



13 marca 2025

Volkswagen Brand Experience 2025: spotkanie dealerów marki z całego świata w Düsseldorfie

- Marka z Wolfsburga zorganizowała w Düsseldorfie kolejną edycję Volkswagen Brand Experience, w wydarzeniu, które potrwa do końca marca weźmie udział ok. 11 000 przedstawicieli dealerów z 86 krajów
- Podczas tego wydarzenia dealerzy Volkswagena będą mogli zapoznać się z gamą modeli, które zostaną wprowadzone na rynek w nadchodzących latach
- Martin Sander, członek zarządu Volkswagena ds. sprzedaży: „Nasi dealerzy są ważnymi ambasadorami naszej marki”

Około 11 000 przedstawicieli dealerów Volkswagena z całego świata bierze udział w „Brand Experience 2025”. Zorganizowane w Düsseldorfie wydarzenie potrwa do końca marca. Zaproszeni przedstawiciele dealerów marki z Wolfsburga będą mieli okazję zapoznać się z planami Volkswagena na najbliższe lata. W centrum uwagi znajdzie się przyszła gama modeli marki, będzie także miejsce na prezentację nowej wizji holistycznego doświadczenia klienta. Tylko w najbliższych trzech latach Volkswagen zaprezentuje ponad dziesięć nowych modeli – od wysoce wydajnych pojazdów z silnikami spalinowymi po najnowocześniejsze modele hybrydowe i auta w pełni elektryczne.



Martin Sander (z lewej) i Thomas Schäfer podczas Volkswagen Brand Experience 2025.

„Siłę Volkswagena reprezentują w szczególności trzy elementy: przekonujące, niezawodne produkty, marka wywołują emocje oraz nasza sieć dealerska jako godny zaufania partner i bezpośredni łącznik z naszymi klientami” – podkreśla Martin Sander, członek zarządu Volkswagena ds. sprzedaży, marketingu i obsługi posprzedażnej. „Volkswagen wraca na właściwe tory – to mocne przesłanie płynące z tegorocznego Brand Experience. Kluczowe dla mnie jest przeniesienie tego impetu, tego ducha optymizmu na naszych

klientów. Dealerzy odgrywają w tym kluczową rolę, ponieważ są w codziennym kontakcie z klientami, zarówno w salonach, jak i w świecie cyfrowym” – dodał Sander.

Na wydarzenie do Düsseldorfu przybędą przedstawiciele dealerów Volkswagena z 86 krajów. Głównym punktem Brand Experience jest emocjonujące show. Martin Sander, wraz z prezesem Volkswagena Thomasem Schäferem, Kaiem Grönitzem (członkiem zarządu Volkswagena odpowiedzialnym za rozwój techniczny) i Andreasem Mindtem (szefem Volkswagen Design), zaprezentują reorganizację marki, nowy język projektowania i holistyczne podejście do sprzedaży.

Uczestnicy będą mieli okazję poznać dziesięć nowych modeli, które dołączą do portfolio Volkswagena do 2028 roku. Wśród prezentowanych pojazdów znajdują się m.in. nowy T-Roc i

Kontakt

Volkswagen PR

Axel Besser-Reguła

Kierownik ds. PR

Tel: +48 690 406 132

axel.besser-regula@volkswagen.pl

Izabela Czarnecka

Specjalista ds. PR

Tel: +48 690 406 354

izabela.czarnecka@volkswagen.pl



Więcej informacji:

www.vw-press.pl



Informacja prasowa

przyszłe modele ID. Dealerzy będą mogli również przetestować na miejscu niektóre nowe modele, takie jak Tayron. Ponadto w czasie Volkswagen Brand Experience organizowane są liczne warsztaty na takie tematy, na takie tematy jak np. projektowanie i sprzedaż detaliczna, podczas których możliwa jest bezpośrednia wymiana poglądów z ekspertami marki.

„Jako producent, możemy osiągnąć nasze ambitne cele tylko wspólnie z dealerami” – mówi Martin Sander. „Wymaga to wysokiego poziomu zaufania i wzajemnego wsparcia, które były widoczne już podczas pierwszych kilku dni ‘Brand Experience’ w Düsseldorfie” – podkreślił Sander.

O marce Volkswagen:

Marka Volkswagen Samochody Osobowe jest obecna na przeszło 150 rynkach na całym świecie, produkując samochody w ponad 50 fabrykach. Volkswagen konsekwentnie napędza zmiany w świecie motoryzacji, stawiając na rozwój gamy aut elektrycznych z rewolucyjnej rodziny ID. W ramach strategii „Way To Zero”, marka zmierza do osiągnięcia pełnej neutralności węglowej w 2050 roku.
