



3 stycznia 2012

Volkswagen dostarczył 250.000 zelektryfikowanych samochodów

- w połowie grudnia w Autostadt w Wolfsburgu przekazano klientowi 250-tysięczny „zelektryfikowany” samochód marki Volkswagen – był nim e-Golf
- e-Golf został dotąd wyprodukowany w liczbie 104.000 egzemplarzy i cieszy się największą popularnością, za nim plasują się Golf GTE (51.000), Passat Variant GTE (42.000) oraz e-Up! (21.000); połowa dostarczonych aut była wyposażona w układ napędowy z akumulatorem, a druga połowa to hybrydy typu plug-in
- Jürgen Stackmann, Członek Zarządu ds. Sprzedaży, Marketingu i After Sales powiedział: „Samochody wyposażone wyłącznie w napęd elektryczny, tak jak modele należące do rodziny ID., są naszą odpowiedzią na wyzwania współczesności. Dlatego kolejne 250.000 zelektryfikowanych aut wyprodukujemy w znacznie krótszym czasie”.

W połowie grudnia w Autostadt przekazano klientce 250-tysięczny samochód marki Volkswagen wyposażony w napęd elektryczny – właśnie tyle zelektryfikowanych aut marki powstało od 2013 roku, gdy do sprzedaży wprowadzono model e-Up!. Ofertę zelektryfikowanych samochodów Volkswagena w kolejnych latach konsekwentnie rozbudowywano: w 2014 r. pojawiły się e-Golf oraz Golf GTE, a w 2015 r. Passat GTE i Passat Variant GTE. Z kolei od 2018 roku w Chinach są dostępne Passat i Tiguan jako hybrydy plug-in, a w tym roku ofertę poszerzyły wyposażone w akumulatory elektryczne wersje modeli Bora i Laida. Bestsellerem wśród elektrycznych aut Volkswagena jest e-Golf, który został dotąd wyprodukowany w liczbie 104.000 egzemplarzy, za nim plasują się Golf GTE (51.000), Passat Variant GTE (42.000) oraz e-Up! (21.000). W sumie, połowa klientów wybrała modele wyposażone w akumulator, a połowa modele hybrydowe typu plug-in.



Przekazanie jubileuszowego samochodu Sandrze Fleischer (2. od lewej) w towarzystwie Frederike Gasber i Michaela Fröhlicha (po lewej), kierownika działu wydawania samochodów w Autostadt i Francesco Forte, kierownika działu obsługi klienta w Autostadt

250-tysięcznym pojazdem okazał się e-Golf w kolorze „Pure White”; w połowie grudnia w Autostadt w Wolfsburgu odebrała go Sandra Fleischer z Herne.

Jürgen Stackmann, Członek Zarządu ds. Sprzedaży, Marketingu i After Sales, powiedział: „Wyprodukowanie 250 tysięcy samochodów ze zelektryfikowanym napędem to ważny krok marki Volkswagen w tworzeniu motoryzacji neutralnej dla klimatu. Odpowiedź na ważne

wyzwania współczesności stanowią przede wszystkim modele w pełni elektryczne, jak te należące do rodziny ID. Pozwalają one czerpać wielką przyjemność z jazdy i mają zalety o jakich kilka lat temu mogliśmy tylko marzyć – są neutralne pod względem

Kontakt

Volkswagen PR

Hubert Niedzielski

Kierownik ds. PR

Tel: +48 690 406 278

hubert.niedzielski@volkswagen.pl

Izabela Czarnecka

Specjalista ds. PR

Tel: +48 690 406 354

izabela.czarnecka@volkswagen.pl



Więcej informacji:

www.vw-press.pl



Informacja prasowa

emisji dwutlenku węgla, zapewniają pasażerom więcej miejsca, mimo że ich rozmiary nie są większe niż aut tradycyjnych, są ciche, bardzo oszczędne i niedrogie w utrzymaniu. Dlatego kolejne 250.000 zelektryfikowanych samochodów zamierzamy sprzedać w znacznie krótszym czasie. W Volkswagencie jesteśmy przekonani, że przyszłość należy do samochodów elektrycznych”.

W 2019 roku marka Volkswagen dostarczyła klientom ponad 70.000 zelektryfikowanych aut; w 2018 roku było ich 50.000. Najważniejszymi rynkami zbytu tego rodzaju pojazdów w 2019 roku były Chiny, Norwegia, Niemcy, USA i Wielka Brytania.

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 2018 roku Volkswagen wyprodukował około 6,24 miliona samochodów, w tym najpopularniejsze modele jak Golf, Tiguan, Jetta czy Passat. Aktualnie Volkswagen zatrudnia 198.000 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.
