

# VW verpasst sich neues Image

**Frankfurt am Main.** Mit den Leitsprüchen »Digital first« und »Ohne Filter« sowie einem neuen Markenlogo will der Volkswagen-Konzern sein angerostetes Image aufpolieren. Am Vorabend der IAA-Eröffnung (Internationale Automobilausstellung) präsentierten Konzernmanager unter Führung von Vorstandschef Herbert Diess zugleich den neuen »Hoffnungsträger« für die automobiler Zukunft des Konzerns, den elektrisch betriebenen Pkw ID3.

Vergessen machen will man offenbar nicht nur den Dieselskandal, bei dem die Abgaswerte von Fahrzeugen bei Kontrollen durch eine Software manipulierte worden waren. Auch vom Verbrennungsmotor will man in der öffentlichen Wahrnehmung abrücken – obwohl der die Milliarden einbringt, die für die Umstellung auf E-Fahrzeuge bereits investiert wurden und noch weiter werden.

Allerdings dürfte der neue »Marketingauftritt« nicht viel wert sein, wenn das Elektroflaggschiff (Basispreis 29.990 Euro) bei der Alltagstauglichkeit versagen sollte. Nach wie vor leiden die Wagen mit dem modernen Antrieb unter langen Aufladezeiten und begrenzter Reichweite.(dpa/AFP/jW)

*<https://www.jungewelt.de/artikel/362689.vw-verpasst-sich-neues-image.html>*