

VOLKSWAGEN TRUCK & BUS

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

Volkswagen Truck & Bus auf Erfolgskurs

- **Mit hohem Tempo unterwegs. Wichtige Meilensteine erreicht**
- **Geschäftsjahr 2017 sehr erfolgreich abgeschlossen**
- **Weiterer Fahrplan mit strategischen Initiativen klar vorgezeichnet**
- **Herstellung der Kapitalmarktfähigkeit beschleunigt Weiterentwicklung der Gruppe**
- **Nutzfahrzeugmärkte weiter im Aufwind. Erfreuliche Aussichten für weiteres Wachstum der Volkswagen Truck& Bus Gruppe**

München, 16. April 2018 – Volkswagen Truck & Bus ist mit seiner Global Champion-Strategie auf Erfolgskurs. Diese positive Zwischenbilanz zieht der Vorstand knapp drei Jahre nach der Gründung, in denen das Unternehmen in der Umsetzung seiner Strategie wesentliche Meilensteine erreicht hat. Im Jahr 2015 hatte der Aufsichtsrat der Volkswagen AG entschieden, die Lkw- und Bus-Marken MAN, Scania und Volkswagen Caminhões e Ônibus unter einem Dach zu bündeln. Seitdem ist das Ziel klar: Global Champion der Branche zu werden.

„Wir sind mit hohem Tempo unterwegs und die Nutzfahrzeugkonjunktur in unseren Kernmärkten hilft uns dabei. Volkswagen Truck & Bus hat in kurzer Zeit viel erreicht und wir haben bewiesen: Gemeinsam sind wir stärker. Die Kooperation der Marken stärkt unsere Innovationskraft und schafft wichtige Synergien. Das ermöglicht Wachstum im globalen Wettbewerb und schafft klaren Mehrwert für unsere Kunden“, sagte Andreas Renschler, CEO von Volkswagen Truck & Bus und Vorstandsmitglied der Volkswagen AG, im Rahmen eines Presse Round-Tables in München.

Starke Entwicklung von Umsatz und Ergebnis auf Gruppen- und Markenebene

Dass die Bündelung der Marken der richtige Schritt war, belegt die wirtschaftliche Entwicklung der Gruppe: Seit Gründung von Volkswagen Truck & Bus im Jahr 2015 stieg der Umsatz um über 16,8 %, das operative Ergebnis vor Sondereinflüssen um insgesamt über 61,5 %. Im Geschäftsjahr 2017 erwirtschaftete Volkswagen Truck & Bus im Nutzfahrzeuggeschäft¹ einen Umsatz von 23,9 Milliarden Euro und konnte damit den Vorjahreswert um 12,1 % übertreffen. Das operative Ergebnis vor Sondereinflüssen legte um 26,8 % auf 1,7 Milliarden Euro zu, was einer operativen Rendite von 6,9 % entspricht.

Zu dieser positiven Entwicklung von Volkswagen Truck & Bus haben alle Marken der Gruppe gleichermaßen beigetragen. Der Umsatz von MAN Truck & Bus legte um 8,6 % auf 10,0 Milliarden Euro zu, das operative Ergebnis stieg deutlich um 27,9 % auf 532 Millionen Euro.

¹ Der Geschäftsbereich Power Engineering ist ein rechtmäßiger Teil der Volkswagen Truck & Bus GmbH, operativ aber nicht Bestandteil des Nutzfahrzeugbereichs.

VOLKSWAGEN TRUCK & BUS

Scania erzielte mit einem Umsatz von 12,8 Milliarden Euro ein beeindruckendes Wachstum von 13,2 %. Das operative Ergebnis legte sogar noch stärker auf 1,3 Milliarden Euro zu. Volkswagen Caminhões e Ônibus steigerte den Umsatz nach einem konjunkturell äußerst schwachen Jahr 2016 um 32,5 % auf 1,1 Milliarden Euro. Das operative Ergebnis blieb zwar aufgrund einer noch immer schwachen Nachfrage und eines starken Wettbewerbs negativ, Umsatzanstieg sowie Effizienzprogramme führten jedoch zu einem Rückgang des Verlusts auf 105 Millionen Euro.

Performance-Programme der Marken tragen Früchte

Die Zahlen für das abgelaufene Geschäftsjahr belegen eindrucksvoll den Erfolg der Maßnahmen auf Markenebene. Alle Marken der Volkswagen Truck & Bus Gruppe haben maßgeschneiderte Programme aufgelegt, um ihre Leistungsfähigkeit nachhaltig zu steigern. So konnte MAN mit seinem PACE2017-Programm sein Produktionsnetzwerk neu aufstellen, mit dem Ziel, so die Produktivität nachhaltig zu steigern. Darüber hinaus wurde mit PACE2017 die Basis für weitere Initiativen gelegt, die in Zukunft die Profitabilität nochmals steigern sollen. Mit dem Programm „Focus & Ambition“ hat Scania das Service-Portfolio erweitert, die Effizienz in der markenspezifischen Forschung und Entwicklung gesteigert und Produktkosten gesenkt. Volkswagen Caminhões e Ônibus hat 2017 insbesondere durch Kostenoptimierung die Trendwende in einem herausfordernden Marktumfeld in Brasilien geschafft. Dazu wurde die Leistungsfähigkeit des Vertriebs erhöht und die Fertigungsorganisation an die Marktkapazitäten angeglichen.

Kooperation der Marken schafft Synergien

Beim Ausbau der Marken-Kooperation spielt das Lead Engineering eine zentrale Rolle, um als Gruppe Synergien zu heben. Dabei erhält eine Marke die Projekt-Verantwortung für die gemeinsame Entwicklung einer Komponentenplattform. Auf diese Weise werden Technologien über die Marken hinweg genutzt und neue Technologien schneller zur Marktreife entwickelt. So werden beispielsweise bei der Entwicklung der gemeinsamen schweren Antriebsplattform „CBE-1“ (Common Base Engine 1) Investitionskosten von 200 Millionen Euro gespart, und der hochmoderne Motor wird künftig in jedem zweiten Lkw der Gruppe Verwendung finden. Auf diese Weise können zudem jährlich Materialkosten in Höhe von 90 Millionen Euro eingespart werden.

Auch durch die Einführung eines Baukastensystems für den Antriebsstrang von Nutzfahrzeugen kann Volkswagen Truck & Bus Synergien heben: Die einzelnen Komponenten werden so konzipiert, dass sie als Module bei Bussen und Lkw universell einsetzbar sind.

Weitere Synergieeffekte erzielt Lead Buying mit einem gemeinsamen Beschaffungskonzept der eigenen Nutzfahrzeugmarken bis hin zu den Volumen aus den weltweiten strategischen Partnerschaften.

VOLKSWAGEN TRUCK & BUS

Weiterer Ausbau der globalen Marktposition

In seinen Kernmärkten ist Volkswagen Truck & Bus bereits heute Marktführer: In Deutschland haben seine Marken einen Marktanteil² von 35 %, in Europa³ liegt der Anteil fast bei einem Drittel und in Brasilien bei starken 40 %.

Ein weiterer zentraler Pfeiler der Global Champion-Strategie ist die Expansion in Märkte in denen das Unternehmen bislang nicht präsent war. Dabei setzt das Unternehmen auch auf strategische Allianzen in Wachstumsmärkten: Mit Navistar in Nordamerika, Sinotruk in China und dem jüngsten Partner Hino Motors in Japan und Asien. Über Navistar hat Volkswagen Truck & Bus einen direkten Zugang zu den NAFTA-Staaten, dem größten Nutzfahrzeugmarkt der Welt. Seit der Gründung der Allianz im Jahr 2017 haben beide Unternehmen die Kooperation bei gemeinsamen Motor- und Antriebstechnologien forciert. In der Beschaffung konnten die Partner über ein Joint Venture schon innerhalb des ersten Jahres signifikante Synergien realisieren. In China ist MAN am größten Hersteller von schweren Lkw Sinotruk beteiligt. 2017 verzeichnete dieser ein starkes Umsatzplus von 68 % auf 55,5 Milliarden RMB. Um seine Position in Asien weiter zu stärken, ist Volkswagen Truck & Bus jüngst eine strategische Partnerschaft mit dem japanischen Unternehmen Hino Motors eingegangen, einem der führenden Lkw- und Bus-Hersteller Asiens.

Die Zukunft der Transportbranche gestalten

Volkswagen Truck & Bus ist bei Zukunftstechnologien der Branche stark positioniert, etwa beim automatisierten Fahren, bei alternativen Antrieben oder der Konnektivität. Um die Entwicklung im Digitalbereich und bei neuen Geschäftsmodellen zu forcieren, wird Volkswagen Truck & Bus seine digitalen Angebote in einer neuen Einheit bündeln: Volkswagen Truck & Bus Digital Services. Damit will das Unternehmen die digitale Vernetzung des Transports entlang der gesamten Wertschöpfungskette vorantreiben. Die erste Marke unter diesem neuen Dach wird RIO sein. Das Angebot der 2016 vorgestellten Marke bietet Kunden die Möglichkeit, ihre Infrastruktur zu digitalisieren. Bereits heute fahren über 360.000 vernetzte Lkw von MAN und Scania auf Europas Straßen. Zusammen mit der Navistar-Flotte erhöht sich diese Zahl auf 650.000 vernetzte Lkw.

Klarer Fahrplan zur Umsetzung der Strategie

Die 2015 geschaffene Matrixorganisation aus Markenverantwortlichkeiten und übergreifenden Funktionen ist das starke Fundament für die weitere Entwicklung von Volkswagen Truck & Bus. Die vier zentralen Pfeiler der Global Champion Strategie definieren die Schwerpunkte auf die sich das Unternehmen auf seinem Weg in die Zukunft konzentriert:

1. Weitere Verbesserung der Marken Performance unter Berücksichtigung der jeweiligen eigenen Identitäten, Stärken und Profile

² Zugelassene Lkw >6t 2017

³ EU28 sowie Schweiz und Norwegen

VOLKSWAGEN TRUCK & BUS

2. Intensivierung der Zusammenarbeit zwischen den Marken und Erreichen weiterer Synergien
3. Ausbau der globalen Präsenz, um weitere Größeneffekte und Wettbewerbsvorteile zu realisieren
4. Entwicklung neuer Lösungen für die Transportbranche von morgen

Beschleunigung der Global Champion-Strategie durch Projekt Next Level

„Wir wollen Global Champion in unserer Industrie werden. Unsere starken Marken und unsere hoch motivierte Mannschaft bilden die besten Voraussetzungen, dieses Ziel zu erreichen. Auf der nächsten Etappe machen wir Tempo. Daher haben wir Next Level gestartet. Dieses umfassende Projekt wird die Transformation unseres Unternehmens von der Start-up Phase der vergangenen Jahre zu einem echten Global Champion beschleunigen und die Kapitalmarktfähigkeit zügig herstellen“, so Andreas Renschler.

Auf dem Weg zur Kapitalmarktfähigkeit wird Volkswagen Truck & Bus Strukturen und Prozesse etablieren, die das Unternehmen noch schneller, effizienter und innovativer machen sollen. Durch die Kapitalmarktfähigkeit eröffnet sich das Unternehmen neue Finanzierungsmöglichkeiten für Zukunftsinvestitionen, um das profitable Wachstum nachhaltig zu stärken.

„Wir kommen gerade so richtig in Fahrt. Durch unsere strategischen Partnerschaften sind wir jetzt in wesentlichen Märkten unterwegs. Der weitere Fahrplan ist entlang der Global Champion-Initiativen klar definiert. Für das Jahr 2018 haben wir uns viel vorgenommen und arbeiten mit viel Motivation und Manpower an der erfolgreichen Umsetzung“, ergänzt Matthias Gründler, CFO von Volkswagen Truck & Bus.

Positiver Ausblick für das Lkw- und Bus-Geschäft

Volkswagen Truck & Bus erwartet auch im laufenden Geschäftsjahr eine Fortsetzung der erfolgreichen Entwicklung. Bei den weltweiten Neuzulassungen von Lkw und Bussen in den kommenden Jahren rechnet Volkswagen Truck & Bus in den für das Unternehmen relevanten Märkten mit einer insgesamt stabilen Entwicklung. Einem leichten Wachstum in den NAFTA-Staaten, dem größten Nutzfahrzeugmarkt der Welt, steht ein leichter Rückgang in Europa gegenüber. Der asiatische Markt außerhalb Chinas sollte insgesamt deutlicher wachsen. Der südamerikanische Markt dürfte von einer stärkeren Erholung in Brasilien profitieren. Dank der global stabilen Aufstellung kann das Unternehmen Phasen schwächeren Wachstums in einzelnen Märkten mit positiven Entwicklungen in anderen Regionen ausgleichen.

VOLKSWAGEN TRUCK & BUS

Kontakt:



Julia Kroeber-Riel
Head of Group Communications & Governmental Affairs
Volkswagen Truck & Bus GmbH
Tel.: +49 152 58870900
julia.kroeber-riel@vwtb.com



Sebastian Rausch
Financial Media Relations
Volkswagen Truck & Bus GmbH
Tel.: +49 174 9403059
sebastian.rausch@vwtb.com

www.vwtb.com

Die Volkswagen Truck & Bus GmbH ist eine 100 %ige Tochtergesellschaft der Volkswagen AG und gehört mit ihren Marken MAN, Scania und Volkswagen Caminhões e Ônibus zu den weltweit führenden Nutzfahrzeugherstellern. Im Jahr 2017 setzten die Marken der Volkswagen Truck & Bus GmbH insgesamt rund 205.000 Fahrzeuge ab. Das Angebot umfasst leichte, mittelschwere und schwere Lkw sowie Busse, die an 31 Standorten in 17 Ländern produziert werden. Zum 31. Dezember 2017 beschäftigte das Unternehmen in seinen Nutzfahrzeugmarken weltweit rund 81.000 Mitarbeiter. Die Gruppe hat den Anspruch, das System Transport neu auszurichten – mit ihren Produkten, ihren Dienstleistungen und als Partner ihrer Kunden.