



30 listopada 2017

## Los Angeles Auto Show 2017: Volkswagen kształtuje elektromobilność jutra

- Strategiczna zmiana polegająca na reorientacji marki na produkcję pojazdów elektrycznych jest kontynuowana
- Pierwszym modelem z rodziny I.D. przeznaczonym na rynek USA będzie SUV
- Nowe elektroniczne rozwiązania w samochodzie są podstawą do wprowadzenia cyfrowych usług do codziennego użytku

Poznań – Podczas Los Angeles Auto Show marka Volkswagen prezentuje amerykańskiej publiczności modele będące elementem szerokiej ofensywy samochodów elektrycznych. Na targach w Kalifornii Volkswagen przedstawia aż trzy samochody koncepcyjne – kompaktowego I.D., przestronnego I.D. BUZZ oraz eleganckiego SUV-a o nazwie I.D. CROZZ. Powstały one przy wykorzystaniu nowej platformy konstrukcyjnej stworzonej specjalnie dla samochodów z napędem elektrycznym. Do 2025 roku marka Volkswagen zamierza sprzedawać rocznie milion aut elektrycznych i chce dzięki temu stać się liderem w dziedzinie elektromobilności. Pierwszym modelem z rodziny I.D. (aut w pełni elektrycznych), przeznaczonym do sprzedaży w Europie będzie model kompaktowy, natomiast na rynku USA jako pierwszy w ofercie znajdzie się SUV I.D. CROZZ.



Rodzina modeli I.D.



Wnętrze modelu I.D. BUZZ, w tle model I.D. CROZZ

„Samochód to synonim wolności i indywidualności” powiedział Jürgen Stackmann, Członek Zarządu Marki Volkswagen do spraw Sprzedaży, Marketingu i After Sales. „Błędy z przeszłości spowodowały przyspieszenie wielu spraw w Volkswagencie, kryzys dał nam konkretną szansę. Wierzymy w elektromobilność i we wspaniałą przyszłość samochodów. Niemal 80

### Kontakt

#### Volkswagen PR

Tomasz Tonder

PR Manager

Tel: +48 690 406 401

[tomasz.tonder@volkswagen.pl](mailto:tomasz.tonder@volkswagen.pl)

Patryk Tryzubiak

Koordinator ds. PR & Corporate Affairs

Tel: +48 690 406 416

[patryk.tryzubiak@volkswagen.pl](mailto:patryk.tryzubiak@volkswagen.pl)

Izabela Czarnecka

Specjalista ds. PR

Tel: +48 690 406 354

[izabela.czarnecka@volkswagen.pl](mailto:izabela.czarnecka@volkswagen.pl)



Więcej informacji:

[www.vw.press-bank.pl](http://www.vw.press-bank.pl)



procent wszystkich przejazdów w USA dokonuje się właśnie w samochodzie – to najważniejszy środek transportu w tym kraju”.

Za pomocą modeli z rodziny I.D. marka Volkswagen odpowie na wyzwania przyszłości. Samochody te skonstruowano w oparciu o modułową platformę do budowy aut elektrycznych (MEB), która jest wykorzystywana przez cały koncern. Nowe modele elektryczne mają daleki zasięg, są bezemisyjne, ich akumulatory można szybko naładować, a przestronne wnętrza dostosować do chwilowych potrzeb. „Znakiem szczególnym nowych aut są zmienione proporcje – modele mają duży rozstaw osi i krótkie zwisy nadwozia”, wyjaśnia Christian Singer, Szef działu e-Mobility marki Volkswagen i dodaje: „Dzięki temu stworzyliśmy zupełnie nowy rodzaj wnętrza z dużą ilością miejsca dla pasażerów i na bagaż”.

O jaki rodzaj przestrzenności wnętrza chodzi Singer objaśnia na przykładzie kompaktowego modelu I.D.: „Ma on rozmiary Golfa, ale w środku jest tyle miejsca, co w Passacie”. Uzyskano to dzięki umieszczeniu napędu elektrycznego równolegle do osi pojazdu, a akumulatorów o dużej pojemności w podłodze. Tak samo będzie w wypadku pozostałych modeli z rodziny I.D. „Modułowa platforma MEB umożliwi konstruowanie różnych pojazdów – od kompaktów po siedmiomiejscowe SUV-y”.

W Los Angeles Volkswagen prezentuje nie tylko model kompaktowy, SUV-a oraz auto typu MPV, lecz również zwraca uwagę na fakt, że rodzina I.D. będzie miała kolejnych przedstawicieli, znajdzie się wśród nich także limuzyna. Cechą wspólną wszystkich pojazdów jest nie tylko elektryczny napęd, lecz także nowy rodzaj współpracy z otoczeniem. Zamiast licznych sterowników w pokładowej sieci znajdują się wydajne komputery z centralnym układem sterowania, które w każdej chwili będzie można aktualizować oraz poddawać upgrade’owi. Te nowe rozwiązania są podstawą do wprowadzenia w samochodach cyfrowych usług, które ułatwią codzienne życie.

„Innowacje, nad którymi teraz pracujemy zwiększą możliwości samochodów”, stwierdził Jürgen Stackmann. „Nasze auta mają bardzo atrakcyjną stylistykę i dają wiele możliwości dopasowania ich do indywidualnych potrzeb klientów. Zrobimy wszystko, żeby sprostać rosnącemu zapotrzebowaniu na samochody opracowane zgodnie z zasadą zrównoważonego rozwoju”.

Zaczyna się to już na poziomie komunikacji z potencjalnymi klientami. W ramach wspólnego projektu z amerykańskim koncernem Adobe do użytkowników mediów społecznościowych będzie kierowana indywidualna



informacja o modelach z rodziny I.D., sprofilowana pod kątem konkretnego odbiorcy. Będzie ona dostępna na nowym portalu internetowym Volkswagena.

Jeszcze zanim klient odwiedzi salon sprzedaży marki będzie mógł wirtualnie zapoznać się z nowymi pojazdami elektrycznymi – także w niezwyklej miejscach. Jürgen Stackmann dodaje: „Podjęliśmy w tym celu współpracę z firmą Microsoft. Rzeczywistość wirtualna pozwala nam zaprezentować klientom kawiarni czy galerii handlowej - przy pomocy specjalnych gogli - wirtualne auto stojące w danym miejscu czy pomieszczeniu”.

W zakresie multimediiów Volkswagen nawiązał z kolei współpracę z IBM. Nowy projekt nosi nazwę „Predictive We Services”. Jego podstawą jest cyfrowy asystent „Watson”, który podczas jazdy wyszukuje w Internecie miejsca potencjalnych zakupów czy restauracje, prezentuje je kierowcy, a po słownym poleceniu rezerwuje miejsce w lokalu.

„Siła Volkswagena od ponad 70 lat polega na tym, że pozwala on korzystać wielkiej liczbie ludzi z najnowszych technologii i w ogóle z mobilności. Tak samo będzie w przyszłości. Sprawimy, że elektryczne samochody o najwyższych standardach jakościowych będą dostępne dla każdego” - tak Jürgen Stackmann podsumował cele Volkswagena.

---

O marce Volkswagen: „Przyszłość bliżej Ciebie”

Marka Volkswagen Samochody Osobowe jest obecna na ponad 150 rynkach na całym świecie, produkując samochody w ponad 50 fabrykach, w 14 krajach. W 2016 roku Volkswagen wyprodukował 5,99 miliona samochodów, w tym najpopularniejsze modele jak Golf, Tiguan, Passat czy Jetta. Aktualnie Volkswagen zatrudnia 218.000 pracowników na całym świecie. Marka posiada także ponad 7.700 punktów dealerskich, w których pracuje 74.000 osób. Volkswagen konsekwentnie napędza rozwój motoryzacji. Pojazdy elektryczne, inteligentna mobilność oraz cyfrowa przemiana to główne punkty strategii marki na przyszłość.

---