
Marke Volkswagen: Trotz Erfolg auf der Suche nach Sparpotenzial

Für das erste Halbjahr stehen bei der Marke Volkswagen deutliche Steigerungen bei Umsatz, operativem Ergebnis und Marge zu Buche. Der Umsatz lag von Januar bis Juni mit 42,7 Milliarden Euro um 8 Prozent über dem Vorjahreswert. Mit 3,12 Millionen ausgelieferten Fahrzeugen wurde zum Halbjahr ein neuer Spitzenwert erreicht. Das um Sondereinflüsse bereinigte operative Ergebnis stieg um 20 Prozent auf 2,1 Milliarden Euro; die operative Rendite verbesserte sich auf 5,0 Prozent (Vorjahr: 4,5 Prozent).

Im Zuge der Aufarbeitung der Dieselkrise hat die Marke im ersten Halbjahr einmalige Belastungen in Höhe von 1,6 Milliarden Euro verbucht. Das operative Ergebnis nach Sondereinflüssen betrug entsprechend 0,5 Milliarden Euro. „Die gute operative Performance im ersten Halbjahr zeigt, dass die Neuausrichtung der Marke Volkswagen Schritt für Schritt vorankommt“, sagte Dr. Arno Antlitz, Finanzvorstand der Marke Volkswagen.

Eine Herausforderung wird auch bei der Marke Volkswagen in der zweiten Jahreshälfte die Umstellung auf das neue und zeitlich aufwändigere Zulassungsverfahren WLTP darstellen. Ab dem dritten Quartal erwartet die Marke dadurch Auswirkungen auf das operative Ergebnis und die Liquidität. Ungeachtet dessen hat der Markenvorstand seine Jahresprognose bestätigt: 2018 soll der Umsatz um bis zu 10 Prozent steigen, die operative Rendite vor Sondereinflüssen soll bei 4 bis 5 Prozent liegen und der operative Cashflow vor Sondereinflüssen wieder positiv sein.

Einer der wesentlichen Treiber der positiven Entwicklung im bisherigen Jahresverlauf war die SUV-Offensive der Marke. Während sich der Tiguan weltweit zu einem Bestseller entwickelt hat, wurde im zweiten Quartal die neue Generation des Flaggschiff-Modells Touareg in den Markt eingeführt. Auf über 100 000 Bestellungen seit seinem Marktstart in Europa im vierten Quartal vergangenen Jahres brachte es der T-Roc. Mit dem kürzlich vorgestellten T-Cross 2 steht das nächste SUV-Modell von Volkswagen bereits in den Startlöchern.

Innerhalb eines Jahres konnte Volkswagen den SUV-Anteil am weltweiten Absatz von 13 Prozent im ersten Halbjahr 2017 auf nun 18 Prozent erhöhen. Besonders deutlich fällt der Anstieg in Europa aus, wo sich der SUV-Anteil binnen Jahresfrist von 17 Prozent auf 25 Prozent erhöhte. In Nordamerika konnte er sogar von 10 Prozent auf 38 Prozent nahezu vervierfacht werden.

Volkswagen verzeichnete im ersten Halbjahr in allen Weltregionen eine positive Entwicklung. Der höhere Anteil margenstarker SUVs und die kontinuierlichen Fortschritte beim Turnaround in den Regionen haben im ersten Halbjahr wesentlich zur verbesserten Ertragslage der Marke beigetragen. Außerdem sollen bis Ende 2018 dauerhafte Kostensenkungen in Höhe von rund 2,2 Milliarden Euro realisiert sein. Bis 2020 strebt Volkswagen jährliche Einsparungen in Deutschland von 3 Milliarden Euro an.

Um die notwendigen Vorleistungen für die Transformation zur E-Mobilität und zum autonomen Fahren sowie die digitalen Initiativen der Marke aus eigener Kraft stemmen zu können, müssen zusätzliche Mittel generiert werden. Vorstand und Betriebsrat werden daher in den nächsten Monaten über weitere Maßnahmen beraten. (ampnet/Sm)

Bilder zum Artikel



VW T-Roc.

Foto: Auto-Medienportal.Net/VW
