

---

## Volkswagen: Mit Elektromobilität und Zuversicht

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 und beim Ergebnis zugewinnen.

Der Markterfolg spiegelt sich auch in weiter deutlich verbesserten Geschäftszahlen wider: Der Umsatz der Marke stieg im Vergleich zum Vorjahr um fünf 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 vier bis fünf Prozent. Aus der Dieseldisussion ergaben sich im abgelaufenen Geschäftsjahr, wie im Jahr zuvor, Sondereinflüsse in Höhe von 1,9 Milliarden Euro.

Wesentlicher Treiber des Erfolgs 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.

### Strategie greift

Einen substanziellen Beitrag zur Steigerung der Wettbewerbsfähigkeit von Volkswagen soll das Zukunftspaket der Strategie „Transform 2025+“ liefern. 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. Auf der anderen Seite hat Volkswagen in Zukunftsfeldern mehr als 4500 neue Arbeitsplätze geschaffen, etwa in der Digitalisierung oder der Elektromobilität.

Ihre SUV-Offensive hat die Marke konsequent umgesetzt. Die Anzahl der SUV-Modelle ist von vier 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. Ralf Brandstätter: Die erste Phase der Strategie habe die Marke 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

Trotz der aktuellen Situation rund um die Corona Krise startet Volkswagen in eine neue Ära. Die großangelegte E-Offensive wird nun auch auf der Straße sichtbar. Der ID3, das erste auf der neuen Elektro-Plattform MEB basierende rein batterieelektrische Auto, soll ab Sommer ausgeliefert werden. Darauf folgt mit dem ID4 das erste vollelektrische SUV der Marke. Die weitere Elektrifizierung des konventionellen Portfolios wird das Angebot ergänzen. Volkswagen begibt sich damit auf den Weg zur emissionsfreien Mobilität vor Ort.

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.

Ausblick im Zeichen der Corona-Krise

„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“, sagte Ralf Brandstätter, Chief Operating Officer der Marke Volkswagen bei der Vorlage der Zahlen heute. Der Ausblick auf die laufende Geschäftsentwicklung ist durch die aktuellen Unsicherheiten 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: „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.“ (ampnet/Sm)

---

## Bilder zum Artikel



Noch in Camouflage-Tarnung: Volkswagen ID3.

Foto: Auto-Medienportal.Net/Volkswagen



Noch in Camouflage-Tarnung: Volkswagen ID3.

Foto: Auto-Medienportal.Net/Volkswagen