

## Pressekonferenz Berlin

**Sendesperrfrist**

Veröffentlichung frei ab  
23. August 2018, 11.00 Uhr

# „Die digitale Transformation von Volkswagen“

23. August 2018





Volkswagen

---

Pressekonferenz

23. August 2018 | Berlin

# Booklet

*Es gilt das gesprochene Wort*

**1. Fakten**

**2. Charts**

## Pressekonferenz Berlin

### “Die digitale Transformation von Volkswagen”

#### **Einleitung**

In der Mobilitätswelt von morgen ändert sich die Rolle des Autos fundamental. Alternative Antriebe erobern die Märkte. Digitale Technologien sorgen für den größten Veränderungsschub seit seiner Erfindung. Und neue Wettbewerber betreten die Arena. Sie besitzen zwar keine jahrzehntelange Erfahrung bei der Massenproduktion von Autos. Dafür eint sie eine neue, wertvolle Fähigkeit: Sie entwickeln Software in atemberaubender Geschwindigkeit und verweben sie zu digitalen Ökosystemen.

Mit der Strategie „Transform 2025+“ setzt die Marke Volkswagen an dieser Stelle an und will den Wandel an führender Stelle mitgestalten. Mit eigener Software-Expertise und der Schlagkraft externer Partner bauen wir ein Ökosystem auf, dass das Auto zum zentralen Knotenpunkt im Internet der Dinge macht. Digitale Angebote und Dienste werden das Auto bereichern und die Lebenswelt unserer Kunden ins Fahrzeug holen.

#### **Strategischer Rahmen**

Der Volkswagen-Konzern ist einer der größten Autohersteller der Welt mit einer Flotte von rund 120 Millionen Fahrzeugen weltweit. Jedes Jahr bringen unsere 12 Marken rund 11 Millionen neue Fahrzeuge auf die Straße.

Volkswagen ist die Leitmarke des Konzerns. Seit Jahrzehnten bietet sie sichere, zuverlässige Mobilität für breite Schichten und macht Technologie erschwinglich. Mit einem Bestand von mehr als 70 Millionen Fahrzeugen weltweit verfügt Volkswagen über die größte Flotte der Welt. Rund 85 % aller Konzern-Fahrzeuge fahren mit Technik von Volkswagen. Auf dem von Volkswagen entwickelten Modularen Querbaukasten MQB werden mehr als 55 Millionen Fahrzeuge des Konzerns in erster Generation



Volkswagen

basieren. Weitere 50 Millionen kommen mit der zweiten Generation hinzu. An mehr als 50 Fertigungsstandorten in 14 Ländern produzieren wir mehr als 60 Modelle und bieten sie unseren Kunden in 150 Märkten an. Dabei haben wir allein im vergangenen Jahr 6,23 Millionen Fahrzeugen ausgeliefert. Diese Größe und Reichweite macht Volkswagen zum Global Player in der Autoindustrie.

Im Rahmen der Strategie „Transform 2025+“ hat die Marke den größten Veränderungsprozess ihrer Geschichte angestoßen. Das Ziel: Bis 2025 will sie eine führende Rolle in der neuen Automobilindustrie einnehmen, innovative Mobilitätslösungen aufbauen und sich zum Weltmarktführer in der Elektromobilität entwickeln.

Die strategische Neuausrichtung erfolgt in drei Schritten: Eine SUV-Offensive mit neuen Produkten wie dem T-Roc stärkt im ersten Schritt das Kerngeschäft. Bereits heute ist fast jeder fünfte Volkswagen weltweit ein SUV. Ab 2020 rollt mit der I.D.-Familie eine völlig neu entwickelte Elektroauto-Generation an, die gleichzeitig neue Möglichkeiten der Vernetzung bietet und zum Bestandteil des Internets der Dinge wird. Im dritten Schritt der Volkswagen-Strategie folgen neue Geschäftsmodelle und Mobilitätslösungen - etwa Robotaxis, die vollautomatisch durch die Städte fahren.

## **Technischer Umbruch**

Beim Wandel des Autos stellen wir uns zwei radikalen Änderungen: Zum einen dem Übergang vom konventionellen zum elektrischen Antrieb, zum anderen der Fahrzeug-Vernetzung. Das Zeitalter des Elektroautos läuten wir mit einer völlig neu entwickelten Fahrzeugplattform ein. Der Modulare E-Antriebs-Baukasten MEB ist Basis unserer I.D.-Elektrofamilie und wird ab 2019 konzernweit sukzessive in mehr als 10 Millionen E-Fahrzeugen des Konzerns eingesetzt werden. Schon 2020 wollen wir mehr als 220.000 I.D.-Fahrzeuge weltweit verkaufen.

Ebenfalls neue Maßstäbe setzen wir mit einer neuen IT-Fahrzeugarchitektur, die Premiere mit der I.D.-Familie feiern wird. Sie verzichtet auf verteilte Steuergeräte mit herstellerspezifischer Software, von denen sich heute bis zu 70 in einem Fahrzeug finden. Stattdessen wird die Fahrzeug-Intelligenz in wenigen Zentralrechnern konzentriert, auf denen das neue Automotive-Betriebssystem „vw.OS“ läuft. So emanzipiert sich die Software von der Hardware und schafft die Voraussetzung für kontinuierliche Updates und Upgrades im Auto-Lebenszyklus.

Die Vernetzung unserer Flotte gehen wir in zwei Schritten an. Zunächst versorgen wir die Bestandsfahrzeuge: Für Autos ohne Online-Verbindung bieten wir mit „Volkswagen Connect“ eine Nachrüstlösung an, die rund 1,5 Millionen Fahrzeuge ins Internet bringt. Jährlich kommen dann mehr als 5 Millionen neue vollvernetzte Volkswagen hinzu.

Im zweiten Schritt kommt mit der I.D.-Familie eine neue Generation voll vernetzter Elektro-Fahrzeuge auf die Straße. Anschließend wird das Ökosystem auf der konzernübergreifenden Plattform konsequent weiter ausgebaut.

## **Unsere Vision**

Wir wollen uns vom Autobauer zum Mobilitätsanbieter mit vernetzter Fahrzeugflotte entwickeln. Wir wollen das Auto zum vernetzten, stets aktuellen Alltagsgegenstand machen, der die Lebenswelt unserer Kunden bereichert und ihr Bedürfnis nach Mobilität befriedigt. Wir wollen mit unserem Ökosystem das Volkswagen-Erlebnis auf Rädern ergänzen und eine starke Community aufbauen.

Kurz: Wir wollen Volkswagen neu erfinden!

Diesen Weg gehen wir nicht allein. Gemeinsam mit starken Partnern machen wir uns auf den Weg in die Zukunft: Handelspartner, Start-Ups, Kreative. Entwickler, Technologieführer, Agenturen.

## **Woran wir arbeiten**

Wir sind überzeugt: Mobilität von morgen braucht eine Erlebniswelt, die offen ist für alle und nahtlos zugänglich. Mit Hochdruck schaffen wir die Voraussetzung, um dieses Ziel zu erreichen. Dabei konzentrieren wir uns auf drei Elemente: Wir richten unser Vertriebsmodell neu aus, bauen die technologische Plattform für unser Ökosystem und entwickeln darauf aufbauend neue Dienste und Angebote.

### *Neues Vertriebsmodell*

Mit den neu verhandelten Händlerverträgen erhalten wir als Hersteller zum ersten Mal die Möglichkeit, direkt mit unseren Kunden in Kontakt zu treten – über den gesamten Auto-Lebenszyklus hinweg. Bislang war das unseren Händlern vorbehalten.

Im digitalen Zeitalter können nun auch wir unsere Kunden mit maßgeschneiderten Angeboten versorgen, ohne dass sie dafür in die Werkstatt kommen müssen – etwa Software-Upgrades. Dafür erhält jeder Kunde in Zukunft eine persönliche ID, die ihn im Volkswagen-Universum ausweist und mit der er sich authentifiziert. Zusammen mit der individuellen Fahrzeug-ID und der ebenfalls individuellen Händler-ID entsteht ein Dreieck, in dem sich die Kundenansprache und -beziehung künftig abspielt und das vollkommen individuelle Angebote ermöglicht.

Damit wird das traditionelle Kerngeschäft rund um den Autoverkauf mit Finanzierung, Wartung und Service um neue Dienste ergänzt, die mit direkter Vernetzung erst möglich werden: Lade- und Abrechnungsdienste bei Elektroautos, Flottenmanagement und Car-Sharing-Dienste, E-Commerce-Anwendungen und vieles mehr. Bei all dem setzen wir auf größtmögliche Transparenz und bekennen uns zu den strengen Datenschutz-Standards auf nationaler und europäischer Ebene.



## *Digitale Plattform*

Um die neuen Angebote realisieren zu können, arbeitet Volkswagen intensiv an einer Digitalen Plattform – der „One Digital Platform“ (ODP). Sie bildet das technische Rückgrat für das Volkswagen Ökosystem mit seinen Diensten und Angeboten.

Als Cloud-Lösung verbindet die Plattform nicht nur das Auto mit der neuen Online-Welt, sondern lässt sich mit jedem Endgerät unserer Kunden nutzen und bedienen – egal ob Smartphone, Computer, Tablet oder Infotainment-System im Auto. Die Entwicklung der ODP erfolgt zusammen mit den anderen Konzernmarken unter dem Lead der Marke Volkswagen und wird im gesamten Konzern ausgerollt. Der Vorteil: Wir nutzen Synergien und können durch die Flexibilität der auf der Plattform laufenden Software dennoch für jede unserer 12 Marken ein individuelles Kundenerlebnis gewährleisten. Dabei setzen wir neben eigener Kompetenz auch auf die Fähigkeiten externen Partner. Neben Beteiligungen und Kooperationen planen wir Unternehmenszukäufe, um schnell und nachhaltig Momentum aufzunehmen.

Die Plattform selbst arbeitet zweigeteilt: Die fahrzeugnahe Seite bietet eine enge Ankopplung an die Fahrzeug-Infrastruktur und ermöglicht neben kontinuierlichen Updates und Upgrades auch Basisfunktionen wie natürlichsprachige Bedienung im Auto. Die serviceorientierte Seite deckt kundennahe Dienste wie Park- oder Lieferdienst-Angebote ab. Über Smartphone oder Tablet können auch Nicht-Autobesitzer auf die Plattform zugreifen und beispielsweise Carsharing-Dienste nutzen.

## *Digitales Ökosystem „Volkswagen We“*

Das Herzstück der digitalen Neuausrichtung bildet das Ökosystem „Volkswagen We“. Auf der digitalen Plattform aufsetzend, wird es zur Heimat von Diensten und Mehrwert-Angeboten. Es bietet zudem offene Schnittstellen und ermuntert Dritte, sich mit eigener Software am Entstehen einer Volkswagen-Community zu beteiligen. Für die kommenden Jahre rechnen wir deshalb mit einem exponentiellen Nutzer-Wachstum.

Bereits heute bieten wir unseren Kunden folgende Anwendungen:

- „We Park“ (Park-App mit integrierter Abrechnung)
- „We Deliver“ (Paketlieferung in Kofferraum)
- „We Experience“ (personalisierte Angebote & Empfehlungen in Parkplatz-Nähe)

Mit „We Share“ erweitert Volkswagen nun sein Portfolio und steigt ins Car-Sharing ein. Das Angebot startet 2019 in Berlin und umfasst 2000 Elektroautos von Volkswagen (e-Golf<sup>1</sup> & e-up!<sup>2</sup>). Von 2020 an wird die Flotte sukzessive auf Modelle der I.D.-Elektrofamilie umgestellt. Nach dem Start in Berlin feiert „WeShare“ in weiteren deutschen Großstädten Premiere, ab 2020 ist der Schritt in europäische Kernmärkte sowie ausgewählte Städte in Nordamerika geplant.

## **Ausblick**

Volkswagen geht den Wandel seines Kerngeschäfts konsequent an. Bis 2025 investieren wir rund 3,5 Mrd. Euro in die digitale Transformation und erschließen neue Ertragspotentiale. Dabei rechnen wir mit Umsätzen in Milliardenhöhe und erwarten auch über 2025 hinaus weiteres Wachstum.

---

<sup>1</sup> e-Golf: Stromverbrauch, kWh/100 km: kombiniert 12,7; CO<sub>2</sub>-Emission kombiniert, g/km: 0; Effizienzklasse: A+

<sup>2</sup> e-up!: Stromverbrauch, kWh/100 km: kombiniert 11,7; CO<sub>2</sub>-Emission kombiniert, g/km: 0; Effizienzklasse: A+





Volkswagen

**Alle Unterlagen auf einen Blick:  
[www.volkswagen-newsroom.com/de](http://www.volkswagen-newsroom.com/de)**

## **Beyond the car - The digital transformation of Volkswagen**

Berlin, August 23, 2018

### **Jürgen Stackmann**

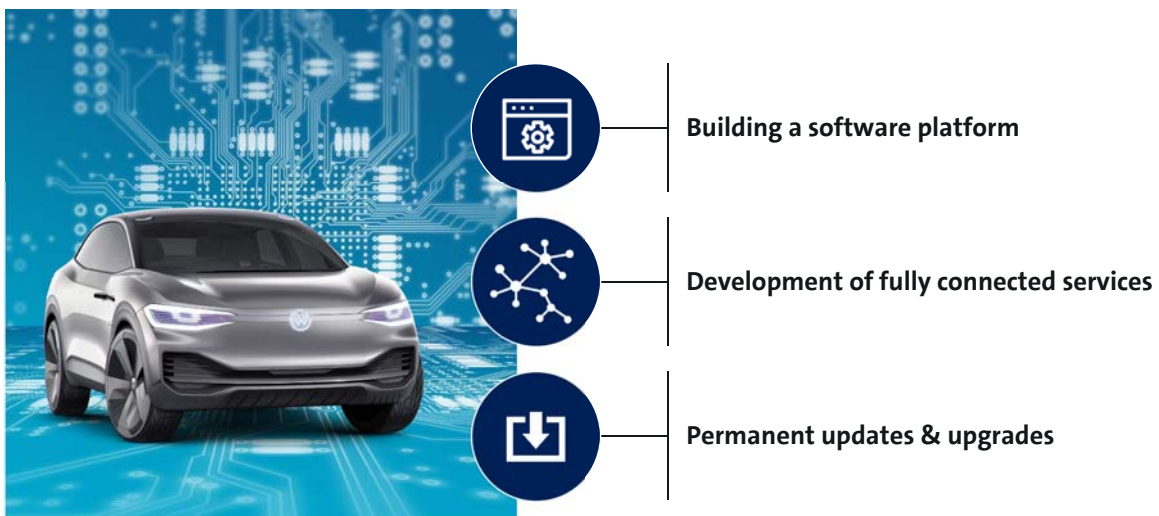
Member of the Board of Management Volkswagen Passenger Cars  
Sales, Marketing & After Sales

Berlin, August 23, 2018

## Beyond the car - the digital transformation of Volkswagen



## We are working on a Group-wide seamless digital ecosystem for mobility

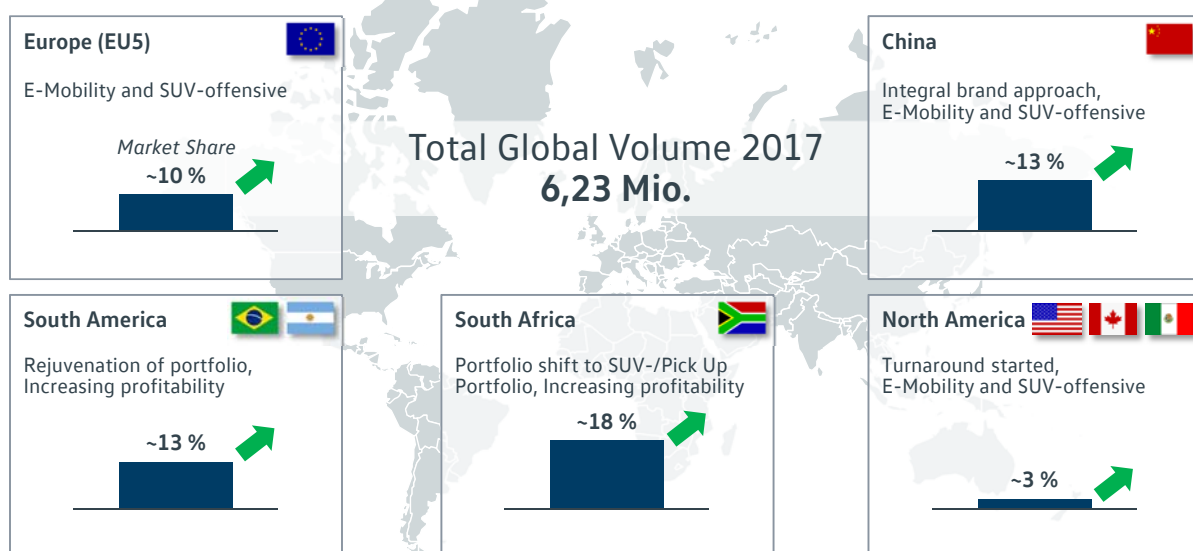


## Michael Jost

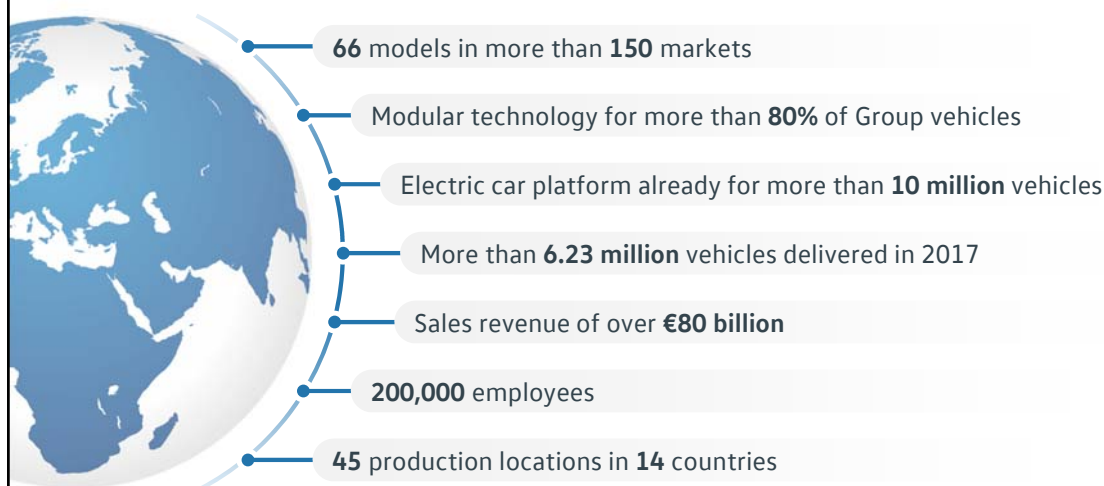
Chief Strategy Officer Volkswagen Brand and Product for the Group

Berlin, 23.08.2018

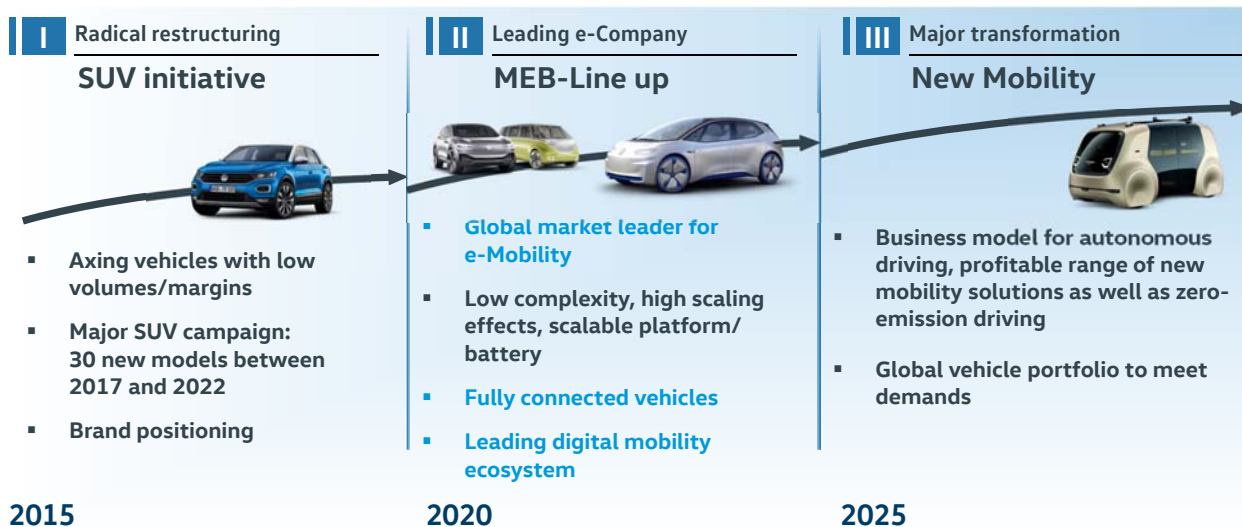
### The Volkswagen Brand is a real Global Player



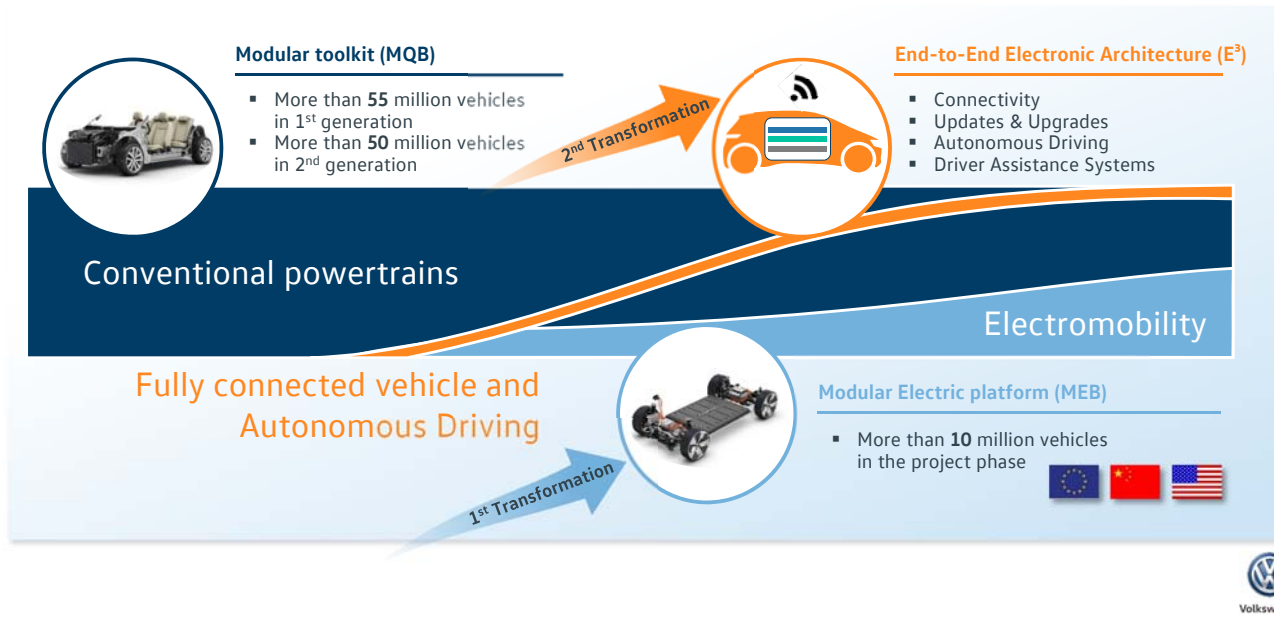
## Volkswagen is a strong global brand



## Volkswagen's strategy in three phases



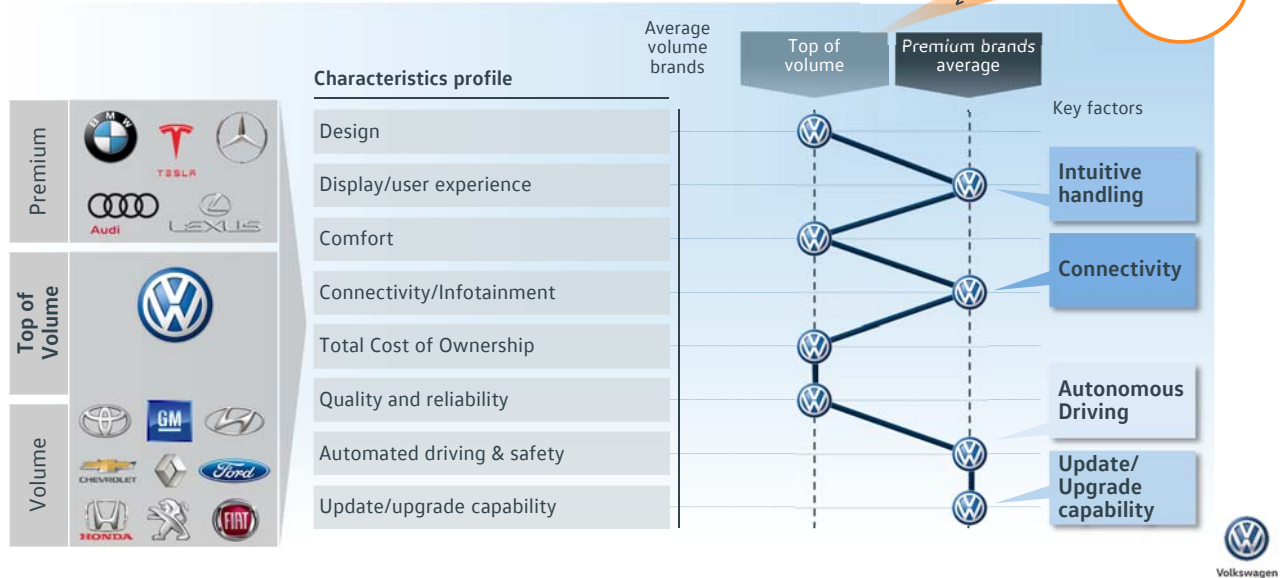
## Volkswagen drives two major transformations



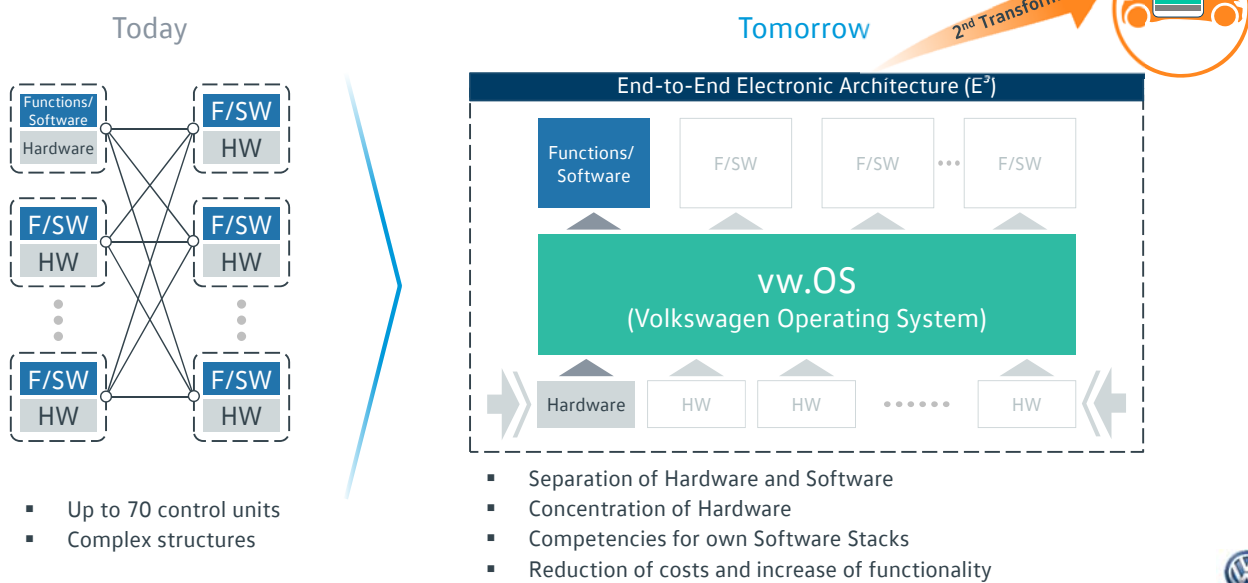
## The I.D.-family will set a new standard in the electromobility



## Top of Volume means: Volkswagen is setting benchmarks in key factors for our customers

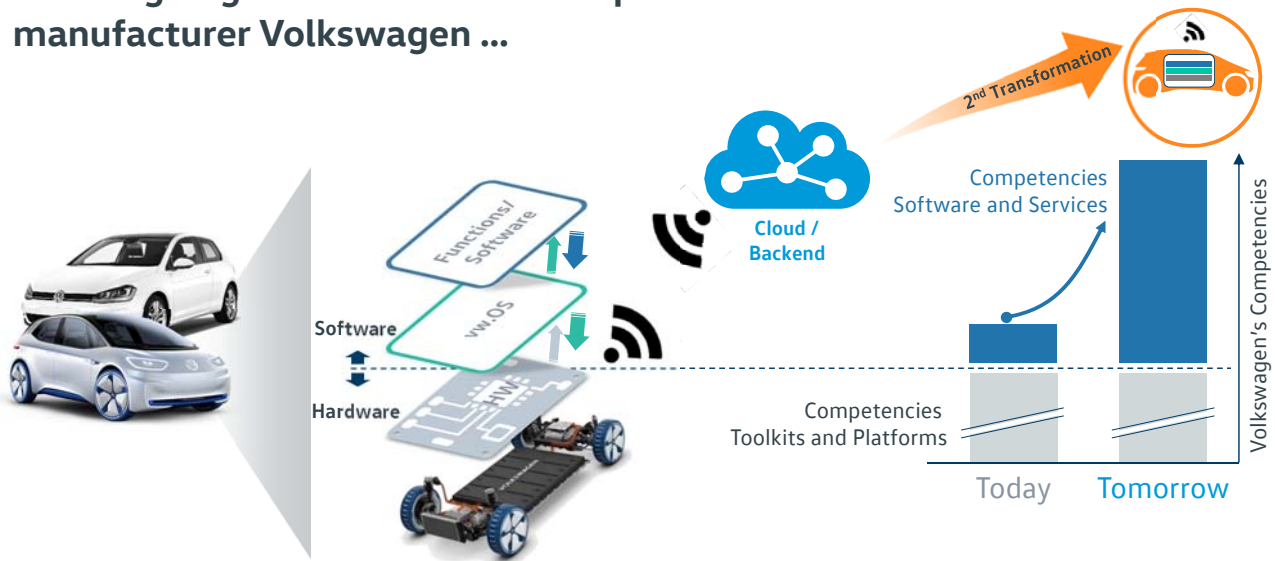


## The vw.OS and the new electronic architecture constitute the centerpiece for the fully connected vehicle





**We are going to add Software competencies to the car manufacturer Volkswagen ...**



**... in order to allow our customers the seamless integration in Volkswagen's digital ecosystem**



**Jürgen Stackmann**

Member of the Board of Management Volkswagen Passenger Cars  
Sales, Marketing & After Sales

Berlin, August 23, 2018

## Our vision

Volkswagen continues to build superior cars

Volkswagen cars become a device on wheels

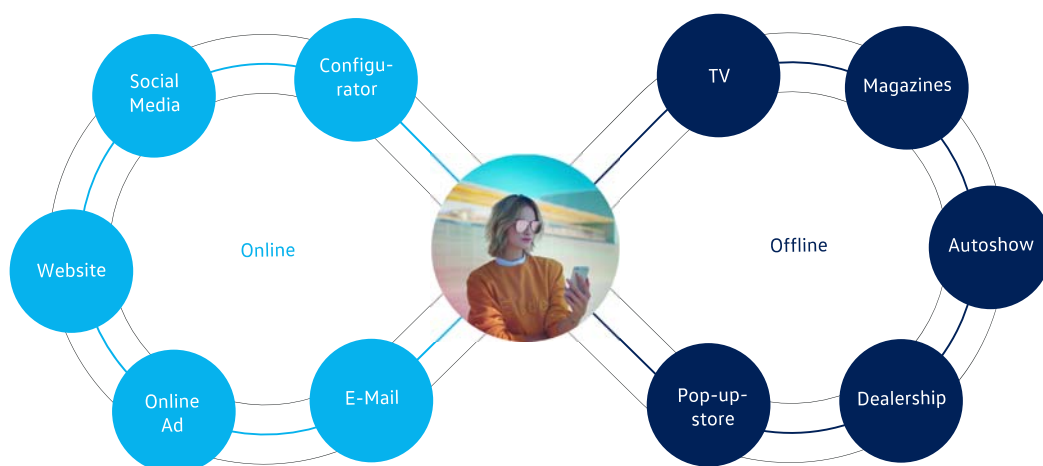
Volkswagen customers become part of a connected ecosystem

Volkswagen provides the platform for a new kind of mobility experience

Volkswagen is shaping the mobility of tomorrow



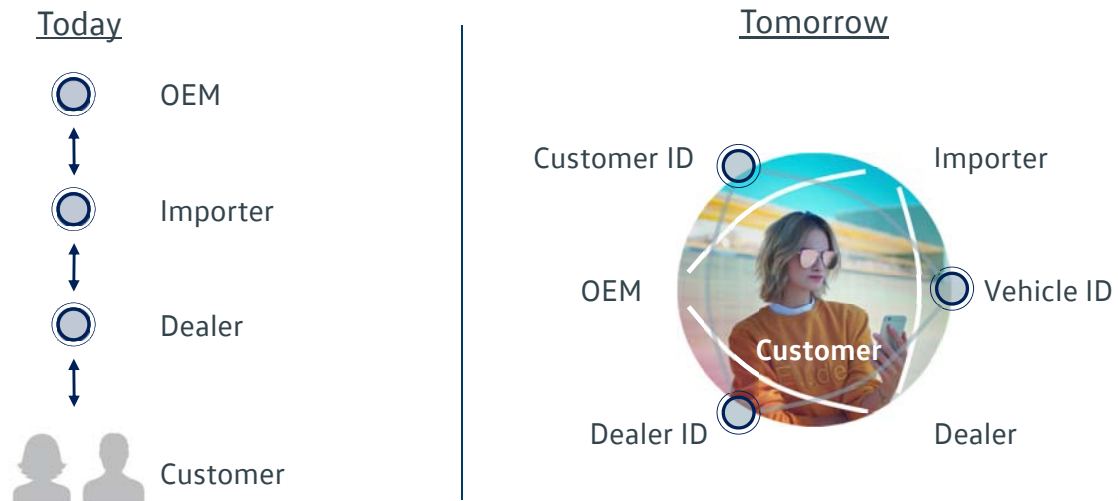
**Tomorrow's mobility calls for a unique brand experience and a seamless journey across all touchpoints**



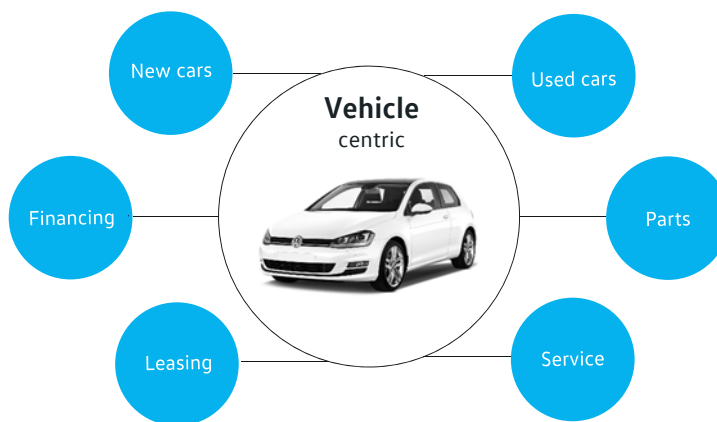
**From an anonymous customer to a customer with ONE ID**



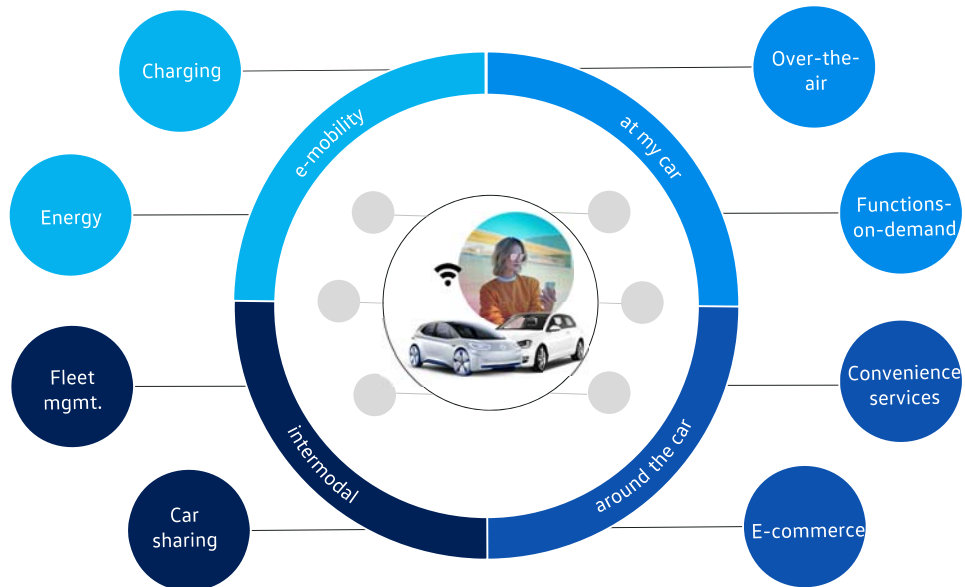
## A unique brand experience and a seamless journey need a new collaboration model with customer centricity



## Today's core business with its focus on products...



**...will shift to a business model with customer centricity and become a mobility system**



Volkswagen **We**

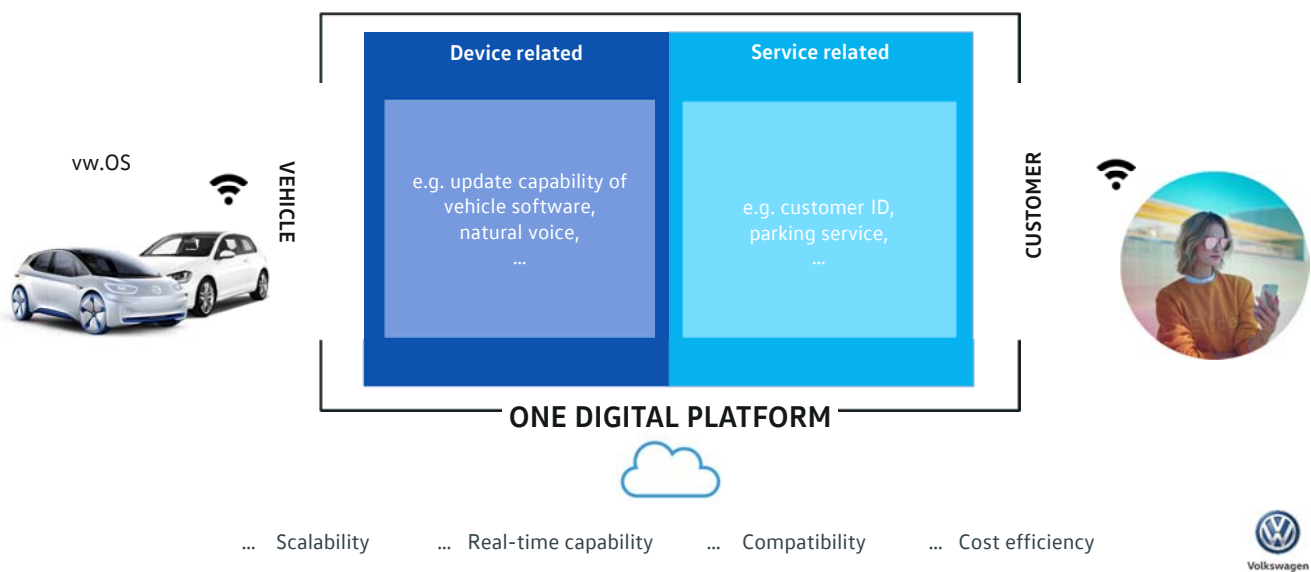


## Christoph Hartung

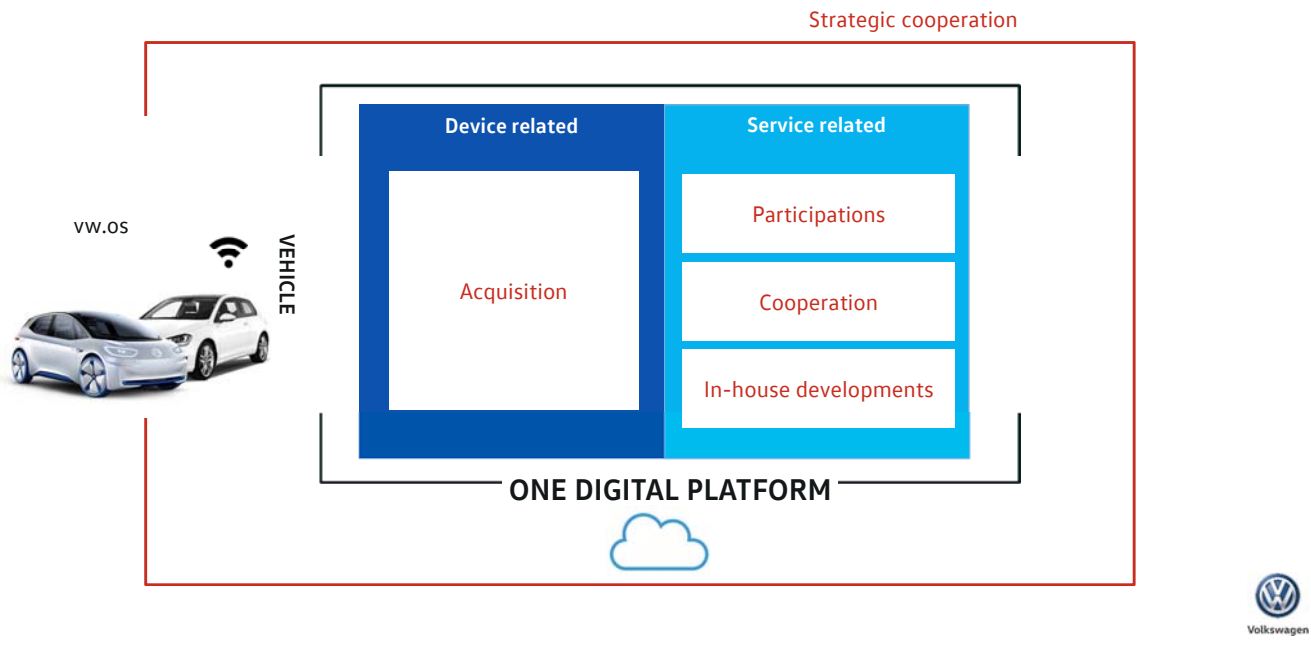
Head of Digital & New Business / Mobility Services Volkswagen Passenger Cars

Berlin, August 23, 2018

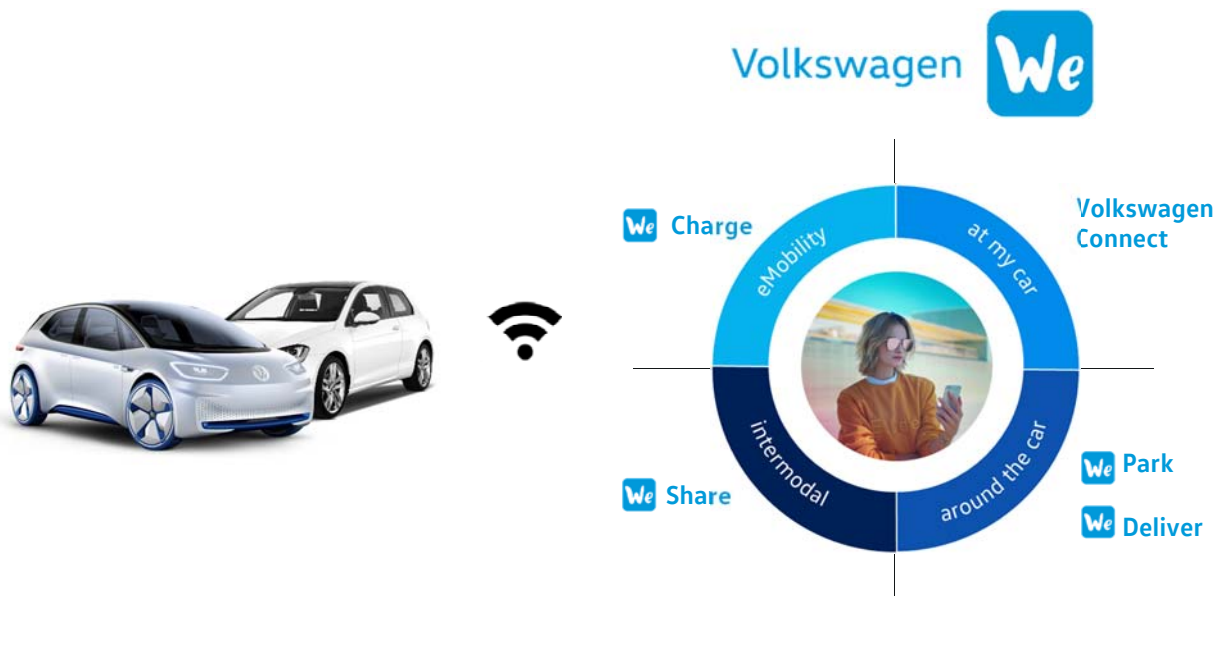
### "One Digital Platform" is the backbone of the future ecosystem



## Volkswagen is systematically tapping into outside know-how



## Today we already offer services beyond the car ...



...we make sure range is not an issue for the MEB with "We Charge"...



...and we are entering car sharing with "We Share"

**We Share**



First service for non-owners



1,500 e-Golf / 500 e-up!



Start Q2/2019 in Berlin



Plans for other cities in Germany, Europe and North America





## Jürgen Stackmann

Member of the Board of Management Volkswagen Passenger Cars  
Sales, Marketing & After Sales

Berlin, August 23, 2018

### Volkswagen. Move forward.

#### Benefits from the customer's perspective...

- ✓ ...vehicle has update/ upgrade capability
- ✓ ...new features
- ✓ ...enables mobility for non-vehicle-owners
- ✓ ...personalized approach
- ✓ ...tailored mobility concept



## Volkswagen. Move forward.

Customer  
loyalty  
↑

+5 million  
users p.a.

>1 billion €  
turnover p.a.  
in 2025

3.5 billion €  
invest until  
2025



# Volkswagen. Move forward.

