

NR. 47/2024

Volkswagen Group geht in die Offensive: Konzern stärkt in China Technologiekompetenz und senkt Kosten

- **„In China, für China“: Neue China-Strategie mit erheblich höherer Wertschöpfung in China zielt auf stärkere lokale Markt- und Kundenorientierung ab. Deutlich gesteigerte eigene Entwicklungs- und Software-Kapazitäten und lokale Partnerschaften sind die Basis neuer Produkte mit modernsten Technologien.**
- **Kostenparität zum lokalen Wettbewerb: Der Volkswagen Konzern strebt mit seiner lokal entwickelten China Main Platform (CMP) eine 40-prozentige Kostenreduzierung an. Diese ist maßgeblicher Baustein zur Erreichung der Kostenparität zum lokalen Wettbewerb im preissensiblen Segment der batterieelektrischen (BEV) Kompaktfahrzeuge.**
- **Marktposition als führender internationaler Hersteller: Der Volkswagen Konzern beabsichtigt, das anteilige operative Ergebnis bis 2030 auf rund 3,0 Milliarden Euro zu steigern inkl. des vollkonsolidierten Anhui Joint Ventures.**
- **Einzigartige Stellung: Robustes Verbrennergeschäft (ICE) als hochprofitable Basis für die Transformation hin zu intelligenten, vernetzten Fahrzeugen (ICV).**
- **Erschließung neuer Profit-Pools: Profitables Wachstum durch chinaspezifisches Produktportfolio in sich dynamisch entwickelndem Markt für hybride und vollelektrische Fahrzeuge (NEV).**
- **Volkswagen Group CEO Oliver Blume: „China ist unser zweiter Heimatmarkt. Wir treiben unsere Strategie weiter strukturiert voran und gehen beim Umsetzen in die Offensive. Wir konzentrieren uns dabei auf die Erwartungen unserer chinesischen Kundinnen und Kunden sowie auf schnellere Markteinführungen unserer Produkte. Gleichzeitig forcieren wir zukunftsweisende Technologien, steigern die Kosteneffizienz und vertiefen lokale Partnerschaften.“**

Wolfsburg / Peking, 24. April 2024 – Volkswagen leitet die nächste Phase seiner Transformation in China ein. Auf seinem China Capital Markets Day in Peking präsentierte der Volkswagen Konzern sein Strategie-Update für den chinesischen Markt. Im Mittelpunkt steht dabei das Ziel, Technologiekompetenz zu stärken und die Kosten in dem stark wachsenden Markt zu senken. Der Konzern plant, bis 2026 Kostenparität zum lokalen Wettbewerb im Kompaktsegment zu erreichen und durch eine neu ausgerichtete Strategie sowie durch ein bereits gestartetes Effizienzprogramm weiter an Dynamik zu gewinnen. Darüber hinaus unterstrich das Unternehmen sein Bekenntnis zu seiner Strategie „in China, für China“: Es stellte Maßnahmen

VOLKSWAGEN GROUP

vor, um den Ansprüchen der chinesischen Kunden noch mehr zu entsprechen, Modellentwicklungen und Markteinführungen zu beschleunigen sowie Kosten erheblich zu senken. Zudem sollen durch mehr eigene Entwicklungskapazitäten sowie starke, lokale Partnerschaften die Innovationskraft des Marktes besser genutzt und die lokale Wertschöpfung gesteigert werden. Dadurch will das Unternehmen auf dem chinesischen Markt seine Position als Nummer 1 der internationalen OEMs weiter stärken. Bis 2030 hat sich Volkswagen ehrgeizige Ziele gesetzt: Rund 4 Millionen verkaufte Fahrzeuge und ein Wachstum des anteiligen operativen Ergebnisses auf rund 3,0 Milliarden Euro inklusive des vollkonsolidierten Anhui Joint Ventures.

„In den vergangenen 40 Jahren haben wir ein robustes und sehr erfolgreiches Geschäft in China aufgebaut. China ist ein sehr wichtiger Markt für uns und das wird er auch bleiben. Rund 50 Millionen unserer Fahrzeuge sind auf chinesischen Straßen unterwegs, jedes dritte unserer Fahrzeuge weltweit verkaufen wir in China. Wir sind deshalb stolz darauf, China als unseren zweiten Heimatmarkt zu bezeichnen“, sagte Oliver Blume, CEO der Volkswagen Group auf dem Capital Markets Day in Peking. „Mit Blick auf die Zukunft treiben wir unsere „In China, für China“-Strategie strukturiert voran. Der Kurs ist gesetzt und wir wollen ab 2026 verstärkt von der Wachstumsdynamik des Marktes profitieren. Im Fokus stehen dabei die konsequente Umsetzung der Strategie, die weiter verstärkte Kundenorientierung und eine beschleunigte Modellentwicklung. Gemeinsam mit unseren Partnern erhöhen wir zudem unsere technologische Wettbewerbsfähigkeit und senken Kosten signifikant.“

Auf Augenhöhe bei den Kosten mit lokalen BEV-Wettbewerbern im Kompaktsegment

Mit seiner Strategie will Volkswagen bis 2026 gegenüber dem lokalen Wettbewerb Kostenparität bei Einstiegsmodellen der Kompaktklasse erreichen. Dieses Segment soll in Zukunft mehr als 50 Prozent des Gesamtmarktes ausmachen.

Um von diesem Wachstum zu profitieren, wird der Konzern über seine Marke Volkswagen und auf Basis seiner China Main Platform (CMP) sein vollelektrisches Portfolio in die Kompaktklasse erweitern. Die CMP zielt darauf ab, die Kosten bis 2026 um 40 Prozent zu senken, insbesondere durch die in Zusammenarbeit mit XPENG entwickelte zonale Elektrik/Elektronik (E/E) Architektur sowie wettbewerbsfähige Batterietechnologie. Darüber hinaus wird durch den Einsatz der „China Electrical Architecture“ (CEA) eine weitere Standardisierung der digitalen Architektur und damit eine höhere Kosteneffizienz erreicht. Mit der Implementierung der neuen CEA beschleunigt die Marke Volkswagen ihr Entwicklungstempo zudem erheblich.

Auf dem dynamisch wachsenden chinesischen Markt bringt Volkswagen Innovationen so schneller zu Kunden. Dank der neuen lokalen Struktur mit der Volkswagen Group China Technology Company (VCTC), dem konzerneigenen Forschungs- und Entwicklungszentrum in Hefei, kann der Konzern die Markteinführungszeit neuer, lokaler Produkte um 30 Prozent verkürzen.

Mit der VCTC bündelt Volkswagen in Hefei alle Entwicklungseinheiten und Entscheidungsprozesse der für den chinesischen Markt bestimmten Fahrzeuge in China.

VOLKSWAGEN GROUP

Das reduziert die Schnittstellen zwischen verschiedenen Bereichen und erhöht die Effizienz. Abstimmungen erfolgen in derselben Zeitzone und mit dem alleinigen Fokus auf den lokalen Markt. Zudem führt die Tech Company schon zu Beginn des Entwicklungsprozesses Fahrzeug- und Komponentenentwicklung sowie Beschaffung zusammen. Simultane Arbeit spart zusätzlich Zeit und ermöglicht eine optimierte Kostenstruktur. Darüber hinaus maximiert die VCTC die Kostenwettbewerbsfähigkeit durch die Fokussierung lokaler Lösungen auf Fahrzeug-, Plattform-, Modul- und Systemebene. Dazu gehören „Module von der Stange“, die von lokalen Zulieferern hergestellt werden, wo dies sinnvoll ist, und die Nutzung globaler Technologie des Volkswagen Konzerns, wo dies wünschenswert ist.

Oliver Blume sagte: „Mit dieser gesteigerten Effizienz und Geschwindigkeit, signifikanten Skaleneffekten und der starken Kostenposition ist Volkswagen auch in einem dynamischen Marktumfeld weiterhin profitabel und ertragsstark. Gleichzeitig sichern wir unsere Fähigkeit, zukünftige Investitionen zu finanzieren und dabei eine robuste Finanzposition zu gewährleisten.“

Stärkung der Wettbewerbsposition durch lokale Partnerschaften und Innovation

Der Konzern unternimmt gezielte Schritte, um die Effizienz zu steigern und die Grundlage für künftiges Wachstum in China zu schaffen, insbesondere durch die Stärkung seines Technologie- und Softwareportfolios und die Fokussierung auf seine lokalen Entwicklungskapazitäten sowie seine Partnerschaften mit lokalen Technologieunternehmen und Herstellern wie Horizon Robotics, Thundersoft und XPENG.

So treibt Volkswagen durch die gemeinsam von VCTC und CARIAD China mit dem chinesischen Elektrofahrzeughersteller XPENG entwickelte China Electrical Architecture die Digitalisierung des Modellportfolios weiter voran. Ziel ist es, die Technologie und digitalen Dienste ganz auf die Markttrends hin auszurichten und so schneller und gezielt den Wünschen der chinesischen Kunden zu entsprechen. Damit wird der softwareorientierte Ansatz gestärkt und die Entwicklung modernster Funktionen gefördert, z. B. automatisiertes Fahren und Konnektivitätsfunktionen der nächsten Generation.

China ist Innovationstreiber für autonomes Fahren, wobei erwartet wird, dass Level 3 und höheres autonomes Fahren bis 2030 eine Durchdringungsrate von 56 Prozent erreichen werden.

Volkswagens verbesserte Wettbewerbsposition spiegelt sich auch in ambitionierten mittel- und langfristigen Zielen wider: Der Konzern will sein anteiliges operatives Ergebnis bis 2027 kontinuierlich auf mehr als 2,0 Milliarden Euro steigern, bis zum Ende des Jahrzehnts sollen rund 3,0 Milliarden Euro erreicht werden. Die Gruppe hat sich in China ein ambitioniertes Absatzziel von rund 4 Millionen Fahrzeugen bis 2030 gesetzt, was einem Marktanteil von etwa 15 Prozent entsprechen würde. Jedes zweite verkaufte Fahrzeug soll bis 2030 einen elektrischen Antrieb haben.

„Der Volkswagen Konzern setzt in der Region auf einen „in China für China“-Ansatz. Das heißt: mehr lokale Entwicklung, neue Tech-Partnerschaften und mehr Umsetzungsgeschwindigkeit. Gleichzeitig beschleunigen wir unsere Elektro-Offensive mit zusätzlichen Produkten für neue Segmente. So nutzen wir die Chancen im schnell wachsenden E-Markt“, sagte Ralf Brandstätter, Konzernvorstandsmitglied für die Region China und CEO der Volkswagen Group China. „Bei allen

VOLKSWAGEN GROUP

unseren Projekten und Initiativen hat die Wirtschaftlichkeit höchste Priorität. Mit einem markenübergreifenden Effizienzprogramm und konsequenter Kostenarbeit werden wir unsere wirtschaftliche Wettbewerbsfähigkeit in China weiter nachhaltig stärken. Die Region leistet damit auch zukünftig einen starken Beitrag zum Ergebnis und Cashflow des Konzerns.“

ICE zur Finanzierung der technologischen Transformation

Die 40-jährige Marktpräsenz von Volkswagen in China bietet eine starke Grundlage für künftiges Wachstum, da die große Sichtbarkeit und Akzeptanz des Unternehmens auf dem Markt zu einem hohen Vertrauen der Kunden vor Ort führen.

Das Unternehmen plant in allen wichtigen Segmenten modernste Fahrzeuge anzubieten: ICE, PHEV und BEV - und in Zukunft auch bei ICVs. Unterstützt wird dieser Wachstumskurs durch die Dynamik bei Fahrzeugen mit elektrischen Antrieben (NEV). Bereits in den nächsten drei Jahren werden der Konzern und seine Marken in China 40 neue Modelle auf den Markt bringen, von denen die Hälfte elektrifiziert sein wird. Dazu gehören mindestens acht der geplanten China-spezifischen BEV-Modelle aus Partnerschaften mit XPENG und SAIC sowie Fahrzeuge der Marke Volkswagen auf der neuen China Main Platform. Bis 2030 sollen mehr als 30 BEV-Modelle auf den Markt kommen.

Ziel ist es, unter den internationalen OEMs führend zu sein und zu bleiben und das Unternehmen unter den Top 3 Fahrzeugherstellern auf dem chinesischen Markt zu positionieren. Diese Ambition steht im Einklang mit dem erwarteten Wachstum des chinesischen Marktes, der durch mehrere Schlüsselrends gekennzeichnet ist, die in den kommenden Jahren neue Gewinnquellen in der Automobilindustrie erschließen könnten.

Bis 2030 soll der Pkw-Gesamtmarkt pro Jahr auf über 28 Millionen Fahrzeuge anwachsen - rund sechs bis sieben Millionen Fahrzeuge mehr als gegenwärtig. Darüber hinaus wird erwartet, dass der NEV-Markt bis zum Ende des Jahrzehnts einen Anteil von etwa 75 Prozent erreicht - fast das Dreifache des Anteils im Jahr 2023.

Von diesem Marktpotenzial will der Volkswagen Konzern durch einen Mix aus technologisch führenden ICE-Fahrzeugen und einem stetig wachsenden NEV-Portfolio profitieren. Zudem kann er über seine margenstarke ICE-Flotte, die schrittweise hybridisiert wird, die Investitionen in den nächsten Technologiesprung hin zu intelligenten, vernetzten Fahrzeugen (ICV) finanzieren.

Hinweis: Die nächste Veranstaltung in der Reihe der thematischen Capital Market Days der Volkswagen Group wird sich auf die Markengruppe Core mit ihren Marken Volkswagen, Skoda, SEAT/CUPRA sowie Volkswagen Nutzfahrzeuge konzentrieren.

Christopher Hauss

Corporate Communications

Leiter Strategie und Finanzkommunikation

+49 (0) 171 876 9225

christopher.hauss@volkswagen.de | www.volkswagen-group.com

VOLKSWAGEN GROUP

Christoph Oemisch

Corporate Communications

Pressesprecher Finanzen und Vertrieb

+49 (0) 5361 9 18895

christoph.oemisch@volkswagen.de | www.volkswagen-group.com



Über den Volkswagen Konzern:

Die Volkswagen Group ist einer der weltweit führenden Automobilhersteller mit Hauptsitz in Wolfsburg, Deutschland. Sie ist global tätig und verfügt über 114 Produktionsstätten in 19 europäischen Ländern und 10 Ländern in Nord- und Südamerika, Asien und Afrika. Der Konzern beschäftigt rund 684.000 Mitarbeiter. Die Fahrzeuge der Gruppe werden in über 150 Ländern verkauft.

Mit einem konkurrenzlosen Portfolio starker globaler Marken, führenden Technologien im industriellen Maßstab, innovativen Ideen zur Erschließung künftiger Profit Pools und einem unternehmerisch denkenden Führungsteam setzt sich der Volkswagen Konzern dafür ein, die Zukunft der Mobilität durch Investitionen in elektrische und autonom fahrende Fahrzeuge, Digitalisierung und Nachhaltigkeit zu gestalten.

Im Jahr 2023 betragen die weltweiten Auslieferungen von Konzernfahrzeugen 9,2 Millionen (2022: 8,3 Millionen). Der Umsatz des Konzerns belief sich im Jahr 2023 auf 322,3 Milliarden Euro (2022: 279,1 Milliarden Euro). Das operative Ergebnis vor Sondereinflüssen betrug im Jahr 2023 22,6 Milliarden Euro (2022: 22,5 Milliarden Euro).
