

- Es gilt das gesprochene Wort -

Prof. Dr. Martin Winterkorn
Redemanuskript anlässlich der
Hauptversammlung am 24. April 2008

- Teil I -

Sehr geehrte Aktionärinnen und Aktionäre,
meine Damen und Herren,

herzlich willkommen zu unserer Hauptversammlung 2008. Meine Kollegen und ich freuen uns, Sie – die Eigentümerinnen und Eigentümer der Volkswagen AG – hier in Hamburg zu begrüßen.

Für Ihr Unternehmen war 2007 ein wirklich gutes Jahr – das beste Jahr seiner Geschichte. Niemals zuvor hat der Volkswagen Konzern so viele Autos verkauft. Und niemals zuvor haben wir damit so viel gutes Geld verdient.

Historische Rekorde bei Absatz, Umsatz und Ergebnis unterstreichen: Der Volkswagen Konzern war 2007 nicht nur der erfolgreichste deutsche Automobilhersteller. Auch im internationalen Vergleich haben wir eindrucksvoll bewiesen, welches Potenzial in unserem Unternehmen steckt. Und das spiegelt sich unmittelbar in unseren Kennzahlen wider:

Chart "Wesentliche Kennzahlen"

2007 konnte der Konzern seine Umsatzerlöse auf 108,9 Milliarden € steigern. Das entspricht einem Plus von 3,8 Prozent.

Mit fast 6,2 Millionen Fahrzeugen haben wir unsere Auslieferungen deutlich um 7,9 Prozent auf einen neuen Allzeit-Rekord gesteigert.

Auch beim Operativen Ergebnis haben wir eine neue Höchstmarke gesetzt: Mit 6,2 Milliarden € konnten wir den Vorjahreswert mehr als verdreifachen. Das Ergebnis vor Steuern konnten wir ebenfalls deutlich steigern, auf 6,5 Milliarden €. Damit haben wir unser ursprüngliches Ergebnisziel für 2008 von 5,1 Milliarden € bereits ein Jahr früher als geplant nicht nur erreicht, sondern klar übertroffen.

Meine Damen und Herren,

die Volkswagen Aktiengesellschaft ist und bleibt ein Juwel für jeden Anleger! Wir freuen uns, dass sich die hervorragende Entwicklung Ihres Unternehmens auch an den Aktienmärkten widerspiegelt.

Im vergangenen Jahr war Volkswagen der börsennotierte Autobauer mit der besten Kursentwicklung. Mit einem Zuwachs von 81,7 Prozent bei den Stammaktien und 76,8 Prozent bei den Vorzugsaktien haben wir den DAX erneut eindrucksvoll geschlagen.

Wir können zurecht sagen: Auch für Sie, unsere Aktionärinnen und Aktionäre, hat der Konzern 2007 nachhaltig Wert geschaffen. Und das, meine Damen und Herren, zeigt sich auch in einem Dividendenvorschlag auf Rekordniveau.

Für den Volkswagen Konzern war 2007 definitiv ein Schlüsseljahr. Wir sind mit unserem Unternehmen ins Trainingslager gegangen. Wir haben uns in mehrfacher Hinsicht fit gemacht für die Zukunft:

- Wir haben die Produktivität in unseren Werken um 10 Prozent gesteigert und gleichzeitig die Herstellungskosten unserer Fahrzeuge deutlich reduziert.
- Wir haben in den Wachstumsmärkten dieser Welt Flagge gezeigt und vier neue Fabriken in Russland, Indien und China auf den Weg gebracht.
- Vor allem aber haben wir konzernweit 34 neue Modelle und Produktaufwertungen präsentiert. 34 neue Fahrzeuge – das ist eine ungeheure Schlagzahl, mit der wir in der Automobilwelt 2007 den Takt vorgegeben haben.

Das alles waren keine Selbstläufer. Hinter diesen Erfolgen steckt viel konzentrierte Arbeit und jede Menge Leidenschaft fürs Automobil. Dafür und für das hervorragende Engagement danken meine Kollegen und ich unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern sehr herzlich.

Zur Volkswagen Philosophie gehört: Wer sich so engagiert, muss belohnt werden. Und deshalb liegt auch die Mitarbeiter-Erfolgsbeteiligung für das Jahr 2007 so hoch wie nie zuvor.

Chart "Auslieferungen an Kunden nach Märkten – Volkswagen Konzern"

Meine Damen und Herren,

lassen Sie es mich noch einmal unterstreichen: Mit nahezu 6,2 Millionen Fahrzeugen haben wir unsere Auslieferungen um rund 8 Prozent gesteigert. Damit sind wir fast doppelt so stark gewachsen wie der Weltmarkt.

Besonders kraftvoll haben wir uns in den automobilen Wachstumsregionen präsentiert:

- Plus 28 Prozent in China.
- Plus 32 Prozent in Brasilien.
- Und ein Plus von 21 Prozent in Zentral- und Osteuropa.

In Nordamerika und Westeuropa hatten und haben wir es dagegen mit stagnierenden Märkten zu tun. Der deutsche Automobilmarkt ist sogar um mehr als 9 Prozent geschrumpft. Hier hat der Konzern mit 1,06 Millionen Fahrzeugen 4,8 Prozent weniger ausgeliefert als im Vorjahr. Die Ursachen dafür liegen auf der Hand: Die Effekte der Mehrwertsteuererhöhung, die steigenden Mobilitätskosten, aber auch die Verunsicherung im Bezug auf die Klima- und Steuerdiskussion haben zur schwachen Nachfrage beigetragen.

Trotzdem konnten wir unseren Marktanteil in Deutschland auf 32,7 Prozent ausbauen. Mit anderen Worten: Jedes dritte Neufahrzeug kam 2007 aus der Volkswagen Familie. Und auch im deutschen Flottengeschäft liegen wir klar vorn: Unter den Top Ten waren im vergangenen Jahr fünf Modelle aus unserem Haus.

Chart "Auslieferungen an Kunden nach Marken – Volkswagen Konzern"

Meine Damen und Herren,

besonders erfreulich ist, dass alle acht Konzernmarken ihre Auslieferungen in 2007 steigern konnten.

Chart "Auslieferungen an Kunden nach Märkten – Volkswagen Pkw"

Mit über 3,66 Millionen Fahrzeugen hat die Marke Volkswagen Pkw einen neuen Auslieferungsrekord aufgestellt. Besonders stark gewachsen ist die Marke in Brasilien, Zentral- und Osteuropa, aber auch in China.

Chart "Volkswagen Tiguan"

Die neuen Modelle Golf Variant und Tiguan sind bei unseren Kunden hervorragend angekommen. Für den Tiguan haben wir inzwischen – nur fünf Monate nach Markteinführung – weit über 100.000 Bestellungen erhalten. Das ist ein sensationeller Erfolg und zeigt, welches Eroberungspotenzial in der Marke Volkswagen steckt.

Chart "Volkswagen BlueMotion-Offensive"

Volkswagen hat 2007 seine BlueMotion-Offensive fortgesetzt und auf der IAA in Frankfurt gleich sechs neue Umweltmodelle vorgestellt: darunter den sparsamsten

Golf aller Zeiten, mit einem Verbrauch von nur 4,3 Litern auf 100 Kilometer. Sein kleiner Bruder, der Polo BlueMotion, bleibt mit 99 g/km CO₂-Champion. Diese Fahrzeuge zeigen doch: Der beste Beitrag zum Klimaschutz ist der Kauf eines neuen Autos. Mit BlueMotion tut man nicht nur etwas für die Umwelt, sondern spart auch noch Geld.

Chart "Auslieferungen an Kunden nach Märkten – Audi"

Die Marke Audi ist ihrem Ziel, der führende Premiumhersteller der Welt zu werden, ein gutes Stück näher gekommen. 964.200 Fahrzeuge stehen für den zwölften Auslieferungsrekord in Folge. Audi konnte auf nahezu allen wichtigen Märkten mit steigenden Verkaufszahlen punkten. Dabei ist Audi das beste Beispiel für konsequentes Wachstum: 2002 hat die Marke rund 740.000 Autos ausgeliefert. 2008 wird Audi erstmals mehr als eine Million Fahrzeuge verkaufen.

Chart "Audi A4"

Audi hat 2007 mit dem A5 Coupé das Fundament für eine neue Modellreihe gelegt. Gemeinsam mit dem Nachfolger des A4 gibt Audi damit ein eindrucksvolles Beispiel für Effizienz und überlegene Spitzentechnologie, denn beide Fahrzeuge basieren erstmals auf dem Modularen Längsbaukasten. Und noch dazu sind beide Autos Seriensieger in den Vergleichstests der Fachblätter.

Chart "Auslieferungen an Kunden nach Märkten – Škoda"

Auch die Kollegen bei Škoda konnten sich über neue Rekorde freuen. 630.000 ausgelieferte Fahrzeuge stehen für das beste Ergebnis der Unternehmensgeschichte und für ein starkes Plus von 14,6 Prozent. Clevere, hochwertige und trotzdem bezahlbare Autos – damit überzeugt Škoda rund um den Globus mehr und mehr Kunden.

Chart "Škoda Fabia"

Mit pfiffigen, sympathischen Autos wie dem Škoda Roomster, dem geplanten Kompakt-SUV Yeti oder dem neuen Fabia spricht die Marke „Smart Shopper“ im Westen genauso an wie ihre Stammklientel in Zentral- und Osteuropa.

Chart "Auslieferungen an Kunden nach Märkten – SEAT"

Bei der Marke SEAT hatten wir ursprünglich erst 2008 mit einem operativen Gewinn gerechnet. Wir freuen uns deshalb sehr, dass SEAT bereits im letzten Jahr – und damit zwölf Monate früher als geplant – operativ schwarze Zahlen geschrieben hat.

Meine Damen und Herren,

wer SEAT abschreibt, macht einen großen Fehler! Die Kollegen in Martorell haben alle Weichen für einen erfolgreichen Wachstumskurs gestellt. Über 431.000 Kunden und ein Auslieferungsplus in 2007 sprechen eine klare und eindeutige Sprache.

Chart "SEAT Altea Freetrack"

Eine wichtige Neuheit des vergangenen Jahres war der Altea Freetrack, der erste geländetaugliche SEAT mit Allradantrieb.

Chart "SEAT Ibiza"

Wie dynamisch und designorientiert die Zukunft der Marke aussieht, zeigt der neue Ibiza, der im Mai auf den Markt kommt: Dieses Auto hat mit seinem präzisen, modernen Design und hervorragender Qualität eindeutig das Zeug dazu, viele neue Kunden für die Marke SEAT zu begeistern.

Chart "Auslieferungen an Kunden nach Märkten – Bentley"

Meine Damen und Herren,

Bentley hat in den letzten Jahren eine beispiellose Erfolgsstory geschrieben und ist heute die mit Abstand erfolgreichste automobiler Luxusmarke der Welt. 1998 hat Bentley 992 Autos verkauft. Im letzten Jahr waren es über 10.000 Fahrzeuge – ein neuer historischer Rekord! Diese Marke bietet ihren anspruchsvollen Kunden echten Mehrwert. Aber auch für den Konzern hat Bentley eine wichtige strategische Funktion und verdient im Übrigen gutes Geld.

Chart "Bentley Continental GT Speed"

Ein Produkthighlight 2007 war der neue Continental GT Speed. Ich bin mir sicher: Mit Ausnahmefahrzeugen wie diesem wird Bentley seine Führungsposition im hochprofitablen Markt für Luxusautomobile weiter ausbauen.

Chart "Auslieferungen an Kunden nach Märkten – Lamborghini"

Nicht weniger erfolgreich war unsere Sportwagenschmiede Lamborghini. Seit die Marke vor zehn Jahren Teil der Audi Familie wurde, hat sich der Absatz mehr als verzehnfacht. 2007 stiegen die Auslieferungen erneut um satte 14,8 Prozent auf 2.400 Fahrzeuge. Und was noch besser ist: Lamborghini ist inzwischen in die Liga der profitabelsten Automobilmarken der Welt aufgestiegen.

Chart "Lamborghini Reventón"

Mit Fahrzeugen wie dem neuen Supersportwagen Reventón hat die Marke erneut keine Zweifel daran gelassen, dass Lamborghini ein weltweit einzigartiger Hersteller extremer und kompromissloser Sportwagen ist und bleibt.

Chart "Auslieferungen an Kunden nach Märkten – Volkswagen Nutzfahrzeuge"

Auch Volkswagen Nutzfahrzeuge hat sich sehr positiv entwickelt: 488.700 Einheiten stehen für einen neuen weltweiten Auslieferungsrekord. In 37 Exportmärkten hat Volkswagen Nutzfahrzeuge im vergangenen Jahr Bestmarken gesetzt. Besonders stark fiel das Auslieferungsplus bei den in Brasilien und Mexiko gefertigten Lkw und Bussen aus.

Chart "Volkswagen Caddy Maxi"

Eine wichtige Produktneuheit 2007 war der Caddy Maxi. Dieses Raumwunder ist eines der größten Modelle unter den kompakten Shuttlefahrzeugen und Kleintransportern.

Meine sehr geehrten Damen und Herren,

wir haben unsere Kunden im vergangenen Jahr nicht nur mit faszinierenden Autos begeistert. Wir haben auch mit Finanzierung, Leasing und Versicherungen rund um diese Fahrzeuge echten Mehrwert geschaffen.

Mit klugen Mobilitätspaketen sorgen wir dafür, dass die Kosten rund ums Autofahren transparent und kalkulierbar bleiben. Das ist heute gerade für private Haushalte wichtiger denn je. Inzwischen finanzieren oder leasen drei von vier Volkswagen Kunden in Deutschland ihr Neufahrzeug bei Volkswagen Financial Services.

Mit der konsequenten Ausweitung und Internationalisierung ihrer Angebote war Volkswagen Financial Services erneut Trendsetter unter den automobilen Finanzdienstleistern. Ein gutes Beispiel dafür ist die Gründung der ersten Automobil- und Direktbank in Mexiko.

Vor diesem Hintergrund hat sich der Konzernbereich Finanzdienstleistungen 2007 hervorragend entwickelt und erneut einen wesentlichen Beitrag zum Gesamtergebnis geleistet. Der weltweite Vertragsbestand stieg um 4,2 Prozent auf 6,6 Millionen. Darauf werden wir aufbauen und die Vermarktungsaktivitäten der Konzernbereiche Automobile und Finanzdienstleistungen noch stärker vernetzen. Denn damit erschließen wir nicht nur weiter ein ausgesprochen profitables Geschäftsfeld. Diese Dienstleistungen tragen auch zu einer nachhaltig höheren Kundenbindung bei.

Meine Damen und Herren,

die Marke Volkswagen ist das Herz des Konzerns. Nur wenn sie stark und erfolgreich ist, kann der gesamte Konzern langfristig erfolgreich sein. Deshalb haben wir im vergangenen Jahr vieles in Bewegung gesetzt.

Unser erklärtes Ziel ist es, die Marke Volkswagen zum innovativsten Volumenhersteller der Welt zu machen. Der neue, globale Claim „Volkswagen – Das Auto.“ untermauert diesen Anspruch. Er unterstreicht, wie maßgeblich Volkswagen die automobilen Entwicklung bestimmt hat und weiter bestimmen wird. Volkswagen steht für Autos, die Standards setzen und das Lebensgefühl ganzer Generationen prägen.

Zusätzlich haben wir der Marke Volkswagen ein neues Leitbild gegeben:

- Kundennahe, bezahlbare Innovationen.
- Werthaltigkeit, kompromisslose Qualität und Sicherheit.
- Und nicht zuletzt verantwortungsvolles Handeln für Umwelt und Gesellschaft – dafür steht Volkswagen.

Vision, Leitbild und Claim bestimmen das neue Selbstbewusstsein der Marke. Und sie unterstreichen die hohen Ansprüche, die wir an unsere Fahrzeuge und an unsere Arbeit stellen.

Das zeigt sich auch in den Unternehmenszielen für die Marke Volkswagen:

- Bis spätestens 2018 soll sie ein Top-Arbeitgeber in den internationalen Rankings sein.
- Bei Kundenzufriedenheit, Qualität und Prozessen soll sie zu den besten Autobauern der Welt gehören.
- 2018 soll die Marke Volkswagen Pkw jährlich 6,6 Millionen Autos verkaufen.
- Und mit einer Kapitalrendite von 21 Prozent soll sie zu den profitabelsten Unternehmen unserer Branche gehören.

Mit unserer „Strategie 2018“ haben wir die Leitplanken für die erfolgreiche Zukunft der Marke Volkswagen gesetzt. Ähnliches haben wir für alle Konzernmarken getan. Wir tragen diese Strategie derzeit konsequent in die Mannschaft. Und wir haben alle nötigen Schritte eingeleitet, um aus ehrgeizigen Zielen messbare, positive Ergebnisse zu machen.

Meine Damen und Herren,

mit der Porsche AG und dem Land Niedersachsen als größte Anteilseigner steht der Volkswagen Konzern auf einem soliden Fundament. Unseren Shareholdern geht es nicht um schnelle Profite, sondern um eine nachhaltige, langfristige Entwicklung.

Deshalb haben wir es sehr begrüßt, dass die Porsche AG im vergangenen Jahr ihren Stimmrechtsanteil weiter aufgestockt hat. Und wir freuen uns, dass Porsche angekündigt hat, die Aktienmehrheit an der Volkswagen Aktiengesellschaft übernehmen zu wollen. Dieser Schritt zeigt, wie nachhaltig das Engagement der Eignerfamilien von Porsche ist.

Den Medien haben Sie entnommen, dass es auf dem Weg bis zum Zusammenwachsen noch einige Hürden zu meistern gilt. Ungeachtet der nächsten Schritte auf diesem Weg kann ich Ihnen für den Volkswagen Vorstand folgendes sagen: Wir werden unsere Strategie konsequent weiterverfolgen. Wir haben klare Ziele und Aufgaben definiert, um den Konzern auf seinem profitablen

Wachstumskurs voranzubringen. Und daran werden wir mit voller Konzentration und viel Engagement weiterarbeiten.

Meine Damen und Herren,

Anfang März haben wir bekannt gegeben, dass Volkswagen seinen Stimmrechtsanteil an Scania auf 68,60 Prozent erhöhen wird. Für Scania ist das ein historischer Schritt hin zu einer klaren, langfristigen Aktionärsstruktur. Wir im Konzern freuen uns, dass Scania nun die neunte starke Marke unter dem Dach des größten Automobilbauers Europas wird.

Dabei stehen wir fest zu Scania und zur Scania Mannschaft. Und wir stehen zum Management um Leif Östling, der das Unternehmen hervorragend aufgestellt hat. An diesem erfolgreichen Kurs halten wir fest. Wie all unsere Konzernmarken wird Scania seinen eigenen Firmensitz, seine eigene Kultur und sein ureigenes Profil behalten. Auf dieser Grundlage werden wir unsere Marktchancen gemeinsam noch gezielter nutzen.

Der Volkswagen Konzern wird im Geschäft mit schweren Lkw und Bussen in Zukunft ein wichtiges Wort mitreden. Wir verfolgen hier eine langfristige Perspektive. Unsere Beteiligungen an MAN und Scania sind hoch profitabel. Insofern sehen wir hier aktuell keinen Handlungsdruck.

Meine Damen und Herren,

soviel zu den Eckdaten, Produktneuheiten und wichtigen Ereignissen des vergangenen Geschäftsjahres. Mein Vorstandskollege, Hans Dieter Pötsch, wird Ihnen jetzt die wichtigsten Unternehmenskennzahlen im Detail erläutern.

Vielen Dank!