
VW ID 2 – ein Elektroauto fürs Volk

Von Guido Reinking, cen

Volkswagen besinnt sich auf seine Wurzeln und stellt mit der Studie ID.2all ein erschwingliches Elektroauto vor – mit erstaunlichen Eckwerten: Der Kleinwagen mit den Abmessungen eines VW Polo und dem Innenraum eines Golf soll eine Reichweite von bis zu 450 Kilometern haben und weniger als 25.000 Euro kosten. Ab 2025 soll er als ID 2 in Europa verkauft werden, Modelle der Marken Skoda und Cupra werden folgen, ebenso wie SUV gleicher Größe.

Damit nicht genug: Auch ein alltagstaugliches Elektroauto für unter 20.000 Euro haben die Wolfsburger für Ende des Jahrzehnts in Vorbereitung. In Hamburg stellte VW-Markenchef Thomas Schäfer die Studie des ID 2 vor: Ein konventionell gestylter Kleinwagen, vier Meter lang, mit VW-typischen Designelementen wie der breiten, hinteren Dachsäule und einem horizontalen Kühlergrill: „Der ID 2all gibt einen Ausblick auf die neue Designsprache von VW“, so Schäfer.

Das Design aktueller Modelle von VW ist bei vielen Kunden nicht gut angekommen. Deshalb hat VW den Designchef ausgetauscht: Andreas Mindt soll nun die Formensprache sympathischer gestalten und sich auf alte Werte besinnen.

Zuletzt hatte sich die Marke mit Preisen jenseits von 40.000 Euro für die ID-Modelle weit von dem Anspruch entfernt, Autos für jedermann zu bauen. Das soll sich nun ändern: „Volkswagen hat ein Versprechen im Namen“, sagte Imelda Labbé, Markenvorständin für Vertrieb, und Marketing. Und so zeigte VW bei der Präsentation des ID 2 zunächst die Markenkönige der Vergangenheit: Käfer, Bulli und Golf.

Diese Erfolgsgeschichte mit fortzuschreiben ist das Ziel des ID 2. Das ist schwer genug, denn ein erschwingliches Elektroautos zu bauen gilt in der Automobilindustrie als Quadratur des Kreises. Vor allem wegen der hohen Kosten für die Batterie sind elektrisch betriebene Fahrzeuge viel teurer als vergleichbare Verbrenner: Zwischen 110 und 140 Euro pro Kilowattstunde (kWh) kosten Antriebsbatterien. Damit ist die 77-kWh-Batterie eines ID 3 über 9000 Euro teuer.

Um den Zielpreis von 25.000 Euro für den ID 2 dennoch zu erreichen, setzt VW auch auf eine eigene Zellfertigung. Bisher dominieren Chinesen, Südkoreaner und Japaner den Markt. „Wenn das Auto auf den Markt kommt, werden Zellen aus Salzgitter zur Verfügung stehen“, sagte Thomas Ulbrich, New-Mobility-Vorstand bei VW, am Rande der Präsentation. In Niedersachsen baut VW eine eigene Zellfertigung auf, um seine Abhängigkeit von asiatischen Lieferanten zu reduzieren und Kompetenz in der Lithium-Ionen-Technologie zu gewinnen. Zudem soll die Batterie des ID.2 nicht sonderlich groß sein, lässt Ulbrich durchblicken. Das sei für ein Auto dieser Größe nicht nötig.

Einziges Elektroauto für unter 25.000 Euro ist derzeit der Dacia Spring aus chinesischer Produktion. Seine Reichweite ist jedoch nur halb so groß wie die des ID 2, der im Seat-Werk spanischen Seat-Werk Matorell gebaut werden soll. Zudem hat der Dacia nur 33 kW (45 PS). Der ID 2 hingegen schickt 166 kW (226 PS) an die Vorderräder.

Die MEB-Entry-Plattform, wie Volkswagen die technische Basis des ID 2 nennt, kommt auch mit neuem Infotainment-System: Die Steuerung der meisten Funktionen über einen Bildschirm nach Art des Tesla soll es künftig nicht mehr geben. Der Touchscreen wird durch klassische Bedienelemente ergänzt. Sogar ein normaler Lautstärke-Regler ist vorgesehen. Die berührungsempfindlichen Regler des ID-Modelle wurden von vielen Kunden als unpraktisch kritisiert. „Wir müssen wieder stärker auf unsere Kunden hören“, sagte VW-Chef Schäfer. Und die verlangten alltagstaugliche, erschwingliche Autos von Volkswagen – die sich intuitiv bedienen lassen. (cen/Guido Reinking)

Bilder zum Artikel



Studie VW ID 2.

Foto: Autoren-Union Mobilität/Matthias Knödler



Studie VW ID 2.

Foto: Autoren-Union Mobilität/Matthias Knödler



Studie VW ID 2.

Foto: Autoren-Union Mobilität/Matthias Knödler



Studie VW ID 2.

Foto: Autoren-Union Mobilität/Matthias Knödler



Studie VW ID 2.

Foto: Autoren-Union Mobilität/Matthias Knödler



Studie VW ID 2.

Foto: Autoren-Union Mobilität/Matthias Knödler



Studie VW ID 2.

Foto: Autoren-Union Mobilität/Matthias Knödler



VW-Markenchef Thomas Schäfer mit der Studie ID 2.

Foto: Autoren-Union Mobilität/Matthias Knödler



Studie VW ID 2.

Foto: Autoren-Union Mobilität/Matthias Knödler



Studie VW ID 2.

Foto: Autoren-Union Mobilität/Matthias Knödler



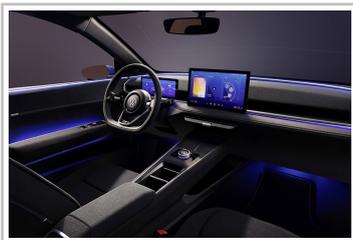
Studie VW ID 2.

Foto: Autoren-Union Mobilität/Matthias Knödler



Studie VW ID 2.

Foto: Autoren-Union Mobilität/Volkswagen



Studie VW ID 2.

Foto: Autoren-Union Mobilität/Volkswagen



Studie VW ID 2.

Foto: Autoren-Union Mobilität/Volkswagen



Studie VW ID 2.

Foto: Autoren-Union Mobilität/Volkswagen



Präsentieren die Studie VW ID 2 (von links):
Technikvorstand Kai Grünitz und Designleiter Andreas
Mindt.

Foto: Autoren-Union Mobilität/Matthias Knödler



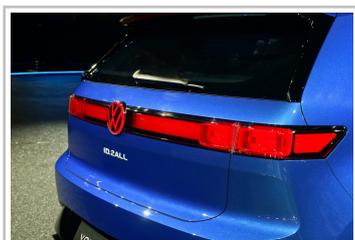
Studie VW ID 2.

Foto: Autoren-Union Mobilität/Matthias Knödler



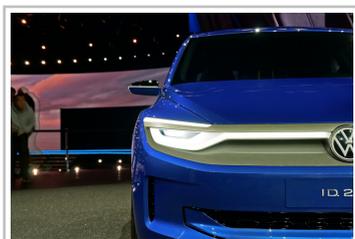
Studie VW ID 2.

Foto: Autoren-Union Mobilität/Matthias Knödler



Studie VW ID 2.

Foto: Autoren-Union Mobilität/Matthias Knödler



Studie VW ID 2.

Foto: Autoren-Union Mobilität/Matthias Knödler



Studie VW ID 2.

Foto: Autoren-Union Mobilität/Matthias Knödler



Studie VW ID 2.

Foto: Autoren-Union Mobilität/Matthias Knödler



Präsentieren die Studie VW ID 2 (von links):
Technikvorstand Kai Grünitz, Designleiter Andreas Mindt,
Marketing- und Vertriebsvorständind Imelda Labbé und
Markechef Thomas Schäfer, .

Foto: Autoren-Union Mobilität/Matthias Knödler



Studie VW ID 2.

Foto: Autoren-Union Mobilität/Matthias Knödler
