- Es gilt das gesprochene Wort -

Prof. Dr. Martin Winterkorn
Redemanuskript anlässlich der
Jahrespressekonferenz und Investorenkonferenz
12. März 2015

- Teil I -

Guten Morgen, meine Damen und Herren,
und auch von mir herzlich Willkommen hier in Berlin.

High-Tech, Innovationen, technologischer Fortschritt – das sind Markenzeichen des Volkswagen Konzerns. Und wir haben Ihnen heute einige unserer spannendsten Projekte mit nach Berlin gebracht:

- Etwa das schnellste fahrerlose Auto der Welt.
- Oder den Golf R Touch, den Sie im „Handumdrehen“ per Gesten steuern können.

Mehr High-Tech, mehr Innovationen, mehr Fortschritt gehen kaum. Und deshalb sind wir überzeugt: Volkswagen ist bereit für den Wandel. Dazu gleich mehr.

I. Bilanz 2014: Der Volkswagen Konzern steht für Substanz und Verlässlichkeit

Zunächst aber der Blick zurück. Das Jahr 2014 hat die gesamte Automobilindustrie auf den Prüfstand gestellt.

- Wichtige Märkte wie Brasilien und Russland haben massiv geschwächelt.
- Von den Zugmaschinen der Weltwirtschaft, den sogenannten BRIC-Staaten, ist im Prinzip nur noch das „C“ für China geblieben.
- Die schwankenden Wechselkurse haben es vielen Unternehmen zusätzlich schwer gemacht.
- Und auch die Verunsicherung über den weiteren Kurs der Weltwirtschaft war nicht gerade geschäftsfördernd.

Trotz dieser widrigen Platzbedingungen ist der Volkswagen Konzern nicht ins Straucheln geraten. Wir haben auch das Jahr 2014 zu einem Erfolgsjahr gemacht. Ich nenne hier nur einige Highlights.

Highlight Nr. 1: Wir haben eine Vielzahl an überzeugenden Produkten auf den Markt gebracht. Sinnbild dafür ist unser frisch gebackenes „Car of the Year“: Der Volkswagen Passat. Er entscheidet praktisch alle Vergleichstests für sich. Und mit jetzt schon über 100.000 Bestellungen in Europa jagt er selbst den Premium-Wettbewerbern Kunden ab.

Highlight Nr. 2: Wir haben wegweisende Innovationen etabliert. Insbesondere beim Plug-In-Hybrid ist unser Konzern Technologieführer. So haben wir heute schon sieben Plug-In-Hybride im Programm – vom A3 e-tron über den Golf GTE bis zum Cayenne S E-Hybrid.

Highlight Nr. 3: Wir sind im renditeträchtigen Premiumsegment noch stärker geworden. Audi ist bei den Auslieferungen schneller gewachsen als die beiden großen Wettbewerber. Und auch Porsche eilt weiter von Rekord zu Rekord, nicht zuletzt dank Neuheiten wie dem Macan.

Schließlich Highlight Nr. 4: Wir haben unsere Führungsrolle in China weiter gefestigt. So haben wir die Zusammenarbeit mit unserem Partner FAW um 25 Jahre verlängert. Und wir trauen uns in China noch viel zu. Das unterstreicht auch die Tatsache, dass wir die Produktionskapazität dort bis 2019 auf fünf Mio. Einheiten pro Jahr ausbauen.

Meine Damen und Herren, Sie werden sich erinnern: Vor einem Jahr habe ich Ihnen hier an dieser Stelle angekündigt, dass der Volkswagen Konzern seinen Fokus verstärkt auf qualitatives Wachstum richtet.

Das heißt: Wir wollen nicht nur immer größer werden. Wir wollen vor allem immer besser werden – bei unseren Produkten, bei der Zufriedenheit von Kunden und Mitarbeitern, beim Umweltschutz, bei der Rendite. Genau das haben wir im vergangenen Geschäftsjahr erreicht: Der Volkswagen Konzern steht heute in vielfacher Hinsicht noch besser und stärker da als vor zwölf Monaten.

Dies belegen auch unsere Kennzahlen für das Geschäftsjahr 2014:

- Wir haben erstmals mehr als 10 Mio. Fahrzeuge ausgeliefert, vier Jahre früher als geplant.
- Wir haben erstmals mehr als 200 Mrd. Euro Umsatz gemacht.
- Und wir haben erstmals ein Operatives Ergebnis von mehr als 12 Mrd. Euro erwirtschaftet. Um genau zu sein waren es 12,7 Mrd. Euro.

Die Vorsteuerrendite haben wir um einen Prozentpunkt auf 7,3 Prozent gesteigert. Damit sind wir auf Zielkurs zu den dauerhaft mehr als 8 Prozent, die wir uns als Konzern bis 2018 vorgenommen haben.

Ich meine, diese Rekordzahlen sprechen eine klare Sprache:

- Volkswagen hält Wort und liefert zuverlässig die versprochenen Ergebnisse.
- Wir sind robust aufgestellt und behaupten uns auch unter schwierigsten Bedingungen.
- Und wir bei Volkswagen müssen nicht erst aufbrechen, wir sind bereits mit hohem Tempo unterwegs.

In einer Welt der Unsicherheit, in einer Branche voller Auf-und-Abs steht unser Unternehmen damit für etwas Besonderes: Für Substanz und Verlässlichkeit. Das Jahr 2014 war dabei mehr als eine Momentaufnahme. Es reiht sich nahtlos ein in eine große, nachhaltige Erfolgsgeschichte.

Den Anfang markiert 2007, das „Geburtsjahr“ unserer Strategie 2018.

- Seitdem haben wir unsere Auslieferungen um rund 4 Mio. Fahrzeuge erhöht.
- Seitdem haben wir unseren Pkw-Weltmarktanteil um mehr als 3 Prozentpunkte gesteigert – auf inzwischen 12,9 Prozent.
- Seitdem haben wir mehr als 140.000 neue, zusätzliche Arbeitsplätze geschaffen, davon allein 55.000 hier in Deutschland.
- Und seitdem haben wir den Umsatz nahezu und das Operative Ergebnis sogar mehr als verdoppelt.

In Wirklichkeit haben wir uns sogar noch sehr viel besser entwickelt. Denn sowohl im Umsatz als auch im Operativen Ergebnis ist ausgerechnet der Beitrag unserer chinesischen Joint Ventures nicht enthalten.

Woran liegt das? Wir bilanzieren das Geschäft unserer Joint Ventures in China seit jeher ‚At-Equity‘ und weisen es nur im Finanzergebnis aus.

Die Dimensionen beim Operativen Ergebnis sind beträchtlich: 2014 belief sich unser anteiliges Operatives Ergebnis in China auf rund 5,2 Mrd. Euro – rund 900 Mio. Euro mehr als im Vorjahr.

Um die Leistung des Volkswagen Konzerns richtig zu bewerten, müssten Sie diesen Betrag eigentlich im Operativen Ergebnis mit berücksichtigen.

Als Konzern kämen wir so rein rechnerisch auf ein Operatives Ergebnis inklusive der chinesischen Joint Ventures von fast 18 Mrd. Euro. Damit gehören wir zu den absoluten Spitzenreitern in unserer Branche. Zudem zeigt diese Betrachtungsweise die tatsächliche Ertragsstärke unseres Konzerns:

- Seit 2007 haben wir unser Operatives Ergebnis inklusive China demnach nicht nur verdreifacht.
- Wir haben es auch deutlich stärker gesteigert als das Volumen – im Durchschnitt um eindrucksvolle 15,7 Prozent pro Jahr.

Lassen Sie mich diesen Zusammenhang auch am Beispiel der Marke Volkswagen verdeutlichen. Auch hier sind die rund 2,7 Mio. Fahrzeuge, die wir im vergangenen Jahr lokal in China gebaut und verkauft haben, nicht im Operativen Ergebnis der Marke Volkswagen enthalten. Hier findet also letztlich ein erheblicher Teil des Erfolgs unserer Marke keine Berücksichtigung.

Nur zur Einordnung: Wir reden hier über einen Großteil der eben genannten 5,2 Mrd. Euro. Wenn Sie diesen Effekt berücksichtigen, liegt die operative Marge der Marke Volkswagen deutlich höher als berichtet.

Sie sehen, meine Damen und Herren:

Der Volkswagen Konzern präsentiert sich in vielfacher Hinsicht in Topform. Wir ernten jetzt gewissermaßen die Früchte unserer Arbeit. Und wir legen dort nach, wo wir heute noch unter Wert spielen. Um es deutlich zu sagen: Wir wissen um unsere Aufgaben. Und wir haben sie längst angepackt.

So haben wir für die Marke Volkswagen im vergangenen Juli ein umfassendes Effizienzprogramm auf den Weg gebracht. Ähnliches haben die anderen Konzernmarken getan. Bis 2017 wollen wir so allein bei der Marke Volkswagen einen nachhaltigen Ergebniseffekt von rund 5 Mrd. Euro pro Jahr schaffen. Damit sichern wir die Zielrendite von mindestens 6 Prozent ab.

Wir können sagen: Das Programm ist sehr gut angelaufen. Wir haben inzwischen Verbesserungschancen in einer Größenordnung von etwa der Hälfte der angestrebten 5 Mrd. Euro identifiziert. Und wir rechnen damit, dass deutlich über eine Milliarde Euro davon bereits im laufenden Jahr ergebniswirksam werden.

Ich gebe Ihnen einige Beispiele für Bausteine unseres Effizienzprogramms:

- Wir optimieren die weltweite Standortbelegung. Unter anderem produzieren wir den Tiguan in Zukunft auch in Mexiko.
- Wir streichen Modelle, die nicht mehr zur Nachfrage und zu unseren Renditeerwartungen passen. Der Markt für 2-Türer im Kompaktsegment beispielsweise schrumpft rasant. Vor diesem Hintergrund prüfen wir intensiv, ob wir in Zukunft zum Beispiel den Polo nur noch als 4-Türer bauen. Die Effekte sind erheblich: Bei Anlaufkosten und durch Reduzierung von Teilen belaufen sich diese auf einen dreistelligen Millionenbetrag.
- Zudem reduzieren wir Vielfalt, die keinen echten Mehrwert bringt. So werden wir nur noch Ausstattungsvarianten anbieten, die eine Einbaurate von mehr als 5 Prozent erreichen.
- Und schließlich werden wir auch die Einnahmeseite stärken, unter anderem durch eine verbesserte Paketierung von Extras und Sonderausstattungen in allen Märkten weltweit.

Auch in den USA geht die Marke Volkswagen wieder in die Offensive.
Wir haben verstanden, was die amerikanischen Kunden von uns erwarten.

- Wir werden unsere Modelle dort in wesentlich kürzeren Abständen überarbeiten bzw. erneuern. Unter anderem kommt im zweiten Halbjahr der überarbeitete US-Passat auf den Markt.
- Mit dem Golf 7 – dem „North American Car of the Year“ – haben wir zudem ein echtes Gewinnerauto nach Amerika gebracht. Entscheidend ist: Wir verschiffen den Golf jetzt nicht mehr aus dem fernen Wolfsburg, sondern produzieren ihn vor Ort in Mexiko.
- Schließlich haben wir die größte SUV-Offensive in der Geschichte der Marke auf den Weg gebracht: Ende 2016 läuft das neue Volkswagen Midsize-SUV in Chattanooga vom Band. 2017 folgt dann ein Tiguan mit verlängertem Radstand, den wir lokal in Mexiko produzieren. Und ich verspreche Ihnen: „There is more to come!“

Auch im Nutzfahrzeuggeschäft haben wir wichtige Weichen gestellt. Sie wissen: Aus rechtlichen Gründen waren wir bei der Weiterentwicklung unseres Truck- und Bus-Geschäfts bislang mit eher niedriger Drehzahl unterwegs.

Mit dem vollständigen Erwerb von Scania haben wir den Weg freigemacht für den engen Schulterschluss unserer Marken. Wir wollen aus unserem Nutzfahrzeuggeschäft den globalen Champion der Branche formen. Dazu gleich mehr.

Ich freue mich, dass wir mit Andreas Renschler genau den richtigen Mann für diese wichtige Aufgabe gewonnen haben. Auch an dieser Stelle nochmals herzlich Willkommen bei Volkswagen und hier auf dem Podium.

Sie sehen, meine Damen und Herren:

Wir setzen unsere Strategie 2018 konsequent um. Und wir erhöhen Schritt für Schritt die Schlagkraft des Konzerns. In allen Marken, Regionen und Bereichen.

Möglich macht das eine starke Mannschaft: Unsere fast 600.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter weltweit leisten tagtäglich großartige Arbeit. Es ist mir deshalb wichtig, allen Beschäftigten heute ein großes „Dankeschön“ zu sagen.

„Die Mannschaft ist alles“ – das hört man ja häufiger. Bei Volkswagen ist das mehr als ein Lippenbekenntnis. Bei uns ist das gelebte Unternehmenskultur.

Dies unterstreicht nicht zuletzt die hohe Erfolgsbeteiligung für unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, die sich auch in diesem Jahr sehen lassen kann. So erhalten die Beschäftigen der Volkswagen AG in Deutschland 5.900 Euro.

II. Ausblick 2015: Der nächste Schritt auf dem Weg an die Spitze

Damit bin ich beim Blick nach vorne. Oder anders gesagt: Was dürfen Sie in diesem Jahr von uns erwarten?

Soviel vorweg: Volkswagen wird seinen Weg unbeirrt fortsetzen. Das Ziel steht: Wir wollen weiter wachsen. Und das heißt für uns: Wir wollen qualitativ wachsen und in allen Belangen immer besser werden.

Für das Geschäftsjahr 2015 erwarten wir:

- Dass unsere Auslieferungen moderat steigen werden.
- Dass der Umsatz in Abhängigkeit von den konjunkturellen Rahmenbedingungen um bis zu vier Prozent wächst.
- Und dass die operative Rendite im Konzern zwischen 5,5 und 6,5 Prozent liegen wird. Im Bereich Pkw haben wir unsere Prognose leicht angehoben und rechnen hier mit einer operativen Rendite von 6 bis 7 Prozent.

Zugegeben: Wir agieren damit bewusst ein Stück vorsichtiger als andere. Aber uns und mir ist eines ganz wichtig: Volkwagen behält trotz glänzender Zahlen immer die Bodenhaftung.

Wir verschließen nicht die Augen vor den vielen weltpolitischen und gesamtwirtschaftlichen Brandherden, mit denen unsere Branche unverändert konfrontiert ist. Dazu muss man nur nach Russland und Südamerika oder auf viele Truck-Märkte schauen. Fakt ist: Über dem Autojahr 2015 stehen große Fragezeichen.

Dennoch, meine Damen und Herren, Sie kennen uns: Wir geben uns nie mit dem Minimum zufrieden. Unser erklärtes Ziel ist es, sowohl beim Volumen als auch bei Umsatz und Operativem Ergebnis erneut zuzulegen. Und dabei können wir auf unsere bewährten Stärken vertrauen:

- Wir haben drei profitable Geschäftsfelder: Pkw, Nutzfahrzeuge/Power Engineering und Finanzdienstleistungen.
- Wir haben zwölf faszinierende Marken, die nahezu alle Wünsche und Bedürfnisse unserer Kunden weltweit abdecken.
- Wir verfügen über die Innovationskraft von mehr als 46.000 Entwicklern und 10.000 IT-Fachleuten.
- Wir haben die nötige Liquidität und finanzielle Robustheit.
- Und wir haben eine Strategie, die sich auch in rauen Zeiten bewährt hat.

Diese Stärken unterscheiden uns von vielen anderen. Und diese Stärken werden wir nutzen und ausbauen. Drei Schwerpunkte will ich Ihnen näher erläutern.

Schwerpunkt Nr. 1: Wir stärken und erneuern unsere Produktpalette.

- ŠKODA hat vor kurzem den neuen Superb auf dem Modularen Querbaukasten vorgestellt. Mit ihrem rundum erneuerten Flaggschiff wird die Marke viele neue Kunden erobern.
- Bei SEAT steht der überarbeitete Ibiza in den Startblöcken, das zweite Kernmodell neben dem Leon. Er wird SEAT weiteren Schub geben.
- Audi legt seinen Bestseller neu auf: Die nächste Generation des A4 kommt im 4. Quartal in den Handel. Für positive Schlagzeilen sorgt bereits der neue Q7: 325 Kilogramm weniger Gewicht und eine hochmoderne Aluminium-Stahl-Karosserie machen ihn zum Vorreiter für Leichtbau.
- Porsche überarbeitet sein wichtigstes Modell, den 911er.
- Bei Volkswagen Nutzfahrzeuge stehen gleich zwei wichtige Neuheiten an: Der Caddy und der T6 stehen für rund zwei Drittel des Volumens. Unsere leichten Nutzfahrzeuge gehen also mit einer extrem jungen, attraktiven Modellpalette in die Zukunft.
- Die Marke Volkswagen bringt schließlich den neuen Touran auf die Straße. Auch er setzt dank MQB neue Maßstäbe in seiner Klasse. Zudem laufen bereits die Vorbereitungen für den nächsten Tiguan, der 2016 auf den Markt kommt.

In Summe bringen wir im laufenden Jahr 50 Neuheiten, Nachfolger und Produktaufwertungen zu den Kunden. Es geht uns dabei aber nicht um ein simples „Mehr“. Es geht uns um die richtigen Produkte zur richtigen Zeit. Zur Produktoffensive gehört deshalb auch, dass wir solche Modelle auf den Prüfstand stellen, die nicht mehr in die Zeit passen.

Damit zu Schwerpunkt Nr. 2: Wir treiben unsere Baukastenstrategie weiter voran.

Die Experten bescheinigen uns, dass der Volkswagen Konzern dem Wettbewerb hier um Jahre voraus ist. Die wirtschaftlichen Vorteile kommen dabei erst nach und nach zum Tragen. Denn mit steigendem Volumen steigen auch die positiven Effekte.

- In diesem Jahr werden wir im Konzern bereits 2,7 Mio. Fahrzeuge auf dem Modularen Querbaukasten produzieren.
- Im Jahr 2018 erreichen wir dann schon über sieben Mio. Einheiten.

Die Vorteile werden dabei von Marke zu Marke unterschiedlich schnell sichtbar. So bauen wir bei der Marke Volkswagen bislang erst rund 15 Prozent des Volumens auf dem MQB. Bei ŠKODA beispielsweise liegt dieser Anteil bereits mehr als doppelt so hoch – und das lässt sich auch im Ergebnis ablesen.

Deshalb sind wir überzeugt: Die massiven Vorleistungen für die Baukastenstrategie werden sich nicht nur technologisch, sondern auch ertragsseitig bezahlt machen. Bei den Fahrzeugen und auch in den Fabriken.

Grob gesagt hieß es bislang: Ein Werk, eine Linie, ein Modell. Jetzt können wir unterschiedliche Marken und Modelle hochflexibel auf einer Produktionsstraße fertigen. Im Werk Zwickau bauen wir zum Beispiel sowohl Passat als auch Golf auf einer Linie. Und in Bratislava werden zukünftig die MLB-Fahrzeuge Volkswagen Touareg, Porsche Cayenne und Audi Q7 auf einer Linie produziert.

Aktuell betreiben wir weltweit bereits 18 Fabriken auf Basis unserer Baukästen. Bis Ende 2016 rüsten wir weitere elf Werke um. Das wird unseren Konzern noch beweglicher und noch robuster machen.

Schwerpunkt Nr. 3: Wir gehen auch bei den Nutzfahrzeugen aufs Gas. Wir sind dabei, aus MAN, Scania und Volkswagen Nutzfahrzeuge eine schlagkräftige Allianz zu formen. Dabei setzen wir uns ein ambitioniertes Ziel: Langfristig wollen wir der beste und profitabelste Truck-Anbieter der Welt werden.

Die ersten großen Gemeinschaftsprojekte sind bereits auf dem Weg:

- Ab 2016 werden wir Scania-Getriebe sukzessive in den TGS- und TGX-Modellen von MAN einsetzen.
- Die nächste Getriebegeneration werden wir dann gleich von Anfang an zusammen entwickeln.

Das ist aber nur ein erster Schritt. Denn auch im Nutzfahrzeuggeschäft setzen wir langfristig auf die Baukastenstrategie. Die Arbeit an einem gemeinsamen Nutzfahrzeugbaukasten hat begonnen: Getriebe, Fahrerkabinen, Elektronik und Motoren – all das wollen wir in Zukunft gemeinsam entwickeln. Und zwar ohne die Identität und Eigenständigkeit der Marken zu verwässern.

Wir werden in den kommenden Wochen und Monaten alle notwendigen Entscheidungen treffen, sowie die organisatorischen und personellen Voraussetzungen dafür schaffen, um unsere Ziele zu erreichen. Mehr dazu in Kürze.

Sie sehen, meine Damen und Herren, trotz aller Unwägbarkeiten: Der Volkswagen Konzern erhöht die Schlagzahl. Wir wollen 2015 den nächsten Schritt auf dem Weg an die Spitze machen. Anders gesagt: Wir setzen jetzt zum Überholmanöver an.

Das unterstreichen auch die aktuellen Auslieferungszahlen. Wir haben einen guten Start ins Jahr 2015 hingelegt. Im Januar und Februar hat unser Konzern erstmals mehr als 1,5 Mio. Fahrzeuge ausgeliefert. Das entspricht einem Plus von 1,6 Prozent.

III. Future Tracks: Die Basis für den langfristigen Erfolg

Meine Damen und Herren,

die wesentlichen Punkte einer Jahrespressekonferenz hätten wir damit abgearbeitet. Gewissermaßen das Standardprogramm. Allerdings spüren Sie in diesen Tagen ja selbst: Das Standardprogramm reicht nicht mehr aus – weder im Journalismus noch im Automobilgeschäft. Unsere Welt erlebt einen fundamentalen Wandel.

Und nur die stärksten und zukunftsfähigsten Unternehmen werden diesen Wandel erfolgreich bewältigen.

Wie halten wir den Volkswagen Konzern also auch langfristig auf Erfolgskurs? Klar ist: Die Rezepte von heute sind keine Garantie für den Erfolg von morgen.

- Es braucht feine Antennen für die großen gesellschaftlichen Umwälzungen: Für das, was die Menschen, unsere Kunden, bewegt. Für das, was sie in Zukunft von Mobilität und einem Unternehmen wie unserem erwarten.
- Und es braucht vor allem auch die Bereitschaft, sich immer wieder selbst zu hinterfragen und neue Wege zu gehen: Bei den alternativen Antrieben, bei der Digitalisierung, bei neuen Geschäftsfeldern.

Wir von Volkswagen haben das verstanden. Und deshalb gibt es bei uns keinen Platz für Selbstgefälligkeit. Unser Anspruch ist es, auch in fünf, zehn und fünfzehn Jahren an der Spitze der Automobilindustrie zu stehen. Und das nicht nur beim Volumen.

- Dafür wenden wir so viel für Forschung und Entwicklung auf wie kein zweites Unternehmen auf der Welt – alleine 2014 waren es 11,5 Mrd. Euro.
- Dafür arbeitet die größte Entwicklungsmannschaft unserer Branche.
- Und dafür haben wir „Future Tracks“ ins Leben gerufen.

Mit unserem Zukunftsprogramm „Future Tracks“ machen wir den Konzern nicht nur technologisch fit für die Autowelt von morgen. Wir legen vor allem auch das Fundament für den langfristigen ökonomischen Erfolg, für die nächsten Generationen bei Volkswagen. Damit ist „Future Tracks“ unser Kompass für dauerhaftes und ertragsorientiertes, kurz: für qualitatives Wachstum.

Die Vision, die uns dabei antreibt, ist faszinierend: Auf lange Sicht wollen wir vom Autobauer zum globalen Mobilitätsanbieter, zum Mobilitätsermöglicher Nr. 1 werden. Deshalb sind wir dabei, das Innovationstempo in zentralen Zukunftsfeldern noch einmal zu erhöhen.

Zukunftsfeld Nr. 1 ist die Elektromobilität.

Die Nachfrage nach Elektroautos kommt zwar nur langsam in Gang. Aber wir machen unsere Strategie nicht abhängig von kurzfristigen Trends oder dem aktuellen Ölpreis.

- Wir glauben fest an die E-Mobilität.
- Wir brauchen sie, um die weltweiten CO_2-Vorgaben zu erfüllen.
- Und wir sind sicher, dass sie sich langfristig durchsetzen wird.

Deshalb bietet unser Konzern heute schon die breiteste Elektro-Flotte der Automobilwelt:

- Von reinen E-Autos wie dem e-up! und dem e-Golf.
- Über Plug-In-Hybride wie dem A3 e-tron, Golf und Passat GTE, Panamera S E-Hybrid oder Cayenne S E-Hybrid.
- Bis hin zu technologischen Speerspitzen wie dem XL1 und Porsche 918 Spyder.

In Deutschland haben wir damit im vergangenen Jahr bereits die Marktführerschaft in Sachen „Elektro“ übernommen. Und das soll erst der Anfang sein. Die größten Erfolgschancen sehen wir mittelfristig beim Plug-In-Hybrid. In Zukunft werden wir diese Technologie deshalb in nahezu allen großen Baureihen anbieten:

- Bei Audi kommen etwa der Q7, der A7 und der A8 neu hinzu.
- Und bei Volkswagen der Touareg und der Phaeton.

Auch das reine Elektroauto heben wir auf die nächste Stufe: Der neue Audi R8 e-tron kommt auf eine Reichweite von rund 450 Kilometern. Dieses Auto geht bereits im laufenden Jahr in den Verkauf. Und so viel kann ich Ihnen verraten: Wir arbeiten intensiv an Elektrofahrzeugen mit Reichweiten von mehr als 500 Kilometern.

Was entscheidend ist: Wir haben für die E-Mobilität ein tragfähiges Geschäftsmodell. Auch hier zeigt sich die Logik unserer Baukästen.

- So können wir bis zu 40 Modelle schnell und ohne großen Mehraufwand elektrifizieren.
- So können wir auch die Brennstoffzelle flexibel in unsere Fahrzeuge bringen, sobald Technologie und Infrastruktur marktreif werden.
- Und bei uns laufen Elektroautos nicht in separaten Werken vom Band, sondern Stoßstange an Stoßstange mit den klassischen Antrieben.

Das spart viel Geld und macht uns vor allem hochbeweglich. Derzeit ist völlig offen, wohin die Reise bei den Antrieben geht. Der Volkswagen Konzern kann seine Modellpalette und seine Produktion so flexibel anpassen wie kein anderer Hersteller.

Zum zweiten großen Zukunftsfeld: Der Einfluss der digitalen Welt auf das Automobil ist in diesen Tagen Gesprächsthema Nummer eins. Dabei arbeiten die wenigsten Hersteller bereits so lange und so fundiert an der Digitalisierung wie Volkswagen. Das betrifft in erster Linie das Auto selbst. Wir haben als Konzern heute schon die größte vernetzte Fahrzeugflotte der Welt auf der Straße. Bis 2020 wollen wir jedes unserer neuen Fahrzeuge mit Internetzugang anbieten.

Auch das automatisierte bzw. pilotierte Fahren ist bei uns keine Modeerscheinung:

- Wir gehören seit 15 Jahren zu den Pionieren dieser Technologie – u.a. mit dem Forschungsfahrzeug „Stanley“, das 2005 die renommierte DARPA-Challenge für sich entschieden hat.
- Wir waren der erste Autohersteller, der in den USA automatisierte Fahrzeuge im öffentlichen Straßenverkehr testen durfte.
- Und wir werden mit Audi und Volkswagen auch zu den ersten gehören, die diese Technologie erfolgreich vermarkten.

So hat der neue Passat bereits einen Stauassistenten an Bord, der im „Stop & Go“-Verkehr automatisch beschleunigt, bremst und die Spur hält.

Den nächsten großen Schritt machen wir mit dem kommenden Audi A8: Er wird in der Lage sein, bis zu einer Geschwindigkeit von 60 km/h automatisiert zu fahren. Später sind per Update sogar bis zu 140 km/h möglich.

Und in nicht allzu ferner Zukunft werden sich unsere Autos dann auch selbstständig ihren Platz im vernetzten Parkhaus suchen, nachdem der Fahrer ausgestiegen ist.

Darüber hinaus treiben wir die vernetzte „Industrie 4.0“ in unseren Werken voran.

- Im Werkzeugbau setzen wir zum Beispiel verstärkt auf 3-D-Drucker, die Stahlteile hochpräzise drucken können. Das geht wesentlich schneller und erhöht zudem die Qualität der Teile.
- Ein anderes Beispiel ist die sogenannte „Mensch-Roboter-Kooperation“, also die direkte Zusammenarbeit von Mitarbeitern und Robotern. Aktuell setzen wir das bereits in Ingolstadt und Salzgitter ein, weitere Standorte werden folgen. Wir sind überzeugt: Die Automatisierung mit Augenmaß ist gut für das Unternehmen und für die Mitarbeiter, weil das die Arbeit effizienter, leichter und ergonomischer macht.

Auch in allen anderen Bereichen setzen wir auf datenbasierte Anwendungen. Das Spektrum reicht von internen Kundenanalysen bis hin zu innovativen Geschäftsmodellen rund um das Produkt „Auto“.

- So haben wir in München ein eigenes Data Lab gegründet, das sich speziell mit großen Datenmengen beschäftigt, sprich: mit „Big Data“. Informatiker, Computerlinguisten und Statistiker arbeiten dort an neuen, intelligenten Lösungen.
- Für den After Sales-Bereich haben wir unter anderem ein Modell entwickelt, wie man Wiederholreparaturen vermeidet – alleine durch die Analyse von Handels- und Werkstattdaten.
- Und unsere Konzernforschung arbeitet an einer smarten Parkplatz-Vorhersage. Beim sogenannten „ParkingView“ werden Schwarmdaten genutzt, um den Nutzer direkt zu einem freien Stellplatz zu leiten.

Den Nutzen solcher IT-Dienste demonstrieren wir mit dem Projekt „Intelligente Mobilität“, das in Kürze in der Region Wolfsburg startet. Dabei rüsten wir 500 Fahrzeuge mit Datenboxen aus, die sich mit den Steuerungssystemen der Stadt verbinden.

Darüber hinaus werden Telematikdaten von Scania-Trucks genutzt, die in der Region unterwegs sind. Aus den gewonnenen Schwarmdaten erstellen wir für den Fahrer dann individuelle Routen oder führen ihn direkt zum nächsten freien Parkplatz. Der Mehrwert liegt auf der Hand: Der Fahrer spart Zeit und Nerven, das Verkehrsaufkommen in der Stadt sinkt, Verbrauch und Emissionen gehen zurück.

Wie man mit solchen Diensten gutes Geld verdient, zeigen unsere Nutzfahrzeugmarken. Scania und MAN bieten ihren Kunden seit langem die Möglichkeit, Telematik-Daten laufend zu überwachen und auszuwerten.

- Durch spezifische Hinweise für ein effizienteres Fahrverhalten kann der Verbrauch so um bis zu 10 Prozent gesenkt werden.
- Und durch vorausschauende, geplante Wartungen reduziert sich die Verweildauer in den Werkstätten. Auch das spart unseren Kunden bares Geld.

Intelligente IT-Lösungen rund um das Fahrzeug bringen also echten Mehrwert und eröffnen uns perspektivisch zusätzliche Ertragschancen – auch im Pkw-Geschäft.

Sie sehen, meine Damen und Herren:

Die Automobilwelt und wir bei Volkswagen erleben extrem spannende Zeiten. Unsere Industrie steht vor Umbrüchen, die man historisch nennen kann. Wir wissen das. Deshalb haben wir mit „Future Tracks“ nicht nur die nächste Halbzeit im Visier. Wir schauen schon weit nach vorn, in die nächste Spielzeit.

Dabei geht es ausdrücklich nicht um „alte Welt“ gegen „neue Welt“, nicht um Silicon Valley gegen Stuttgart, München oder Wolfsburg. Es geht darum, dass Ingenieure und IT-Profis gemeinsam das Automobil noch intelligenter, sicherer und effizienter machen können – auch und gerade für die „Generation iPhone“. Wir können und wir sollten also voneinander lernen.

Aber fest steht auch: Wir tun jetzt schon alles dafür, dass auch das „Car of the Year 20*25*“ aus dem Volkswagen Konzern kommen wird.

- In den nächsten fünf Jahren investiert unser Konzern mehr als 85 Mrd. Euro in Werke, Produkte und Technologien.
- Hinzu kommen 22 Mrd. Euro durch unsere Joint Ventures in China.

Mit diesem 107-Milliarden-Programm verbinden wir eine klare Botschaft: Der Volkswagen Konzern bietet exzellente Perspektiven. Für unsere Kunden, für unsere Anteilseigner und für die nächsten Generationen bei Volkswagen. Das ist unser Anspruch. Das ist unser Auftrag. Und ich denke, Sie spüren es: Diese Aufgabe gehen meine Mannschaft und ich mit Begeisterung und Freude an.

Bis hierher Danke für die Aufmerksamkeit.

Und nun wird Ihnen Herr Pötsch unsere Finanzdaten näher erläutern.

e-up!: Stromverbrauch in kWh/100 km: 11,7 kombiniert, CO2-Emission in g/km: 0 kombiniert; Effizienzklasse: A+

e-Golf: Stromverbrauch in kWh/100 km: 12,7 kombiniert; CO2-Emission in g/km: 0 kombiniert; Effizienzklasse: A+

A3 e-tron:Kraftstoffverbrauch kombiniert: Benzin 1,7-1,5 l/100 km; Stromverbrauch in kWh/100 km: 12,4-11,4 kombiniert; CO2-Emission in g/km: 39-35 kombiniert; Effizienzklasse: A+

Golf GTE: Kraftstoffverbrauch l/100 km: 1,5 kombiniert; CO2-Emission kombiniert in g/km: 35, Effizienzklasse: A+

Passat GTE - Das Fahrzeug wird noch nicht zum Kauf angeboten. Vorläufige Werte: Passat Limousine GTE: Kraftstoffverbrauch in l/100 km kombiniert: unter 2l; CO2-Emission kombiniert, g/km unter 45.

Panamera E-Hybrid: Kraftstoffverbrauch in l/100 km 3,1 kombiniert; CO2-Emission kombiniert in g/km: 71; Stromverbrauch kWh/100 km: 16,2 kombiniert, Effizienzklasse: A+

Cayenne S E-Hybrid: Kraftstoffverbrauch in l/100 km 3,4 kombiniert; CO2-Emission kombiniert in g/km: 79; Stromverbrauch kWh/100 km: 20,8 kombiniert, Effizienzklasse: A+

XL1: Kraftstoffverbrauch in l/100 km: kombiniert 0,9; Stromverbrauch in kWh/100 km: 7,2 kombiniert; CO2-Emissionen in g/km: 21(kombiniert; Effizienzklasse: A+

Porsche 918 Spyder: Kraftstoffverbrauch in l/100 km 3,1-3,0 kombiniert ; CO2-Emissionen kombiniert in g/km 72-70; Stromverbrauch in kWh/100 km 12,7, Effizienzklasse: A+