
Volkswagen ist zurück in der Spur

Von Tim Westermann

Volkswagen ist wieder zurück in der Spur. In Wolfsburg gab der Vorstand der Marke, neben den aktuellen Vertriebszahlen, einen Ausblick auf die Zukunft. Marken-Vorstandsvorsitzender Herbert Diess sprach „von einem Aufbruch in eine neue Phase. 2016 haben wir die Wende eingeleitet und unsere strategische Ausrichtung gefestigt“. Zudem sei das Unternehmen mit dem Zukunftspakt wettbewerbsfähig. Eine Säule des ausgegebenen Ziels ist es, bis 2025 Weltmarktführer im Bereich der Elektromobilität zu sein.

Währenddessen kommt die Diesel-Umrüstung weiter voran. Rund 75 Prozent der betroffenen Modelle in Deutschland sind bereits planmäßig umgerüstet, die Kunden zu mehr als 99 Prozent einverstanden. Den 3000 Händlern dankte Herbert Diess für die schnelle Abwicklung. Bis Ende 2017 sollen alle Autos in Europa wieder die vorgeschriebenen Abgasnormen einhalten. „In den USA wird dieses Thema auch in absehbarer Zeit gelöst sein“, so Diess vor rund 100 Medienvertretern.

Wirtschaftlich plant Volkswagen bereits im Jahr 2020 eine operative Rendite von vier Prozent zu erreichen. Bis 2025 sollen es sechs Prozent sein. Um diese Vorgaben zu schaffen „werden wir an allen Standorten die Produktivität um siebeneinhalb Prozent steigern bei gleichzeitiger Senkung der Kosten“, so Diess, der dabei einen Schlüssel in verbesserten Produktanläufen sieht. Das gilt insbesondere für die 17 geplanten neuen SUV-Modelle. „SUV sind wichtig für das Volumen und das Image einer Marke. Der Erfolg des Tiguan zeigt diesen Trend“, sagte der VW-Vorstandschef.

Im Vertrieb zeichnet sich ab, dass die Turnaround-Programme wirken. Die Absätze in Nordamerika stiegen um 3,8 Prozent – in den USA verzichtet Volkswagen auf den Verkauf von Diesel-Fahrzeugen und erreichte ein Plus von zehn Prozent. In Südamerika stiegen die Verkäufe um 12,9 Prozent und in Russland um 12,8 Prozent.

Der Grund für den Erfolg liegt in der umgesetzten Regionalisierung. Soll heißen: die Vertriebsregionen entscheiden eigenständig. Die Prozesse sind dadurch schneller und effizienter. Zudem etablierte die Marke in China ein neues Importgeschäft. „Damit sind wir schneller, agiler und leistungsfähiger“, erklärte Diess.

In Salzgitter sind die ersten Auswirkungen der Elektro-Offensive zu sehen. Dort wird mit Hochdruck an neuen Batterietechnologien gearbeitet, die dann unter anderem auch in der neuen I.D.-Familie Einzug halten werden. Mit dem auf einer eigenen Architektur basierenden drei Studien I.D., I.D. Buzz und I.D. Cross gab Volkswagen bereits einen Ausblick, wo die Reise künftig hingehen wird. (ampnet/tw)

Bilder zum Artikel



Der Markenvorstand auf der Volkswagen-
Pressekonferenz.

Foto: Auto-Medienportal.Net/Volkswagen



Volkswagen-Markenchef Herbert Diess.

Foto: Auto-Medienportal.Net/Volkswagen



VW-Markenvorstandsvorsitzender Herbert Diess (rechts)
und Finanzvorstand Arno Antlitz.

Foto: Auto-Medienportal.Net/Volkswagen



Herbert Diess und der Volkswagen I.D. Buzz (Archivfoto).

Foto: Auto-Medienportal.Net/Volkswagen



Volkswagen-SUV-Studie I.D. Cross mit 330 kW / 306 PS
und Allradantrieb.

Foto: Auto-Medienportal.Net