

Zukunftsstrategie 2025: VW will Mobilität neu definieren

Von Tim Westermann

Lange hat Volkswagens-Konzernchef Matthias Müller an seiner Strategie 2025 gefeilt. In Wolfsburg erläuterte er heute nun Details. „Mit ‚Together 2025‘ haben wir den größten Veränderungsprozess in der Geschichte von Volkswagen auf den Weg gebracht. Wir wollen einer der weltweit führenden Anbieter für Mobilität werden“, betonte er. Mehr als 250 Experten haben in den zurückliegenden Monaten an der neuen Ausrichtung des Autokonzerns gearbeitet. Die Strategie „kommt aus der Mitte des Unternehmens. Thomas Sedran und seinem Team danke ich für den Einsatz“, so Müller weiter. Thomas Sedran wurde eigens als Leiter Konzernstrategie nach Wolfsburg geholt.

Die Strategie 2018 von Martin Winterkorn war ein eindeutiger Erfolg. Die im Jahr 2007 gesetzten Ziele wurden vorplanmäßig erreicht. Im operativen Ergebnis gab es eine Steigerung von 108 Prozent. Allerdings müssen jetzt Struktur, Kultur und Effizienz im Unternehmen gesteigert werden. „Dazu wird die neue Strategie einen wesentlichen Beitrag leisten“, kommentierte Müller. Im Klartext: Volkswagen hat seine Stärken in der globalen Präsenz, seiner Innovationskraft, loyalen Kunden und soliden Finanzen. Derart sei das Unternehmen für die zukünftigen Herausforderungen gut gerüstet. Die Bewältigung der Dieseldramatik werde allerdings noch einige Zeit brauchen.

Überzeugt ist Matthias Müller von „der Kompetenz und dem Einsatz unserer Mitarbeiter. Darauf können wir bauen. Die Krise wirkt wie ein Katalysator. Die Bereitschaft für Veränderung ist deutlich gewachsen“, verweist der Konzernchef auf die geplante Neuausrichtung vom reinen Automobilhersteller zu einem weltweit führenden Anbieter für Mobilität. Das Geschäft werde sich epochal wandeln. Produktinnovationen und neue Geschäftsmodelle sollen künftig ineinander greifen und parallel entstehen. Vor diesem Hintergrund ist sich die Volkswagen-Führung im Klaren, dass der Konzern effizienter werden muss im Entscheiden und Handeln. Die Marken werden in der neuen Strategie mehr Eigenständigkeit und Handlungsfreiheit bekommen. Durch die technologischen Megatrends wird der Wettbewerb härter, der Kapitalbedarf steigen und die

Rahmenbedingungen komplexer. Hier sieht Volkswagen Chancen, denn die Mobilität wird gerade durch den Kunden als eigenständiges Produkt neu definiert. „Volkswagen will die Mobilität maßgeblich mitgestalten“, gibt Müller ein Ziel aus.

Fundament für das Wachstum von morgen sind zum einen die Schärfung der Positionierung der Marken, die Entwicklung eines erfolgreichen Antriebs- und Fahrzeugportfolios, durch eine strengere Prüfung der Produktpalette vor dem Hintergrund, was die Kunden wollen. Ferner sollen unter anderem die Baukästen gestrafft werden, um sie noch besser und effizienter zu nutzen. Felder wie Batterietechnologie und autonomes Fahren rücken verstärkt in den Fokus und das Komponentengeschäft soll neu ausgerichtet werden. Bei der Elektrifizierungsoffensive wird die Marke Volkswagen als treibende Kraft beim Ausbau der E-Mobilität positioniert. Ferner soll die Batterietechnologie ein neues Kompetenzfeld von Volkswagen und E-Mobilität zu einem neuen Markenzeichen werden.

Für das Schlüsselthema „autonomes Fahren“ sollen rund 1000 Software-Spezialisten eingestellt werden. Müller nennt das Programm „Organisation 4.0“. „Wir geben uns nicht mehr der Illusion hin, alles besser zu können oder alles selber entwickeln zu müssen.“

Volkswagen müsse die Chancen nutzen, die sich aus den technologischen Megatrends ergeben. Dazu gelte es „überflüssige Pfunde abzutrainieren und zusätzliche Muskeln aufzubauen. Wir werden verantwortungsvoll und kooperativ vorgehen und Mobilität gemeinsam mit Partnern aus aller Welt neu definieren“, fasste Matthias Müller zusammen. (ampnet/tw)

Bilder zum Artikel



Matthias Müller.
