



Nutzfahrzeuge

---

• presse • news • prensa • tisk • imprensa • prasa • stampa • pers • 新闻 •

---

## **"Wir wollen unser einmaliges Erbe pflegen"**

**Interview mit Harald Schomburg, Vorstand Vertrieb und Marketing Volkswagen Nutzfahrzeuge**

*Frage: Mit dem T5 knüpfen Sie an die Erfolgsgeschichte der VW Transportergeneration an und erreichen dank neuer Sondermodelle wie dem Multivan Startline auch zwischenzeitlich verloren gegangene Zielgruppen wie junge Familien. Was planen Sie, um die Fans des Bulli weiter an die Marke zu binden (Sondermodelle, Ausstattungsvarianten etc.)?*

Bei Volkswagen Nutzfahrzeuge arbeiten wir permanent an der Weiterentwicklung unserer Produkte und Baureihen. Der Multivan Startline zum günstigen Einstiegspreis für Familien ist da nur ein Beispiel. Ab Herbst wird es ein neues Multivan Sondermodell mit einer hochmodernen Soundanlage geben, den Multivan Concert, sowie den Multivan Panamericana mit eindrucksvoller Off-Road-Optik. Und auch zum Thema „Bulli“ haben wir uns natürlich etwas ausgedacht, unsere Kunden dürfen also auch deshalb auf das Bulli-Treffen gespannt sein.

*Sie verfügen als Hersteller über eine sehr treue Käuferschaft. Einige davon haben den Bulli von seiner ersten Generation an begleitet. Wie wollen Sie es mit Ihrem Treffen erreichen, die Generationen zusammenzuführen?*

Genau diese treue Kundschaft ist das größte Potenzial von Volkswagen Nutzfahrzeuge. Der VW Bulli wurde, ähnlich wie der Käfer, schon immer geliebt und wird bis heute mit viel Sympathie begleitet. Die Liebe zum Bulli ist generationsübergreifend. Das Internationale VW-Bus-Treffen sehen wir als Startschuss zu einer noch engeren Bindung an unsere Kunden. Wir wollen Bulli-Fahrer jeden Alters und aus allen Ländern der Welt zusammenbringen und dadurch ein größeres Gemeinschaftsgefühl entwickeln. Menschen zum Anfassen stehen hinter dieser Marke und diesem Produkt. Mit unseren Kunden sind wir durch ein zentrales Element verbunden: Die Liebe zur T-Baureihe!

*Mit welchen Besuchern rechnen Sie?*

Wir hoffen, dass Bulli-Fahrer aus ganz Deutschland und den benachbarten europäischen Ländern nach Hannover kommen werden, eventuell auch aus den USA und Australien sowie natürlich Gäste und Mitarbeiter aus Hannover und Wolfsburg.

*Warum haben Sie sich für Hannover und nicht für Wolfsburg, die Geburtsstadt des ersten Bullis, entschieden?*

Ganz einfach: Wir wollen Vergangenheit und Gegenwart miteinander verbinden, bis 1956 wurde der VW Bus in Wolfsburg produziert, seitdem und bis heute rollen der Transporter und seine Derivate zum größten Teil in Hannover vom Band.

*Was macht es eigentlich aus, dass der Bulli für so viele Menschen mit ihren verschiedensten Interessen das Fahrzeug der Wahl ist?*

Weil er wie kaum ein anderer Wagen so viel in sich vereint: Der VW Bus ist sicher, zuverlässig und bequem, er bietet viel Platz und lässt dabei Raum für individuelle Gestaltung. Und er ist einfach das Gefährt, das wie kein anderes in den Köpfen der Menschen mit Freiheit, Reisen und Individualität verbunden ist. Der „Bulli“ ist Emotion pur.

*In der aktuellen Umweltdiskussion geht es auch um neue Antriebskonzepte. Was ist neben den bekannten Benzin- und Dieselmotoren für den T5 vorstellbar?*

Volkswagen Nutzfahrzeuge verfügt über eine Modellpalette, die eine geringe Menge CO<sub>2</sub> pro Passagier ausstößt. Der Grund dafür sind moderne Dieselmotoren, die alle mit Dieselpartikelfilter verfügbar sind. Darüber hinaus arbeitet auch VWN an Konzepten zur CO<sub>2</sub>-Reduktion.

*Welche Rolle spielen künftig Musiker und Sportler im Marketing für den T5?*

Musik und Sport sind wichtige Themen für Volkswagen Nutzfahrzeuge – schon aus der Historie. Fast alle Surfer beispielsweise fahren VW Busse, und der Bulli galt schon immer als treuester Begleiter von Bands. Heute setzen Surf-Ikonen ebenso auf den Multivan als Transportmittel wie Topstars wie Robbie Williams, Chris de Burgh oder die Red Hot Chili Peppers. Unsere Marke weiter emotional aufzuladen, ist das Ziel für die nächsten Jahre. Wir wollen noch frischer werden.

*Planen Sie eine Fortsetzung des internationalen Bulli-Treffens vielleicht schon im nächsten Jahr?*

Denkbar ist da vieles. Wir werden den Erfolg des Events abwarten und dann aufgrund der Reaktion unserer Kunden entscheiden, wie es weiter geht. Fest steht, wir werden das Thema „Bulli“ weiter intensiv nutzen und es wieder aufleben lassen, mit vielen Aktionen, jetzt und in der Zukunft. Die Marke Volkswagen Nutzfahrzeuge hat ein Erbe. Wir wollen es pflegen und gemeinsam mit Kunden und Mitarbeitern weiterentwickeln.

Bildmaterial finden Sie unter:  
[www.vwn-presse.de](http://www.vwn-presse.de)  
Username: nfz006  
Password: vwn300

### **Volkswagen Nutzfahrzeuge**

Kommunikation

Kontakt: Dr. Günther Scherelis  
Telefon: 05 11 / 7 98-47 62  
Telefax: 05 11 / 7 98-58 10  
E-Mail: [guenther.scherelis@volkswagen.de](mailto:guenther.scherelis@volkswagen.de)  
Pressedatenbank: [www.vwn-presse.de](http://www.vwn-presse.de)