



18. März 2020

## Marke Volkswagen vor dem Sprung ins E-Zeitalter

- Steigerung auf 6,3 Mio. Auslieferungen in 2019 trotz rückläufigem Gesamtmarkt
- Operative Marge vor Sondereinflüssen auf 4,3 Prozent gesteigert
- Start der zweiten Phase der Strategie TRANSFORM 2025+ mit Fokus auf Zukunftsthemen E-Mobilität und Digitalisierung
- COO Ralf Brandstätter: „2019 war ein erfolgreiches Jahr für die Marke Volkswagen. Wir haben erfolgreich an allen großen Themen gearbeitet. Unsere Strategie greift.“
- Ausblick auf die laufende Geschäftsentwicklung ist durch die Unsicherheiten im Zusammenhang mit der aktuellen Corona-Krise erschwert

Die Marke Volkswagen Pkw geht gestärkt in die nächste Phase ihrer Transformation. In einem rückläufigen Gesamtmarkt hat die Kernmarke des Volkswagen Konzerns im vergangenen Jahr mit 6,3 Millionen Einheiten so viele Fahrzeuge ausgeliefert wie nie zuvor. In allen wichtigen Märkten konnte Volkswagen Marktanteile hinzugewinnen. Wesentlicher Treiber war die Modelloffensive mit Zuwächsen insbesondere im margenstarken SUV-Segment beim T-Cross, T-Roc und Atlas. Mit über 700.000 verkauften Fahrzeugen war der Tiguan erneut der Welt-Bestseller der Marke. Er zählt, ebenso wie der Golf, zu den zehn am häufigsten verkauften Autos weltweit.

Der Markterfolg spiegelt sich auch in weiter deutlich verbesserten Geschäftszahlen wider: Der Umsatz der Marke stieg im Vergleich zum Vorjahr um 5 Prozent auf 88,4 Milliarden Euro. Das operative Ergebnis vor Sondereinflüssen legte um 17 Prozent auf 3,8 Milliarden Euro zu. Die operative Rendite stieg auf 4,3 Prozent (Vorjahr: 3,8 Prozent) und lag damit im prognostizierten Zielkorridor von 4 bis 5 Prozent. Aus der Dieselthematik ergaben sich im abgelaufenen Geschäftsjahr, wie im Jahr zuvor, Sondereinflüsse in Höhe von 1,9 Milliarden Euro.

„2019 war ein erfolgreiches Jahr für die Marke Volkswagen. Unsere Produkte begeistern Kunden weltweit. Wir haben erfolgreich an allen großen Themen gearbeitet. Unsere Strategie greift. Wir liefern, was wir versprochen haben“, sagte Ralf Brandstätter, Chief Operating Officer der Marke Volkswagen. „2020 stehen wir vor großen Herausforderungen, insbesondere vor dem Hintergrund der Corona-Pandemie. Mit den guten Ergebnissen des letzten Jahres im Rücken, können wir dieser Krise aber mit Mut und Zuversicht begegnen. Volkswagen ist ein starkes Unternehmen, mit einer starken Mannschaft. Was wir leisten können, wenn wir zusammenhalten, haben wir schon oft eindrucksvoll bewiesen“, so Brandstätter weiter.

### Erste Phase der Strategie „TRANSFORM 2025+“ erfolgreich abgeschlossen

Einen substanziellen Beitrag zur Steigerung der Wettbewerbsfähigkeit von Volkswagen liefert der Zukunftspakt. Von den geplanten 3,0 Milliarden Euro Kosteneinsparungen pro Jahr wurden bis Ende 2019 bereits 2,7 Milliarden Euro realisiert – mehr, als geplant. Die Beschäftigung wurde sozialverträglich um mehr als 10.900 Stellen reduziert. In Zukunftsfeldern hat Volkswagen mehr als 4.500 neue Arbeitsplätze geschaffen, etwa in der Digitalisierung oder der Elektromobilität.

#### Medienkontakt

Investor Relations  
Thomas Küter  
Tel: +49-5361-9-126735  
[thomas.kueter@volkswagen.de](mailto:thomas.kueter@volkswagen.de)

Volkswagen Communications  
Christoph Oemisch  
Sprecher Finance & Sales  
Tel: +49 5361 9-18895  
[christoph.oemisch@volkswagen.de](mailto:christoph.oemisch@volkswagen.de)

Dr. Marc Langendorf  
Leitung Corporate Communications  
Tel: +49 5361 9-34474  
[marc.langendorf@volkswagen.de](mailto:marc.langendorf@volkswagen.de)



Mehr unter  
[volkswagen-newsroom.com](http://volkswagen-newsroom.com)



Ihre SUV-Offensive hat die Marke konsequent umgesetzt. Die Anzahl der SUV-Modelle ist von 4 im Jahr 2016 auf inzwischen 14 gestiegen. Der SUV-Anteil liegt in Europa mittlerweile bei 37 Prozent, in den USA sogar bei über 50 Prozent. Durch die Anpassung des Produktportfolios und ein konsequentes Kostenmanagement macht Volkswagen auch sehr gute Fortschritte beim Turnaround in den Regionen.

Ralf Brandstätter: „Die erste Phase der Strategie ‚TRANSFORM 2025+‘ haben wir erfolgreich abgeschlossen. In der zweiten Phase machen wir Volkswagen nun zur Nummer 1 der E-Mobilität. Und wir wandeln uns zu einem digitalen Tech Unternehmen.“

## **2020: Schlüsseljahr für die E-Offensive der Marke**

Trotz der aktuellen Situation rund um die Corona Krise startet Volkswagen in die zweite Phase der Strategie „TRANSFORM 2025+“. Damit beginnt für die Marke eine neue Ära. Die großangelegte E-Offensive wird nun auch auf der Straße sichtbar. Der ID.3<sup>1</sup>, das erste auf der neuen Elektro-Plattform MEB basierende reine E-Auto, soll laut Plan ab Sommer an Kunden ausgeliefert werden. Darauf folgt mit dem ID.4<sup>2</sup> das erste vollelektrische SUV der Marke. Die weitere Elektrifizierung unseres konventionellen Portfolios wird unser Angebot zusätzlich ergänzen.

Volkswagen macht sich damit auf den Weg zur emissionsfreien Mobilität für alle. Bis 2022 wird die Marke E-Autos auf MEB-Basis in allen wesentlichen Fahrzeugsegmenten anbieten. Bis 2025 sollen mindestens 1,5 Millionen E-Autos pro Jahr verkauft werden. Langfristiges Ziel ist die vollständige Dekarbonisierung der Flotte und des Unternehmens bis 2050. Im laufenden Jahr soll der durchschnittliche CO<sub>2</sub>-Ausstoß der Flotte um 25 Gramm pro Kilometer reduziert werden. Die Marke ist zuversichtlich, die für 2020 geltenden Grenzwerte in der EU einzuhalten.

## **Volkswagen wandelt sich zum softwaregetriebenen Tech-Unternehmen**

Neben der Elektrifizierung wird die Marke in den kommenden Jahren auch die Digitalisierung mit Nachdruck weiter vorantreiben. Im Fokus stehen dabei zwei Kernbereiche: die Umsetzung der Roadmap Digitale Transformation sowie der Aufbau der Car.Software-Organisation.

Nach dem Auslaufen des Zukunftspakts ist die Roadmap Digitale Transformation das Anschlussprogramm, um die Marke fit zu machen für das digitale Zeitalter. So sollen neue Digital-Kompetenzen aufgebaut werden und die Organisation in allen Bereichen schneller, schlanker und wettbewerbsfähiger werden. Bis 2023 sollen auf diese Weise in der Verwaltung bis zu 4.000 Stellen wegfallen. Gleichzeitig sind 2.000 neue Digital-Arbeitsplätze geplant.

Ein Teil der neuen Jobs entsteht in der neuen Car.Software-Organisation, mit der die Marke Konzernverantwortung für den Bereich Fahrzeug-Software übernommen hat. In der neuen Einheit werden alle Software-Aktivitäten vom Betriebssystem im Auto über digitale Ökosysteme bis hin zu neuen Mobilitätsdiensten gebündelt. In einem ersten Schritt wurden bereits rund 3.000 Digitalexperten zusammengezogen. Bis 2025 sollen mehr als 10.000 Software-Ingenieure in der Einheit arbeiten.



## Finanzieller Ausblick für 2020 abhängig von Dauer und Verlauf der Corona-Krise

Der Ausblick auf die laufende Geschäftsentwicklung ist durch die Unsicherheiten im Zusammenhang mit der aktuellen Corona-Krise erschwert. Durch die zunehmend herausfordernde und dynamische Situation im Bereich der Zulieferer und Logistik kann eine stabile Versorgung der Werke nicht mehr dauerhaft gewährleistet werden. Gleichzeitig zeichnet sich ein rückläufiger Absatz in Europa ab. Die Marke Volkswagen wird deshalb die Produktion in den europäischen Werken für zunächst voraussichtlich zehn Werkstage aussetzen.

Alexander Seitz, Finanzvorstand der Marke Volkswagen, sagte: „Die Corona-Krise ist beispiellos und wird ohne Zweifel einen Einfluss auf die Geschäftsentwicklung der Marke Volkswagen haben. Wie groß die Auswirkungen sind, können wir heute noch nicht abschätzen. Wir werden alles tun, um unsere Mitarbeiter zu schützen und unser Geschäft zu stabilisieren. Wir beobachten die Situation sehr genau und werden – wo immer nötig – Maßnahmen ergreifen, um die negativen Effekte so gering wie möglich zu halten. Volkswagen hat in der Vergangenheit bewiesen, dass dieses Team mit schwierigen Situationen umgehen kann.“

## Kennzahlen der Marke Volkswagen Pkw Gesamtjahr 2019

	2019	2018	%
Auslieferungen (Tsd. Fzg.)	6.278	6.245	+ 0,5
Umsatz (Mio. €)	88.405	84.585	+ 4,5
Operatives Ergebnis vor Sondereinflüssen (Mio. €)	3.785	3.239	+ 16,9
Operative Umsatzrendite (in %)	4,3	3,8	+ 0,5
Netto-Cashflow vor Sondereinflüssen (Mio. €)	2.827	-446	

<sup>1)</sup> Das Fahrzeug wird in Europa noch nicht zum Verkauf angeboten.

<sup>2)</sup> Das Fahrzeug ist eine seriennahe Studie.

---

### Über die Marke Volkswagen:

Die Marke Volkswagen Pkw ist weltweit in mehr als 150 Märkten präsent und produziert Fahrzeuge an mehr als 50 Standorten in 14 Ländern. Im Jahr 2019 hat Volkswagen rund 6,3 Millionen Fahrzeuge ausgeliefert, hierzu gehören Bestseller wie Golf, Tiguan, Jetta oder Passat. Derzeit arbeiten weltweit 195.878 Menschen bei Volkswagen. Hinzu kommen mehr als 10.000 Handelsbetriebe mit 86.000 Mitarbeitern. Volkswagen treibt die Weiterentwicklung des Automobilbaus konsequent voran. Elektromobilität, Smart Mobility und die digitale Transformation der Marke sind die strategischen Kernthemen der Zukunft.

---