellmer. „Wir schätzen, dass bis 2030 rund 20 Prozent unserer Umsätze aus Abos und anderen kurzzeitigen Mobilitätsangeboten stammen könnten.“

Volkswagen wird für das AutoAbo in den kommenden Monaten mehr als 2.000 „junge Gebrauchte“ zur Verfügung stellen. Damit ist es eines der größten Abo-Angebote in Deutschland. Kunden können zwischen dem ID.3 und dem ID.4 wählen – also ausschließlich vollelektrischen Fahrzeugen. Volkswagen setzt damit ein weiteres Zeichen auf seinem „Way to Zero“ und erweitert sein Angebot nachhaltiger Mobilität für alle. Das Abo wurde gemeinsam mit Volkswagen Financial Services konzipiert, die als Entwicklungscenter für Auto-Abos der Marken des Konzerns agieren.

### Medienkontakt

Volkswagen Communications  
Jörn Roggenbuck  
Sprecher Marke Volkswagen  
Tel: +49-173-37607-55  
[joern.roggenbuck@volkswagen.de](mailto:joern.roggenbuck@volkswagen.de)

Christoph Ludewig  
Stellv. Leitung Corporate  
Communications  
Tel: +49-5361-9-87575  
[christoph.ludewig@volkswagen.de](mailto:christoph.ludewig@volkswagen.de)



Mehr unter  
[volkswagen-newsroom.com](http://volkswagen-newsroom.com)

**ACCELERATE**  
DIGITAL: ENERGIZED



**Volkswagen AutoAbo**  
Elektrisch fahren all-inclusive – alles drin außer Strom

- ✓ Bestseller ID.3 und ID.4 einfach abonnieren
- ✓ Flexible Laufzeiten ab drei oder sechs Monaten
- ✓ 800 Freikilometer pro Monat
- ✓ ID.3 und ID.4 all-inclusive – nur noch Strom laden
- ✓ Flexibler Weg zwischen Sharing und Leasing
- ✓ Ab 499,00 € im Monat



ID.3: Stromverbrauch in kWh/100 km (NEFZ): 15,6-13,1 (kombiniert), CO<sub>2</sub>-Emission in g/km: 0, Effizienzklasse: A+

 **AutoAbo**

## Handel soll fest eingebunden werden

Das AutoAbo gibt es entweder ab drei oder ab sechs Monaten Mindestlaufzeit, danach ist es für die Kunden jederzeit flexibel kündbar. Zellmer: „Im Vertrag ist alles außer Strom inklusive.“ Konkret bedeutet das: 800 Freikilometer pro Monat, Full-Service mit Zulassung, Hauptuntersuchung, Wartung, Inspektionen, Versicherungen und Steuern. Als Angebot zum Start kann der Kunde das Fahrzeug mit Vorlauf von 14 Tagen an seinen Wunschstandort liefern und auch wieder abholen lassen. Künftig ist zudem eine Auslieferung über die Handelsorganisation geplant. Mehr unter [www.volkswagen.de/autoabo](http://www.volkswagen.de/autoabo).

Der Handel ist beispielsweise bei Wartung und Reparatur von Anfang an in das Abo-Modell integriert und soll sukzessive noch intensiver eingebunden werden, um auch in diesem Bereich das Gesicht der Marke Volkswagen zum Kunden werden. Zu einem späteren Zeitpunkt ist beispielsweise geplant, dass Kunden ihre Abos auch direkt beim Händler abschließen können. „Wir werden die Vorteile unseres starken Handelsnetzes voll ausspielen“, so Zellmer.

## Online-Leasing und -Verkauf starten Ende 2021

Zugleich kommt das Unternehmen schnell voran, im Rahmen von ACCELERATE seinen Vertriebskanälen einen weiteren starken Digitalisierungsschub zu geben: Volkswagen wird wenige Monate nach Start des AutoAbos auch Leasing und Verkaufsabschlüsse online anbieten – zunächst für Modelle der ID. Familie und danach auch für neue und gebrauchte Bestandsfahrzeuge aller Antriebsarten. Händler und deren Fahrzeuge werden voll in den zentralen digitalen Marktplatz von Volkswagen [www.autosuche.de](http://www.autosuche.de) integriert.

Der Autohersteller will auf diese Weise einen größeren Kundenkreis ansprechen und zusätzliche Umsätze generieren. „Dem veränderten Kaufverhalten der Kunden tragen wir so Rechnung – der Kunde kann flexibel wählen zwischen Vertragsabschluss im Autohaus oder online. In jedem Fall brauchen wir einen starken Online-Auftritt zusammen mit großer Kundennähe und lokaler Präsenz über den Handel, denn eine starke Marke basiert auf einem Versprechen und Vertrauen“, so Zellmer. Der Handel bleibt auch beim Online-Kauf ein wichtiger Partner: So geben Kunden im Netz den Händler Ihrer Wahl für Beratung, Service oder Auslieferung an – und dieser erhält dieselbe Provision wie im Falle einer Bestellung direkt beim Handelspartner.



<sup>1)</sup> ID.3 - Stromverbrauch in kWh/100 km (NEFZ): 15,6-13,1 (kombiniert), CO<sub>2</sub>-Emission in g/km: 0; Effizienzklasse: A+

<sup>2)</sup> ID.4 - Stromverbrauch kombiniert in kWh/100 km (NEFZ): 17,5-15,5; CO<sub>2</sub>-Emissionen kombiniert in g/km: 0; Effizienzklasse: A+.

---

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.

---