
Interview: Der Volkswagen T7 kommt ausschließlich als Edel-Multivan

Von Wolfgang Schäffer, cen

Der neue Caddy hat seinen Verkaufsstart bereits hinter sich. Der T7 steht als Multivan quasi in den Startlöchern. Wenig später folgt mit dem ID-Buzz der Elektro-Bulli. Und beim Crafter gibt es jede Menge Erweiterungen der Baureihe. Zum aktuellen Stand und zu den Planungen für die nahe sowie mittelfristige Zukunft hat unser Autor Wolfgang Schäffer mit Heinz-Jürgen Löw, Vorstand Vertrieb und Marketing bei Volkswagen Nutzfahrzeuge (VWN), gesprochen.

Herr Löw, die ersten Caddy sind ausgeliefert. Wie kommt das Auto bei den Kunden an? Und wie wichtig ist die Baureihe für VWN?

„Das Echo der Kunden ist schlichtweg sehr gut. Es zahlt sich aus, dass wir viel Energie in die Entwicklung des Caddy investiert haben. Er ist größer, praktischer und effizienter geworden. Die Möglichkeit, unseren neuen Caddy zudem nun auch mit einer Vielzahl von Assistenzsystemen ausstatten zu können, hebt das Niveau der Baureihe weiter an und wird vor allem auf dem deutschen Markt für weiteres Wachstum sorgen.“

Wie unterscheidet sich denn der Pkw- und Cargo-Anteil? Und wie hoch ist der Anteil des Caddy am Gesamtabatz von VWN?

„Generell macht der Caddy ziemlich genau ein Drittel unserer Verkaufszahlen aus. Dabei ist er in Deutschland ein sehr beliebtes Familien- und Freizeitfahrzeug. Etwa 70 Prozent der Käufer entscheiden sich für die Pkw-Versionen. Doch auch als Nutzfahrzeug ist der Caddy Marktführer im Segment. In Europa liegt der Pkw-Anteil immer noch bei 53 und weltweit bei 56 Prozent.“

Bei der Motorenauswahl fehlt ein Plug-in-Hybrid. Was ist der Grund dafür? Ist ein solcher Antrieb in Planung?

„Die Motorenpalette spiegelt gut den momentanen Kundenbedarf wider. Denn die Zulassungen – vor allem mit Blick auf die globalen Zahlen – zeigen, dass in dem besonders preissensiblen Bereich der Stadtlieferwagen herkömmliche Antriebe noch die größte Nachfrage haben. Zudem kommen wir mit den neuen Motoren beim Verbrauch und den Emissionen auch auf sehr gute Werte. Dennoch: Ein Plug-in-Hybrid-Antrieb ist geplant. Allerdings erst Ende 2023 Anfang 2024. Dann aber mit einem komplett neuen Motor und einer deutlich größeren Reichweite als die heutigen Systeme bieten.“

Und wie sieht es mit einem Plug-in-Hybrid beim neuen T7 aus? Der Nachfolger des T6 steht ja in den Startlöchern, oder?

„Ja, richtig, Ende des kommenden Jahres werden wir ihn auf den Markt bringen. Allerdings nicht als Nachfolger, sondern zusätzlich zum T6.1, der als Nutzfahrzeug und Allradler weiter erhältlich sein wird. Der T7 wird ausschließlich als Multivan angeboten. Wir haben das Grundkonzept aus Komfort und Dimensionen eines Pkw plus Raumangebot und Variabilität eines Vans kompromisslos weiterentwickelt. Der Wagen wird sowohl bei den Fahreigenschaften, dem hochwertigeren Interieur und hinsichtlich der Optik einen enormen Sprung machen. Wir wollen mit diesem Premiumanspruch noch mehr Kunden überzeugen. Deshalb haben wir uns bei diesem Modell von dem bisherigen Weg, Pkw und gewerblichen Transporter auf einer Plattform anzubieten, verabschiedet. Und das ist nicht

die einzige Neuerung: Denn neben reinen Verbrennungsmotoren wird es den T7 von Anfang an auch mit einem Plug-in-Hybrid geben.“

Und wie bedienen Sie dann in Zukunft die Kunden, die das Auto als Nutzfahrzeug wollen?

„Wie gesagt, wir stehen mit dem T7 im nächsten Jahr vor einem Paradigmenwechsel in unserer Bulli-Welt. Statt „Einer für alles“ heißt es dann „Für jeden den richtigen“: der T6.1 ist als Allrounder und als Basis für den California weiterhin erhältlich. Der T7 wird parallel zum besten Multivan aller Zeiten mit höchster Funktionalität. Als dritter Bulli und Zero-Emission-Alternative steht von 2022 an schließlich der ID-Buzz zur Verfügung. Der wird optisch sehr nahe an der 2017 erstmals in Detroit gezeigten Studie sein und sowohl als Cargo- als auch als Pkw-Version auf den Markt kommen. Die Verantwortung für die Produktion aller Bullis liegt bei uns, also bei VW Nutzfahrzeuge in Hannover. Der Vertrieb wird in diesem Zuge ebenfalls erweitert: alle VW Partner – auch Pkw Händler – können den am ID-Buzz interessierten Kunden nun das passende Angebot machen.“

Können Sie schon etwas über Reichweite und Leistung des ID-Buzz sagen?

„Das ist noch etwas zu früh. Wir sind noch in finaler Abstimmung über Art und Größe der Batterien und Leistungsstufen. Der ID-Buzz wird aber die jahrzehntelange Erfolgsgeschichte unserer Ikone elektrisch weiterschreiben. Mit den Fahrzeugen werden wir die E-Mobilität sowohl im Privatbereich als auch im Nutzfahrzeugsektor stärker als zuvor etablieren.“

Dabei haben Sie doch mit dem E-Crafter schon ein elektrisches Angebot. Kommt der Wagen nicht so gut an?

„Das ist keinesfalls so. Wir haben das Angebot sogar deutlich ausgebaut. Ob Rollstuhltransport, Pritsche oder Kofferaufbau – alles ganz neue Versionen des Crafter - die jetzt ebenfalls elektrisch angetrieben zu haben sind.“

Und sonst? Was ist geplant, um den Crafter noch attraktiver zu machen? Wie wollen Sie neue Kunden überzeugen, von anderen Marken auf den VW umzusteigen?

„Offen gesagt, die WLTP-Umstellung hat der Branche aber natürlich auch uns einiges abverlangt. Das aber ist jetzt alles erledigt. Jetzt geht es vor allem darum, uns mehr denn je um die individuellen Wünsche der Kunden zu kümmern. Dabei steht das Thema Digitalisierung in allen Facetten ganz weit oben auf der To-do-list. Gerade die Corona-Pandemie hat einige Dinge aufgezeigt, an denen es zu arbeiten gilt. Beispielsweise gibt es Kundengruppen, die den Wagen mit einem Code oder Mobiltelefon ohne Schlüssel öffnen und schließen wollen, um fehlendes Material oder Werkzeug über Nacht im Fahrzeug ablegen zu können. Zudem ist es wichtig, Service- und Wartungsprodukte flexibler zu gestalten, unsere Verkäufer mit entsprechenden Trainingsprogrammen noch umfangreicher zu schulen. Mit Service Plus bieten ausgewählte Service-Partner zudem einen spezifischen Nutzfahrzeugservice an: speziell geschultes Personal, flexiblere Öffnungszeiten, Ersatzfahrzeuge oder einen 24/7 Dienst. Wir wollen den Kunden mehr denn je in den Mittelpunkt stellen und alle Aktivitäten noch stärker an den Kundenbedürfnissen ausrichten.“

„Ich bin fest davon überzeugt, dass wir mit dieser Verknüpfung der analogen und digitalen Welt die Kunden sehr gut abholen und individuelle Lösungen anbieten können. Dazu zählt auch eine entsprechende Beratung und Hilfestellung bei der Installation von E-Ladesäulen. Letztendlich liegt es an uns und unseren Produkten, die Kunden zu überzeugen. (ampnetr/ws)

Bilder zum Artikel



Heinz-Jürgen Löw.

Foto: Auto-Medienportal.Net/Volkswagen



Heinz-Jürgen Löw.

Foto: Auto-Medienportal.Net/Volkswagen
