

Presse | News | Prensa | Tisk | Imprensa | Prasa | Stampa | Pers | 新闻 | Ирецца

WEDER ZUR DIREKTEN NOCH INDIREKTEN VERÖFFENTLICHUNG ODER VERTEILUNG IN DEN USA, KANADA, JAPAN ODER AUSTRALIEN

Volkswagen Konzern konkretisiert „Strategie 2018“

- **Ausbau der Marktposition in Wachstumsmärkten und Festigung der starken Stellung in etablierten Automobilmärkten angestrebt**
- **Deutliche Steigerung der Effizienz in der Produktion durch verstärkten Einsatz des Baukastenprinzips geplant**
- **Mittel- und langfristige Finanzziele vorgestellt**

London/Wolfsburg, 03. Februar 2010 – Der Volkswagen Konzern strebt in den kommenden Jahren eine nachhaltige Steigerung von Absatz und Profitabilität an. Dies machten der Vorstandsvorsitzende Prof. Dr. Martin Winterkorn und Finanzvorstand Hans Dieter Pötsch am Mittwoch in London auf einer Investorenkonferenz des Volkswagen Konzerns deutlich. Dabei konkretisierten sie die „Strategie 2018“ des Unternehmens, durch deren konsequente Umsetzung der Volkswagen Konzern bis 2018 ökonomisch und ökologisch zum weltweit führenden Automobilhersteller werden soll.

Kernelemente der „Strategie 2018“ sind unter anderem eine gezielte Ausweitung des Marken- und Produktportfolios sowie eine weitere Stärkung der globalen Präsenz. Zudem wird die branchenweite Spitzenposition bei Qualität, Kundenzufriedenheit und Attraktivität als Arbeitgeber angestrebt. Daneben sind weitere Kostensenkungen unter anderem durch eine deutliche Ausweitung des Baukastenprinzips vorgesehen. Außerdem wird die breit angelegte Erforschung und Entwicklung umweltfreundlicher Antriebe vorangetrieben.

„Wir verfügen schon heute mit unseren Marken über eine breite Produktpalette, eine umfangreiche Präsenz auf den internationalen Märkten und eine der besten Entwicklungsmannschaften in der Branche. In den nächsten Jahren werden wir eine Vielzahl umweltfreundlicher, innovativer Fahrzeuge auf den Markt bringen und unserem Ziel näher kommen, im Jahr 2018 der größte und profitabelste Automobilhersteller der Welt zu sein“, erklärte Winterkorn.

„Der Volkswagen Konzern als weltweit führender Mehrmarkenkonzern unserer Branche hat ein sehr robustes Geschäftsmodell. Wir sind solide finanziert, haben uns realistische Ziele gesetzt und sehen auf der Basis unserer strategischen Ausrichtung für die kommenden Jahre ein erhebliches Wertsteigerungspotenzial“, fügte Pötsch hinzu.

Seite 2

WEDER ZUR DIREKTEN NOCH INDIREKTEN VERÖFFENTLICHUNG ODER VERTEILUNG IN DEN USA, KANADA, JAPAN ODER AUSTRALIEN

Weiterer Ausbau der globalen Präsenz

Ein wichtiger Treiber für die Wertentwicklung soll nach den Plänen des Volkswagen Vorstands eine gezielte Fortsetzung der globalen Expansion des Konzerns sein. Weiter ausgebaut werden soll dabei zum einen die starke Marktstellung in etablierten Automobilmärkten wie Westeuropa. In den USA soll die Marktposition bis 2018 deutlich erweitert und die Zahl der verkauften Fahrzeuge auf eine Million Einheiten erhöht werden (2009: 298.000 Fahrzeuge). Der Marktanteil soll dadurch von 2,9 Prozent im vergangenen Jahr auf 6 Prozent steigen.

Zum anderen setzt Europas größter Automobilhersteller auf eine breitere Aufstellung in den Wachstumsmärkten. Die dortige Profitabilität soll dabei weiter erhöht werden. Um dies sicherzustellen, werden unter anderem an lokale Bedürfnisse angepasste Produkte angeboten sowie regionale Entwicklungs-Teams und Kooperationen mit lokalen Zulieferern aufgebaut. Zudem sollen der Lokalisierungsgrad der Beschaffung in den jeweiligen Regionen erhöht und ein auf die jeweiligen Besonderheiten angepasstes Marketing eingeführt werden.

In China, dem nach Stückzahlen schon heute wichtigsten Markt für Volkswagen, strebt der Konzern mittelfristig eine operative Umsatzrendite von mindestens 6 Prozent an, die Kapitalrendite soll weiterhin über 20 Prozent liegen. Die Auslieferungen in China sollen von 1,4 Millionen Fahrzeugen im vergangenen Jahr mittelfristig auf 2 Millionen Einheiten erhöht werden. Allein für die Jahre 2010 bis 2012 sind durch die chinesischen Joint Ventures Investitionen von 4,4 Milliarden Euro in China vorgesehen.

In Indien erwartet der Volkswagen Konzern neben dem Ausbau der eigenen Präsenz positive Impulse von der Ende 2009 vereinbarten strategischen Partnerschaft mit Suzuki.

Fokus auf Verbesserung von Effizienz und Umweltverträglichkeit

Eine wichtige Rolle bei der geplanten Steigerung der Profitabilität des Konzerns spielt die Verbesserung von Effizienz und Flexibilität in der Produktion durch einen verstärkten Einsatz des modularen Baukastenprinzips. Dieses ermöglicht wettbewerbsfähige Kosten bei hoher Modell- und Markenvielfalt. Die Baukastenstrategie hat der Konzern bereits mit dem „Modularen Längsbaukasten“ (MLB) bei Audi erfolgreich verankert. Der „Modulare Querbaukasten“ (MQB) bildet das technische Fundament für die zukünftige Fahrzeugflotte des Konzerns im so genannten A0-, A- und B-Segment, also bei Fahrzeugen im Klein- und Mittelklassensegment.

Seite 3

WEDER ZUR DIREKTEN NOCH INDIREKTEN VERÖFFENTLICHUNG ODER VERTEILUNG IN DEN USA, KANADA, JAPAN ODER AUSTRALIEN

Ein Schwerpunkt im Bereich Forschung und Entwicklung werden auch künftig schadstoffarme Antriebe sein. Derzeit emittieren bereits über 170 Modellvarianten des Konzerns weniger als 140 Gramm Kohlendioxid pro Kilometer. Diese Zahl soll sich in den kommenden Jahren weiter erhöhen. Volkswagen deckt bei seinen F&E-Aktivitäten und -investitionen ein umfangreiches Spektrum innovativer Antriebstechnologien ab. Der Konzern erwartet, dass verschiedene Antriebskonzepte - neben hoch effizienten Verbrennungsmotoren auch Erdgasfahrzeuge, Hybride und Elektrotraktion - auf absehbare Zeit nebeneinander bestehen bleiben werden.

Deutliche Steigerung von Profitabilität und Fahrzeugabsatz geplant

Winterkorn und Pötsch stellten den Investoren in London zudem mittel- bis langfristige Finanzziele vor. Danach strebt der Volkswagen Konzern nach dem durch die Finanz- und Wirtschaftskrise beeinträchtigten Geschäftsjahr 2009 mittelfristig eine operative Umsatzrendite von mindestens 5 Prozent im Automobilgeschäft an, ohne Berücksichtigung der für 2011 vorgesehenen Integration von Porsche. In den ersten neun Monaten 2009 lag die operative Rendite im Konzernbereich Automobile bei 1,6 Prozent. Die Zahl der verkauften Fahrzeuge soll mittelfristig auf rund 8 Millionen und bis zum Jahr 2018 auf über 10 Millionen Fahrzeuge steigen. Die Umsatzrendite vor Steuern des Konzerns (Ergebnis vor Steuern im Verhältnis zum Umsatz) soll dann bei über 8 Prozent liegen.

Die Wahrung der finanziellen Solidität und Flexibilität hat für den Volkswagen Konzern bei der Umsetzung der „Strategie 2018“ höchste Priorität. Ziel ist vor allem, das im Branchenvergleich gute Rating zu halten und die hohe Liquidität zu wahren. Zudem sollen weiterhin strikte Investitions- und Kapitaldisziplin gewahrt bleiben. Die Sachinvestitionsquote soll auch mittel- und langfristig bei rund 6 Prozent vom Umsatz gehalten werden.

Für das Automobilgeschäft wird bis zum Jahr 2018 eine Kapitalrendite von mehr als 16 Prozent angestrebt. Im Bereich Financial Services, der eine bedeutende Rolle für die Stabilität des Automobilgeschäfts spielt, soll die Eigenkapitalrendite vor Steuern mittelfristig bei 15 Prozent liegen, für das Jahr 2018 wird ein Wert von 20 Prozent angestrebt.

Integrierter Konzern mit Porsche soll Beitrag zum profitablen Wachstum leisten

Einen wichtigen Beitrag zum künftigen profitablen Wachstum soll auch die Schaffung des integrierten Automobilkonzerns mit Porsche leisten. Für den Volkswagen Konzern stellt Porsche eine attraktive Ergänzung im ertragsstarken Premium-Segment dar.

VOLKSWAGEN

AKTIENGESELLSCHAFT

Seite 4

WEDER ZUR DIREKTEN NOCH INDIREKTEN VERÖFFENTLICHUNG ODER VERTEILUNG IN DEN USA, KANADA, JAPAN ODER AUSTRALIEN

„Der gezielte Ausbau unserer globalen Präsenz, eine Vielzahl innovativer und technologisch fortschrittlicher Produkte sowie eine höhere Effizienz und Flexibilität in der Produktion werden unsere Profitabilität in den kommenden Jahren weiter erhöhen. Zudem entstehen durch die geplante Integration von Porsche erhebliche Synergiepotenziale“, resümierte Pötsch.

„Wir sind mit unserer weltweiten Aufstellung und unserem technologischen Know-how sehr gut positioniert, um von den zu erwartenden Veränderungen in unserer Branche und den einzelnen Segmenten unseres Marktes zu profitieren. Wir haben eine schlüssige Strategie, und wir haben alle notwendigen Mittel, um sie erfolgreich umzusetzen“, so Winterkorn.