

VOLKSWAGEN

AKTIENGESELLSCHAFT

Halbjahres-Pressekonferenz 2018

Sendesperrfrist!

Veröffentlichung frei
ab 01. August 2018, 10.00 Uhr

„Auf Wachstumskurs“

01. August 2018



Halbjahres-Pressekonferenz

01. August 2018 | Wolfsburg

Rede

Es gilt das gesprochene Wort

1. Dr. Herbert Diess

Vorstandsvorsitzender der Volkswagen AG und
Vorsitzender des Markenvorstands Volkswagen Pkw

2. Charts

Teil I

Guten Morgen, meine Damen und Herren, und herzlich Willkommen bei Volkswagen. Danke, dass Sie unserer Einladung gefolgt sind!

Im Fokus stehen heute vor allem die Geschäftszahlen der ersten sechs Monate – und unser Ausblick in einem weiter anspruchsvollen Umfeld. Im ersten Halbjahr konnten wir Auslieferungen, Umsatz und Ergebnis erneut steigern. Teilweise sogar deutlich. Frank Witter wird dazu gleich mehr sagen.

Zu Beginn will ich die Gelegenheit nutzen und ein kurzes Fazit ziehen – auch zu den vergangenen drei Monaten. Zunächst die Kennzahlen:

- Unsere Marken haben im ersten Halbjahr 5,5 Mio. Fahrzeuge an Kunden ausgeliefert, so viele wie nie zuvor.
- Die Umsatzerlöse stiegen um 3,5 Prozent auf 119,4 Mrd. Euro.
- Das Operative Ergebnis vor Sondereinflüssen legte um 9,8 Prozent auf 9,8 Mrd. Euro zu. Allerdings haben uns Sondereinflüsse aus der Dieselkrise mit 1,6 Mrd. Euro belastet.

Diese guten Ergebnisse haben wir unter anspruchsvollen Bedingungen erreicht. An dieser Stelle herzlichen Dank an unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern. Die harte Arbeit hat sich gelohnt.

Und wir brauchen auch in den kommenden Monaten eine motivierte, einsatzfreudige Belegschaft, um die Herausforderungen zu meistern, die vor uns liegen. Dazu gleich mehr.

Meine Damen und Herren,

unser anhaltendes Wachstum zeigt: Die vielen neuen Modelle unserer Marken überzeugen die Kunden weltweit. Vor allem unsere SUV-Offensive ist erfolgreich: mit Modellen wie dem VW Touareg und T-Roc, dem ŠKODA Kodiaq und Karoq, dem SEAT Arona oder dem neuen Audi Q8. Wir verfügen in allen Marken über eine starke Produksubstanz. Qualität setzt sich durch. Und wir werden in den kommenden Monaten alles daransetzen, weltweit das Vertrauen unserer Kunden zurückzugewinnen und weiter zu stärken.

Das ist der Anspruch, mit dem ich am 13. April meine neue Aufgabe als CEO des Volkswagen Konzerns angetreten bin. Unser Ziel ist, Volkswagen bei Ertragsstärke, Innovationskraft, Nachhaltigkeit und bei der Kunden-zufriedenheit zum führenden Unternehmen in unserer Industrie zu machen. So wollen wir den Wandel des Automobils an vorderster Linie gestalten. Für eine belastbare Zwischenbilanz ist es heute noch zu früh. Aber wir haben in den vergangenen dreieinhalb Monaten vieles angestoßen und erreicht.

Unsere vielleicht wichtigste Aufgabe bei Volkswagen ist und bleibt der kulturelle Wandel. Dazu gehört etwa, dass wir uns auf dem Treffen unserer Top-Management-Kräfte im Juni intensiv mit der Diesel-Krise beschäftigt haben. In diesem Zusammenhang haben sich die 350 wichtigsten Manager im Konzern auf ein gemeinsames Zielbild und ein Führungsverständnis für das „neue“ Volkswagen verständigt.

Mit dem Konzern- Programm „Together4Integrity“ bündeln und verstärken wir künftig alle Aktivitäten rund um Kultur, Integrität und Compliance. Dabei arbeiten wir intensiv und gut mit dem US-Monitor Larry Thompson und seinem Team zusammen. Wir sehen das als Chance, ein in jeder Hinsicht besseres Unternehmen zu werden.

Im Frühjahr hat der Monitor seinen ersten Bericht veröffentlicht. Er gibt 32 konkrete Empfehlungen, die wir bis Ende August umsetzen werden. Zusätzlich enthält der Bericht auch sogenannte Beobachtungen – darunter Themen, bei denen wir als Konzern Fortschritte gemacht haben. Vor allem die Technische Entwicklung bekommt Lob.

Leider erleben wir bei der Aufarbeitung der Dieselkrise aber auch immer wieder Rückschläge. Zuletzt die Festnahme von Rupert Stadler. Wir hoffen, dass die Staatsanwaltschaft den Sachverhalt schnell aufklären kann. Wichtig ist, dass Audi handlungsfähig bleibt. Deshalb an dieser Stelle herzlichen Dank an Bram Schot, der die Funktion vorübergehend übernommen hat. Er ist engagiert und mit viel Energie gestartet.

Darüber hinaus gibt es in der Bewältigung der Dieselkrise Fortschritte zu verzeichnen:

- In den USA liegen inzwischen alle Genehmigungen für die technischen Umrüstungen vor.
- Allein in Deutschland haben wir nahezu 2,2 Mio. Diesel umgerüstet. Das sind mehr als 95 Prozent der betroffenen Fahrzeuge. Mit der Umweltprämie haben wir über 210.000 alte Diesel-Fahrzeuge von der Straße geholt. Wir zahlen unseren substanziellen Beitrag in den Umweltfonds der Bundesregierung ein. Und wir werden auch weiter aktiv daran mitarbeiten, dass Fahrverbote vermieden werden.
- Die Task-Force Diesel bei Audi hat die internen Analysen der V-TDI-Motoren abgeschlossen und den Behörden vorgelegt.

- Den Bußgeldbescheid der Staatsanwaltschaft Braunschweig im Zusammenhang mit der Diesel-Krise haben wir akzeptiert – und sind damit einen wichtigen Schritt weiter bei der juristischen Aufarbeitung in Deutschland.

Auch die strategische Neuausrichtung von Volkswagen haben wir vorangetrieben – und dabei das Tempo wie angekündigt erhöht. Beispielsweise mit mehr unternehmerischer Flexibilität in unseren operativen Einheiten:

- Die Verselbständigung von Truck&Bus kommt gut voran: Mit der strategischen Partnerschaft mit HINO in Japan. Mit der Umwandlung in eine AG auf dem Weg zur Kapitalmarktfähigkeit. Und mit der Umbenennung in die Traton Group zur Betonung der Eigenständigkeit. Die nächsten Schritte werden zeitnah folgen.
- Die Volkswagen Komponente wird künftig zusammen mit der Beschaffung in einem Vorstandsressort geführt. Das sichert Synergien und verbessert die Make-or-buy-Entscheidung. Ab Januar 2019 läuft die Komponente dann als eigene unternehmerische Einheit unter dem Dach der Volkswagen AG. So schaffen wir die Voraussetzungen für mehr Effizienz, Flexibilität und Zukunftsfähigkeit unserer Konzern-Komponente mit ihren weltweit 56 Werken und 80.000 Mitarbeitern.

Der zweite entscheidende Punkt: Wir gehen zukunftsweisende Allianzen ein.

- AUDI hat mit Hyundai eine weitreichende Partnerschaft für die Brennstoffzellen-Technologie vereinbart.
- Gemeinsam mit Ford arbeiten wir an einer strategischen Zusammenarbeit, die beiden Seiten große Potenziale bietet. Allein bei unseren leichten Nutzfahrzeugen rechnen wir mittelfristig mit Synergien von mehr als 400 Mio. Euro pro Jahr. Details werden wir voraussichtlich bis Ende des Jahres bekanntgeben.

- Und: Volkswagen wird größter Anteilseigner an QuantumScape. Unser 100 Mio. Dollar-Investment ist ein wesentlicher Baustein der Konzern-Batteriestrategie. Ein langfristiges Ziel ist die Errichtung einer Produktionsanlage für Feststoffbatterien bis 2025.

Auch in den Regionen haben wir wichtige Projekte auf den Weg gebracht:

- Das Projekt INDIA 2.0 ist gestartet: ŠKODA übernimmt die Regionalverantwortung für Indien. Bis 2021 ist rund 1 Mrd. Euro eingeplant für eine markenübergreifende Modelloffensive im Kleinwagen-Segment, auf Basis der MQB-A0-Plattform. Durch gestiegene regulatorische Anforderungen bieten sich hier für uns auch in Indien neue Chancen.
- Der Turnaround in Südamerika ist auf gutem Weg, mit neuen marktgerechten Produkten wie dem VW Polo oder dem Virtus auf MQB-Basis.
- Für China haben wir eine neue Produkt- und Technologieoffensive verabschiedet, mit Fokus auf kompakten E-Fahrzeugen. Gemeinsam mit unseren Joint Venture Partnern wollen wir dort bis 2022 rund 15 Mrd. Euro für Zukunftstechnologien ausgeben. Wir haben das erste Elektrofahrzeug mit unserem neuen Partner JAC präsentiert. Und der Wieder-Markteintritt von SEAT in China ist beschlossene Sache.

Die neue, dezentralere Konzernstruktur, die ich Ihnen Mitte April in den Eckpunkten vorstellt hatte, haben wir ausgearbeitet und überwiegend umgesetzt.

- Wir verteilen die Führungsaufgaben im Konzern auf mehrere Schultern. So liegt beispielsweise die Verantwortung für die Produktion beim Porsche-Vorstand.
- Die Struktur und Arbeitsweise der Markengruppen Volumen, Premium und Sport & Luxury ist definiert und wird bereits gelebt.

- Wie angekündigt haben wir auch die Regionalverantwortung der Marken definiert.
- Und wir haben der Bürokratie den Kampf angesagt, auch in der Zentrale. Der Aufwand für die Konzernsteuerung soll sich in den nächsten Jahren deutlich verringern. Der Konzernvorstand konzentriert sich auf die übergeordneten strategischen Fragen. In den Markengruppen setzen wir weiter auf starke, eigenständige Marken – gesteuert durch einen schlanken Konzern. Mit dem Führungsprinzip der maximalen Subsidiarität stärken wir die Eigenverantwortung unseres Managements.

Die neue Struktur haben wir zum 1. Juli in allen Bereichen implementiert. Dabei haben wir auch neue Schlüsselfunktionen für „Fahrzeug-IT“ und „Mehrmarkenstrategie“ in meinem Ressort eingerichtet. Das Ziel: Wir wollen das Digitalisierungstempo deutlich beschleunigen und Synergien auch zwischen den Markengruppen konsequenter nutzen.

Zur Erneuerung von Volkswagen gehört auch, dass wir uns personell verstärken. Stefan Sommer wird zum 1. September neuer Konzern-Vorstand für Beschaffung und Komponente. Markus Duesmann wird so schnell wie möglich Mitglied des Volkswagen Konzernvorstands werden. Beide zählen zu den erfahrensten und profiliertesten Automobilmanagern, mit ausgewiesener technischer Kompetenz.

Wir freuen uns auf die Verstärkung. Sie ist Teil eines nun schon drei Jahre andauernden Erneuerungsprozesses der Führungsmannschaft von Volkswagen. Die externe Expertise wird uns helfen, auch weil wir in Folge der Diesel-Krise – insbesondere in der Technischen Entwicklung – Vorstände und damit technische Kompetenz verloren haben. Diese Kompetenz bauen wir jetzt wieder auf. Und wir setzen dabei bewusst auch auf Impulse von außen.

Aber wir rekrutieren auch aus den eigenen Reihen: Thomas Sedran, der bislang die Konzernstrategie verantwortet hat, wird zum 1. September Vorstandsvorsitzender der Marke Volkswagen Nutzfahrzeuge.

Auch den Chief Operating Officer der Marke VW haben wir inzwischen bestimmt: Ich freue mich, dass Ralf Brandstätter das operative Geschäft bei Volkswagen steuern wird. Aufgrund seiner Expertise im Konzern und in unserer Industrie insgesamt ist er für mich die ideale Verstärkung an dieser Stelle.

Meine Damen und Herren, wir machen Tempo. Die Zukunftsfragen der Mobilität drängen. Dazu gleich mehr. Zunächst stellt Ihnen Frank Witter jetzt unsere Halbjahreszahlen im Detail vor.

Teil II

Danke, Frank. Meine Damen und Herren, die Halbjahresbilanz des Volkswagen Konzerns ist erfreulich. Wir bestätigen unseren Ausblick vor Sondereinflüssen für das laufende Jahr. Aber wir können und werden uns darauf nicht ausruhen. Vor uns liegen mittelfristig große Herausforderungen und Anstrengungen.

Rückenwind im zweiten Halbjahr erwarten wir von der Fortsetzung unserer Modelloffensive. Die neuen SUVs, die 2017 gestartet sind, erleben jetzt ihr erstes volles Jahr und werden auf weitere Märkte ausgerollt. Die Produkte kommen sehr gut an. Insgesamt bringen unsere Pkw-Marken 2018 konzernweit mehr als 70 neue Autos zu den Kunden. Darunter Neuheiten wie der Audi Q8 und kompakte Volkswagen SUVs für China. Aber auch wichtige Nachfolger wie der VW Touareg oder der Audi A6.

Auf der Risikoseite stehen die geopolitischen Unsicherheiten, volatile Wechselkurse und die Folgen der Dieselkrise. Wir freuen uns, dass sich der Handelsstreit zwischen den USA und Europa den USA zu entspannen scheint. Dennoch weiten sich protektionistische Tendenzen weltweit aus. Das größte Volumen- und Ergebnisrisiko ergibt sich für Volkswagen aber durch die laufende Umstellung auf den WLTP-Prüfzyklus.

Wir haben uns so frühzeitig wie möglich auf die sehr kurzfristige Umstellung vorbereitet, die zum 1. September 2018 greift. Die technische Bewältigung der Dieselkrise hat uns zusätzliche Anstrengungen und Ressourcen gekostet. Die deutlich aufwändigeren Messungen finden nun nach einem markenübergreifend koordinierten Zeitplan statt. Für unseren Konzern bedeutet das – auch aufgrund der großen Modellvielfalt – eine besondere Herausforderung.

Für jede einzelne unserer über 260 Motor-Getriebe-Varianten erhöht sich der Prüfaufwand um ein Vielfaches. Daneben spielen auch äußere Faktoren eine Rolle, wie z.B. die Verfügbarkeit der Technischen Dienste sowie der Kapazitäten der jeweiligen Genehmigungsbehörden. Das alles führt dazu, dass es im Zeitraum zwischen August und Oktober zu Engpässen bei bestimmten Modellvarianten kommt. Das hat Auswirkungen auf die Werksauslastungen. In dieser Zeit wird es zu Schließtagen an unseren Standorten kommen. Wir tun alles, um die Risiken zu begrenzen und die Engpässe schnell zu überwinden.

Ausdrücklich bestätigen wir unser Ziel für die Auslieferungen für das Gesamtjahr. Aber klar ist: Das wird im zweiten Halbjahr ein Kraftakt, auch auf der Margenseite.

Meine Damen und Herren,

mit der Konzernstrategie 2025 haben wir einen tragfähigen Zukunftsplan. Er setzt die richtigen Schwerpunkte. Die Marken haben sich daran orientiert und ihre Strategien daraufhin ausgerichtet. Wir werden im weiteren Strategieprozess an der ein oder anderen Stelle gegebenenfalls adjustieren. Aber: Die Richtung stimmt.

Unsere finanziellen Ziele sind in der Planung festgelegt. Sie sind anspruchsvoll. Insbesondere in den Jahren 2019 und 2020 braucht es große Anstrengungen, um unsere Ziele zu erreichen. Die Margen in der gesamten Industrie geraten stärker unter Druck: Einerseits müssen wir viel Geld und Ressourcen investieren, um die CO2-Vorgaben zu erreichen. Dazu investieren wir weiterhin in die Optimierung unserer Verbrennungsmotoren. Auf der anderen Seite gehen wir mit hohen Vorleistungen in die Elektromobilität und die Digitalisierung. Die geplanten Renditen unserer E-Autos werden zu Beginn nicht auf dem Niveau der konventionellen Fahrzeuge liegen. Auch der Aufbau der nötigen Ladeinfrastruktur, an dem wir uns beteiligen, wird viel Geld kosten.

Mit Blick auf die Planungsrunde 67 ist die Anspannung also groß. Wir arbeiten intensiv an der Planung und werden sie wie gewohnt im November abschließen. Mit Blick nach vorne ist und bleibt es mein Ziel, Volkswagen insgesamt und alle Marken deutlich effizienter, produktiver und rentabler zu machen. Das heißt: Wir werden uns weiter sehr ambitionierte Ziele setzen.

Wir diskutieren gerade intensiv, wie wir die Komplexität im Produktportfolio und die Variantenanzahl reduzieren, ohne dass für den Kunden spürbare Nachteile entstehen. Das wird uns auch dabei helfen, die immer komplexeren Zulassungsregularien, wie etwa die Anforderungen aus WLTP oder RDE, besser zu bewältigen.

Als großer Volumenhersteller ist die Produktion in unseren 122 Werken weltweit einer der größten Effizienzhebel. Volkswagen hat sich über die vergangenen Jahrzehnte zu einem sehr produktorientierten Unternehmen entwickelt. Diese starke Produktorientierung ist grundsätzlich etwas Gutes, weil sie vielfach zu überlegenen Fahrzeugen geführt hat; das werden wir uns bewahren. Sie hat aber auch Effizienz und Rendite gekostet. Beispielsweise durch Änderungen an Fahrzeugen wortwörtlich bis zur letzten Minute. Und durch eine Fahrzeugentwicklung, die häufig nicht wirklich produktionsoptimiert gedacht und gearbeitet hat.

Wir müssen Volkswagen – insbesondere in den Volumenmarken – in Richtung einer deutlich stärkeren Produktions- und Prozessorientierung entwickeln. Aber ohne die überlegene Produksubstanz aufzugeben, die uns erfolgreich macht.

Das ist für unser Unternehmen ein Paradigmenwechsel. Und ich freue mich, dass wir mit Oliver Blume einen ausgewiesenen Produktionsfachmann im Konzernvorstand haben, der das genauso sieht. Die ersten Ansätze sind vielversprechend: Wir wollen gemeinsam mit den Marken, über alle Werke hinweg, bis 2025 rund 30 Prozent mehr Effizienz schaffen: bei den Fabrikkosten, der Produktivität und Investitionen. Auch die Umweltkennzahlen unserer Standorte wollen wir deutlich verbessern – um bis zu 50 Prozent.

Ein kompetentes, weltweit führendes Produktionsnetzwerk ist einer der größten Hebel für die Wertsteigerung des Volkswagen Konzerns. Wir werden weiter herausragende Autos anbieten. Aber die Produktionsprozesse bzw. -standards werden zu einer wichtigen Maßgabe für Entwicklung und Design. Und auch in der Produktion ist die Reduzierung von Komplexität ein wesentlicher Stellhebel. Da ist uns die Konkurrenz an einigen Stellen voraus. Das wollen wir ändern.

Auch deshalb schauen wir uns im Produktionsverbund jetzt noch genauer an, wo wir welche Modelle am sinnvollsten produzieren. Es wird in Zukunft mehr Standorte geben, an denen Fahrzeuge mehrere Marken gebaut werden. Ein Beispiel: In diesem Tagen läuft hier in Wolfsburg der SEAT Tarraco an. Übrigens: Ich freue mich besonders, dass unser Stammwerk in Wolfsburg gerade erst den Lean Production-Award gewonnen hat. Das zeigt, dass wir uns in die richtige Richtung bewegen.

SEAT ist auch ein gutes Beispiel dafür, wie wir innerhalb der Markengruppe Volumen an der Positionierung und Weiterentwicklung der einzelnen Marken arbeiten. Es geht um ein klar voneinander abgegrenztes, eindeutiges Markenprofil für Volkswagen, ŠKODA, SEAT und Volkswagen Nutzfahrzeuge. Auf dieser Grundlage entscheiden wir, wer mit welchen Produkten in welchen Preissegmenten und Märkten angreift. Und so konkurrieren wir nicht länger zwischen unseren Marken, sondern primär mit dem Wettbewerb.

SEAT hat in den vergangenen Jahren eine beeindruckende Entwicklung gezeigt. Dank überzeugender Produkte mit Technologie aus den Konzernbaukästen ist die Marke aus der Dauerkrise gefahren. Im ersten Halbjahr hat SEAT rund 290.000 Fahrzeuge verkauft und das operative Ergebnis um mehr als 60 Prozent auf 212 Mio. Euro gesteigert. SEAT hat heute einen deutlich besseren Produktmix als noch vor wenigen Jahren und verfügt über die jüngsten Kunden im Konzernverbund.

Aber die Marke hat nach meiner Überzeugung noch mehr Potenzial. Die Cupra-Modelle und die Sub-Brand Cupra zeigen die Richtung: jung, sportlich, begehrenswert, emotional. Damit positionieren wir SEAT ein Stück nach oben, auch preislich. Dort, wo Alfa Romeo in der Markenwahrnehmung heute steht. Die Entscheidung für den Wiedereintritt der Marke SEAT in China ist ein weiterer Baustein für profitables Wachstum. Zudem hat SEAT die Regionalverantwortung für Nordafrika übernommen, wo wir gute Marktchancen sehen.

Um Profitabilität, Effizienz und Zukunftsfähigkeit geht es auch beim im November 2016 geschlossenen Zukunftspakt in der Marke Volkswagen. Er hat bereits gute Ergebnisse gebracht: Die operative Rendite der Marke hat sich weiter verbessert, sie lag zum ersten Halbjahr bei 5,0 Prozent vor Sondereinflüssen. Dazu haben neben dem erfolgreichen Start des Programms auch ein positives Marktumfeld sowie das verbesserte Ergebnis der Regionen beigetragen. An dieser Stelle Danke an den Betriebsrat und alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.

Die Rahmenbedingungen für unser Geschäft verändern sich mit hoher Geschwindigkeit. Der Wettbewerb wird schärfer. Die regulatorischen Anforderungen anspruchsvoller. Um weiterhin wettbewerbsfähig zu bleiben, braucht Volkswagen zusätzliche Anstrengungen, insbesondere für die Zeit nach 2020. Auch, weil die notwendigen Vorleistungen für Themen wie autonomes Fahren und die digitalen Initiativen voraussichtlich noch steigen werden. Der bisherige Erfolg des Zukunftspakts hat gezeigt: VW ist veränderungsfähig.

Meine Damen und Herren,

neue, aggressive Wettbewerber aus China und von der US-Westküste drängen in unser Geschäft. Sie beherrschen vielleicht das Autobauen noch nicht so gut wie wir. Aber sie können andere Dinge besser:

- Software-Entwicklung,
- die digitale Vernetzung,
- den Aufbau eines nahtlosen digitalen Ökosystems, das die Lebenswelt der Kunden ins Auto holt.

Das sind die Themen, die das Auto von morgen prägen. Und die wir jetzt konsequent angehen. Wir brauchen hier einen massiven Kompetenzaufbau, neue Partnerschaften und Akquisitionen. Mit der Strategie 2025 ist in den vergangenen dreieinhalb Jahren schon viel Neues entstanden. Aktuell arbeiten wir daran, wie wir uns künftig gemeinsam mit externen Partnern verstärken. Es geht darum, dass wir eine konzernweite „One Digital Plattform“ aufbauen, auf der wir modellübergreifend Kunden unsere digitalen Services anbieten wollen. Hier rechne ich im zweiten Halbjahr ebenso mit Entscheidungen, wie beim Thema „Mobility-as-a-Service“. Das Ziel ist es insgesamt, unsere Softwarekompetenz massiv mit einer globalen Präsenz und neuen Partnerschaften auszubauen.

Meine Damen und Herren,

insgesamt haben wir als Konzern bis Ende 2022 mehr als 34 Mrd. Euro für die großen Zukunftstechnologien geplant: für die Elektromobilität, das autonome Fahren, neue Mobilitätsdienste sowie die Digitalisierung unserer Fahrzeuge und Werke.

In diesem und im nächsten Jahr stellen wir die Weichen für die Elektromobilität. Bis 2020 kommen konzernweit 50 neue elektrifizierte Modelle auf den Markt. In wenigen Wochen startet der Audi e-tron¹. Nächstes Jahr kommt der Porsche Taycan¹ aus Zuffenhausen. Mit dem VW I.D.¹ aus Zwickau wollen wir die „Golf“-Klasse für das Elektrozeitalter definieren. Die Vorbereitungen laufen auf Hochtouren. Mit dem I.D. R Pikes Peak¹ haben wir gezeigt, was in dieser Technologie steckt: Volkswagen hat mit einem rein elektrisch betriebenen Auto die beste Zeit in der über 100-jährigen Geschichte des legendären Bergrennens am Pikes Peak erzielt.

Auch am Schlüsselthema Batterie bzw. Batteriezelle arbeiten wir intensiv, nicht nur in Salzgitter. Wir dürfen uns langfristig nicht von wenigen asiatischen Herstellern abhängig machen. Auch deshalb hat Volkswagen seinen Anteil an QuantumScape erhöht und ein neues Gemeinschaftsunternehmen gegründet. Die Feststoffbatterie bietet perspektivisch große Chancen. Unser Ziel ist die Industrialisierung dieser Technologie.

Meine Damen und Herren,

die Zukunft des Autos ist elektrisch, digital und vernetzt. Volkswagen will und wird diese Zukunft entscheidend mitgestalten und mitprägen.

Unsere Strategie 2025 ist tragfähig. Aber für unser Ziel, ein weltweit führender Anbieter nachhaltiger Mobilität zu sein und zu bleiben, müssen wir an vielen Stellen noch deutlich beschleunigen. Vor allem beim Aufbau von Digital-Kompetenz dürfen wir keine Zeit verlieren.

Unser und mein Anspruch: Ich will ein Volkswagen, das langfristig erfolgreich und zukunftsfähig bleibt – auch im neuen Zeitalter der Mobilität. Effizient und profitabel. Innovativ und kundenorientiert. Verantwortungsvoll und respektiert. Dafür stehen wir, dafür arbeiten wir. Und jetzt freue ich mich auf Ihre Fragen.

¹ Bei den genannten Fahrzeugen handelt es sich um Studien.

**Alle Unterlagen auf einen Klick:
www.volkswagen-media-services.com
Benutzerkennung: volkswagen01
Passwort: HPG0818@wob
Gültig bis 15.08.2018**

Disclaimer

Die folgenden Präsentationen enthalten zukunftsgerichtete Aussagen und Informationen zur Geschäftsentwicklung des Volkswagen Konzerns. Diese Aussagen können mündlich oder schriftlich sein und können anhand von Begriffen wie „erwarten“, „annehmen“, „beabsichtigen“, „planen“, „glauben“, „anstreben“, „schätzen“, „werden“ oder Wörtern mit ähnlicher Bedeutung identifiziert werden. Diese Aussagen beruhen auf Annahmen, die wir auf Basis uns zum Veröffentlichungszeitpunkt zur Verfügung stehender und als realistisch erachteter Informationen getroffen haben. Diese Annahmen beziehen sich insbesondere auf die wirtschaftliche Entwicklung einzelner Länder und Märkte, die regulatorischen Rahmenbedingungen und die Entwicklung der Automobilindustrie. Die getroffenen Einschätzungen sind deshalb mit Risiken verbunden und die tatsächlichen Entwicklungen können von den erwarteten abweichen. Der Volkswagen Konzern ist derzeit zusätzlichen Risiken und zusätzlicher Unsicherheit hinsichtlich rechtshängiger Klagen und laufender Untersuchungen von Mitgliedern des Volkswagen Konzerns in mehreren Jurisdiktionen im Zusammenhang mit Unregelmäßigkeiten bei Emissionen von Dieselmotoren in bestimmten Fahrzeugen des Volkswagen Konzerns ausgesetzt. Das Ausmaß, in dem der Volkswagen Konzern durch diese rechtshängigen Klagen und laufenden Ermittlungen beeinträchtigt werden könnte, ist nach wie vor ungewiss. Folglich wird eine negative Auswirkung im Zusammenhang mit den rechtshängigen Klagen oder laufenden Ermittlungen, ein etwaiger unerwarteter Rückgang der Nachfrage oder eine ökonomische Stagnation in unseren Hauptabsatzmärkten wie zum Beispiel in Westeuropa (und insbesondere Deutschland) oder in den USA, Brasilien oder China eine entsprechende Auswirkung auf unsere Geschäftsentwicklung haben. Dasselbe gilt für den Fall einer erheblichen Veränderung der derzeitigen Wechselkurse, insbesondere im Verhältnis zum US-Dollar, Sterling, Yen, brasilianischem Real, chinesischem Renminbi oder der tschechischen Krone. Sollte eines dieser oder sollten andere Risiken eintreten oder sollten sich die diesen Aussagen zugrunde liegenden Annahmen als unrichtig erweisen, könnten die tatsächlichen Ergebnisse erheblich von den in solchen Aussagen enthaltenen oder angedeuteten Ergebnissen abweichen. Wir passen zukunftsgerichtete Aussagen nicht nachträglich an. Solche Aussagen sind am Tag ihrer Veröffentlichung gültig und können sich überholen. Diese Information stellt kein Angebot zum Tausch oder Verkauf oder zum Tausch oder Kauf von Wertpapieren dar.

1

Rückblick

Was wir in den vergangenen Monaten erreicht haben

2

Wo wir heute stehen

Finanzzahlen 1. Halbjahr 2018

3

Ausblick

Unsere Prioritäten für die kommenden Monate

1

Rückblick

Was wir in den vergangenen Monaten erreicht haben

2

Wo wir heute stehen

Finanzzahlen 1. Halbjahr 2018

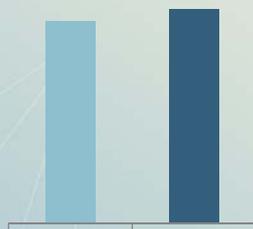
3

Ausblick

Unsere Prioritäten für die kommenden Monate

Der Volkswagen Konzern war im ersten Halbjahr 2018 sehr erfolgreich

5,5 Mio.

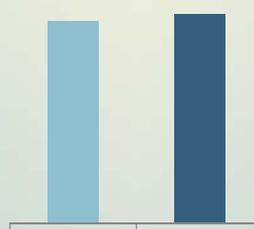


H1 2017 H1 2018

AUSLIEFERUNGEN AN KUNDEN

+7,1%
ggü. Vorjahr

€119,4 Mrd.

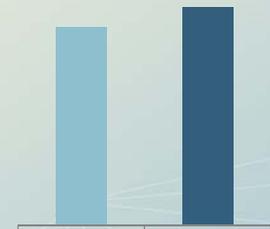


H1 2017 H1 2018

UMSATZERLÖSE

+3,5%
ggü. Vorjahr

€9,8 Mrd.



H1 2017 H1 2018

OPERATIVES ERGEBNIS
(VOR SONDEREINFLÜSSEN)

+9,8%
ggü. Vorjahr

Unsere neuen Modelle begeistern die Kunden weltweit



Bentley Bentayga V8: Kraftstoffverbrauch in l/100 km: innerorts 15,6; außerorts 9,0; kombiniert 11,4; CO2-Emissionen (kombiniert) 260 g/km; Effizienzklasse: E

Wir müssen eine neue Unternehmenskultur fördern und leben



Fairer Wettbewerb
statt Krieg



Zusammenarbeit der Marken statt
interner Wettkampf



**Offen und
aufrichtig**



Transparente Kommunikation
statt
Wagenburgmentalität

NEUE KULTUR



Multikulturell
statt
Mittellandkanal



Dezentral statt
zentralistisch



Mehr Pikes Peak
als Le Mans

Wir haben die strategische Neuausrichtung des Konzerns vorangetrieben

Verselbstständigung von Truck & Bus kommt voran

TRATON
GROUP

Volkswagen Komponente wird eigenständige unternehmerische Einheit



Komponente

Partnerschaft für Brennstoffzellen-Technologie vereinbart



Produkt- & Technologieoffensive für China verabschiedet



TOGETHER
STRATEGIE 2025

Strategische Zusammenarbeit wird geprüft



Turnaround in Südamerika auf gutem Weg



Projekt INDIA 2.0 gestartet



Volkswagen wird größter Anteilseigner



Wir verstärken den Konzernvorstand mit profilierten externen Kräften



Dr. Stefan Sommer



Markus Duesmann

1

Rückblick

Was wir in den letzten Monaten erreicht haben

2

Wo wir heute stehen

Finanzzahlen 1. Halbjahr 2018

3

Ausblick

Unsere Prioritäten für die kommenden Monate

Volkswagen Group – Key Figures (1/2)

Sales Revenue (€ billion)



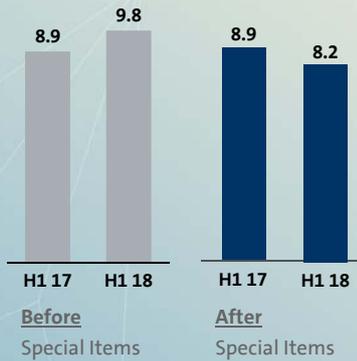
Key Drivers



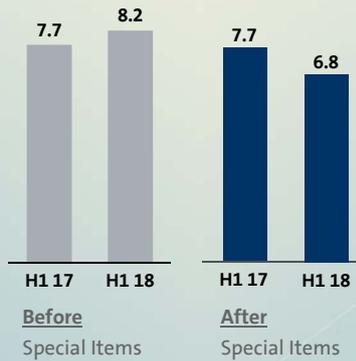
- + Volume
- + Mix
- + Commercial Vehicles
- + Financial Services
- Exchange Rates

Volkswagen Group – Key Figures (2/2)

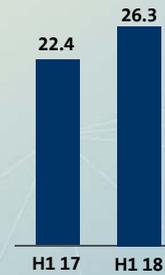
Operating Profit (€ billion)



Operating Margin (%)



Net Liquidity – Automotive Division (€ billion)

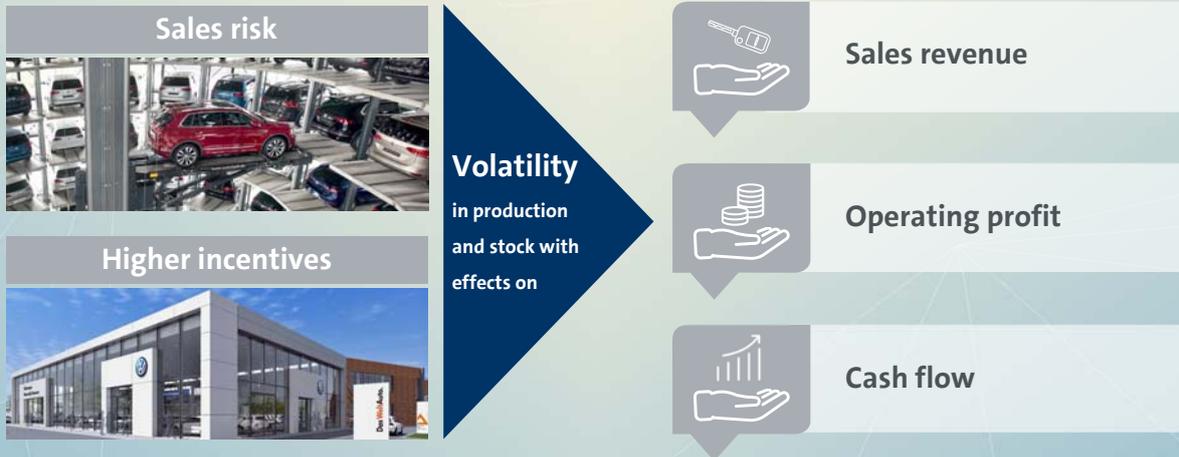


Volkswagen Group – Operating Profit by Brand and Business Field ¹⁾ (January to June 2018 vs. 2017)

€ million	2018	2017	%
Volkswagen Passenger Cars	2,130	1,776	19.9
Audi	2,761	2,680	3.0
ŠKODA	821	860	-4.5
SEAT	212	130	63.1
Bentley	-80	13	x
Porsche Automotive ²⁾	2,064	2,056	0.4
Volkswagen Commercial Vehicles	567	448	26.6
Scania ³⁾	684	673	1.6
MAN Commercial Vehicles	258	193	33.7
MAN Power Engineering	68	73	-6.8
VW China ⁴⁾	-	-	-
Other ⁵⁾	-921	-1,152	20.1
Volkswagen Financial Services	1,231	1,165	5.7
Volkswagen Group before Special Items	9,794	8,916	9.8
Special Items	-1,635	-	-
Volkswagen Group after Special Items	8,160	8,916	-8.5

¹⁾ All figures shown are rounded, minor discrepancies may arise from addition of these amounts. ²⁾ Porsche (Automotive and Financial Services): sales revenue €12,287 (11,778) million, operating profit €2,154 (2,131) million. ³⁾ Including financial services. ⁴⁾ The sales revenue and operating profit of the joint venture companies in China are not included in the figures for the Group. These Chinese companies are accounted for using the equity method and recorded a proportionate operating profit of €2,318 (2,155) million. ⁵⁾ In operating profit mainly intragroup items recognized in profit or loss, in particular from the elimination of intercompany profits; the figure includes depreciation and amortization of identifiable assets as part of purchase price allocation for Scania, Porsche Holding Salzburg, MAN and Porsche.

Volkswagen Group – Financial impact of WLTP



Volkswagen Group – Outlook for 2018



¹⁾ before Special Items.

1

Rückblick

Was wir in den letzten Monaten erreicht haben

2

Wo wir heute stehen

Finanzzahlen 1. Halbjahr 2018

3

Ausblick

Unsere Prioritäten für die kommenden Monate

Die Umstellung auf WLTP ist die größte Herausforderung im 2. Halbjahr

AUSMAß

- In EU-28 Staaten + 6 Ländern
- Gesetzliche Zulassungsregularien für alle OEMs
- Steuereinflüsse:
 - EU-Übergangsempfehlung ab dem 1. Januar 2019



AUSWIRKUNG

- CO₂ / Schadstoffausstoß- und Kraftstoffverbrauchswerte werden unter realistischeren Bedingungen berechnet
- Fahrzeugspezifische CO₂-Werte



Die Strategie 2025 bleibt die Leitlinie für den Volkswagen Konzern

TOGETHER

STRATEGIE 2025



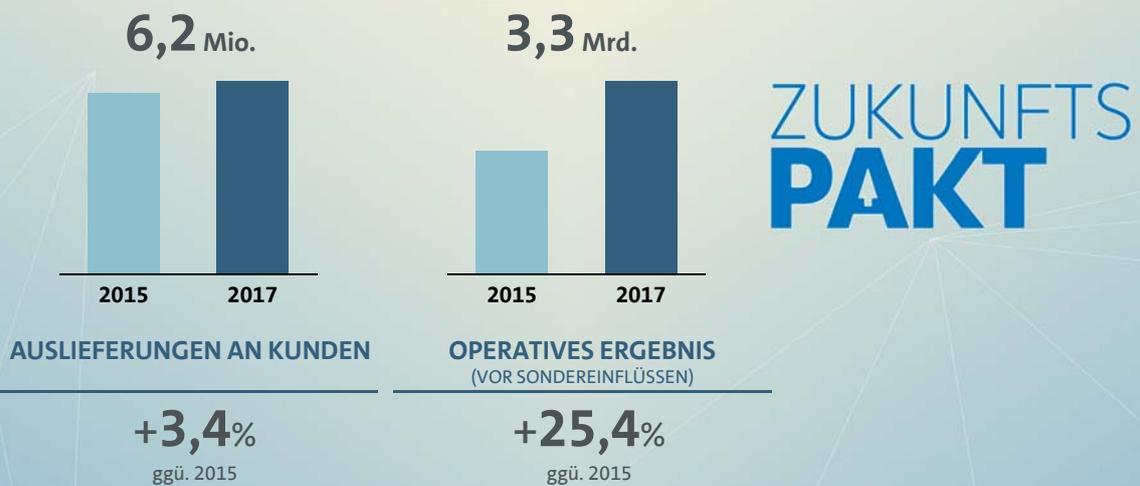
Alle gezeigten Fahrzeuge sind Studien

Wir müssen die Produktions- und Prozessorientierung im Konzern ausbauen



Die Marke SEAT wird noch emotionaler, sportlicher und begehrter

Das Ergebnis der Marke Volkswagen hat sich deutlich verbessert



Wir arbeiten an einem konzernweiten, nahtlosen digitalen Ökosystem



Das gezeigte Fahrzeug ist eine Studie

Entwicklung einer Software-Plattform

Entwicklung von vollständig vernetzten Features

Permanente Updates & Upgrades

2018 und 2019 stellen wir die Weichen für die Elektromobilität



Alle gezeigten Fahrzeuge sind Studien