IAA 2015: VW schafft eine nachhaltige Erlebniswelt

Von Tim Westermann

Längst dreht es sich beim Auto nicht nur um PS und Platzangebot, sondern immer mehr auch um die Konnektivität und Digitalisierung. Der Messestand von Europas größtem Autohersteller Volkswagen auf der IAA in Frankfurt (17. – 27.9.2015) präsentiert daher neben Modellneuheiten auch technische und kommunikative Neuerungen. Auf 8893 Quadratmetern soll eine Erlebniswelt entstehen. Dabei werden erstmals eine App, interaktive Features und Errungenschaften wie Virtual und Augmented Reality eingesetzt und vorgestellt.

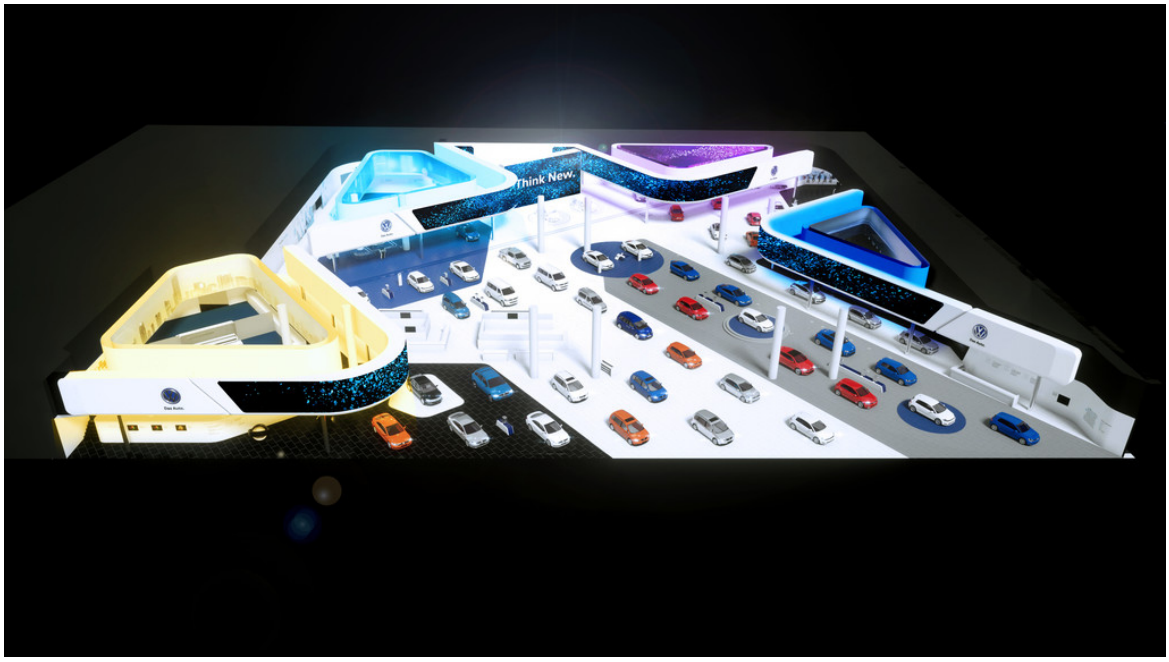
„Für den Messeauftritt in diesem Jahr haben wir uns daher etwas ganz Besonderes einfallen lassen“, erläutert Tillmann Stauske. Er ist der Leiter für Internationale Messen bei Volkswagen und plant seit mehr als einem Jahr den Frankfurter Messestand. „Wir führen unsere aktuelle Innovationskampagne ‚ThinkNew.‘ in die reale Welt und haben verschiedene Erlebniswelten kreiert. Sowas gab es bisher noch nicht“, verichert der VW-Mann. Das Motto: Entertain, explore, engage. Die Besucher sollen auf dem Messestand nicht nur zum Anschauen animiert werden, sondern ausprobieren und mitmachen. Besucher erwarten drei Konzepte für einen Rundgang: Individuell, persönlich geführt oder digital unterstützt. Für letzteres wartet Volkswagen mit einer extra programmierten App auf, die als digitaler Guide den Besucher über den Messestand führt. „Wir transportieren diesen Gedanken viel weiter und haben einige innovative Highlights für die Nutzer vorbereitet“, verspricht Tillmann Stauske.

Der Golf R Touch stand schon auf der Consumer Electronics Show in Las Vegas. Er ist ein Technologieträger, der zeigt, wie sich die Bedienung im Fahrzeug ändert und wohin die Reise wohl gehen wird. Über 50 Fahrzeuge aus der Produktpalette von Volkswagen werden zudem auf dem Messestand stehen. Das Highlight wird der neue Tiguan sein. Außerdem wird das „Trained Parking“ – hier lernt das Auto selbstständig bestimmte Wege auf einem Grundstück autonom zurückzulegen sowie automatisch und kabellos zu laden – für den Besucher erlebbar gemacht. Richtig ausprobieren lässt sich zudem der

neue Passat GTE. Gleich 18 Fahrzeuge bringt das Unternehmen mit nach Frankfurt – für Probefahrten noch vor der offiziellen Markteinführung.

Der Messeauftritt von Volkswagen hält folgende Zahlen parat: 156 Hostessen wurden 14 Tage lang geschult, damit sie auch jedes einzelne Detail der Produkte kennen und auf jede Frage zu den ausgestellten Fahrzeugen eine Antwort haben. 206 Tonnen Stahl wurden verbaut und 7640 Quadratmeter Glasboden verlegt. Ferner wurden 10 000 Quadratmeter Spanplatte verbaut und 200 Kilometer Kabel verlegt. Mehr als 600 Quadratmeter LED-Leuchten wurden installiert. Rund 270 Lkw-Ladungen waren notwendig, um das gesamte Material nach Frankfurt zu liefern. Die Zeit für den Aufbau: Vier Wochen. Wert wird auf Nachhaltigkeit gelegt. Ein Großteil des Materials des Messestandes ist zu fast 100 Prozent wiederverwertbar und wird auf weiteren Messen eingesetzt. „Der von uns selbst entwickelte, nanobeschichtete Boden zum Beispiel kann bis zu 60mal verwendet werden“, erläutert Stauske. (ampnet/tw)

Bilder zum Artikel



Modell des VW-Messestands auf der IAA 2015.