

Disclaimer

Diese Veröffentlichung stellt weder ein Angebot zum Verkauf noch eine Aufforderung zum Kauf oder zur Zeichnung von Wertpapieren dar. Die im Rahmen der Kapitalerhöhung angebotenen neuen Aktien sind bereits platziert worden. Das Angebot erfolgte ausschließlich auf Basis eines bei der Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht (BaFin) hinterlegten Wertpapierprospekts.

Diese Veröffentlichung ist weder mittelbar noch unmittelbar zur Weitergabe oder Verbreitung in die Vereinigten Staaten von Amerika oder innerhalb der Vereinigten Staaten von Amerika (einschließlich deren Territorien und Besitzungen, eines Bundesstaates oder des Districts of Columbia) bestimmt und darf nicht an "U.S. persons" (wie in Regulation S des U.S. Securities Act of 1933 in der jeweils geltenden Fassung ("Securities Act") definiert) oder an Publikationen mit einer allgemeinen Verbreitung in den Vereinigten Staaten von Amerika verteilt oder weitergeleitet werden. Diese Veröffentlichung ist kein Angebot zum Kauf von Wertpapieren in den Vereinigten Staaten von Amerika. Die Wertpapiere sind nicht und werden nicht nach den Vorschriften des Securities Act registriert und dürfen in den Vereinigten Staaten von Amerika nur mit vorheriger Registrierung unter den Vorschriften des Securities Act in derzeit gültiger Fassung oder ohne vorherige Registrierung nur auf Grund einer Ausnahmeregelung verkauft oder zum Kauf angeboten werden. Die Emittentin beabsichtigt nicht, das Angebot von Aktien vollständig oder teilweise in den Vereinigten Staaten von Amerika zu registrieren oder ein öffentliches Angebot in den Vereinigten Staaten von Amerika durchzuführen.

Diese Veröffentlichung ist kein Angebot zum Kauf von Wertpapieren in Kanada, Japan oder Australien.

Dieses Dokument ist kein Emissionsprospekt im Sinne des Art. 652a und/oder 1156 des Schweizerischen Obligationenrechts oder ein Kotierungsprospekt im Sinne der Art. 27 ff. des Kotierungsreglements der SIX Swiss Exchange.

- Es gilt das gesprochene Wort -

Prof. Dr. Martin Winterkorn
Redemanuskript anlässlich der
Hauptversammlung am 22. April 2010

- Teil III -

Meine Damen und Herren,
2009 war für Volkswagen ein echtes Schlüsseljahr:

- Operativ haben wir Stärke bewiesen.
- Strategisch haben wir wichtige Weichen für die Zukunft des Konzerns gestellt.

An diese positive Dynamik knüpfen wir im laufenden Jahr sehr bewusst an.
Volkswagen bleibt dabei auch auf schwierigem Spielfeld in der Offensive!

Unsere Ziele stehen fest:

- Wir wollen unsere gute Wettbewerbsposition Stück für Stück ausbauen.
- Und wir wollen die Integration von Porsche und die Partnerschaft mit Suzuki zum Erfolg führen. Ruhig, konzentriert und zielgerichtet.

Dabei wissen wir: 2010 wird nicht einfach.

- In Westeuropa und Deutschland werden die Märkte zurückgehen.
- Rückenwind spüren wir dagegen in China, Brasilien und den USA.

Der grundsätzliche Trend zeigt nach oben:

Insgesamt rechnen wir damit, dass der Pkw-Weltmarkt leicht auf rund 54 Millionen Einheiten wachsen wird.

Aber klar ist: Wer jetzt schon den großen Aufschwung ausruft, geht an der Realität vorbei.

Das konjunkturelle Umfeld ist und bleibt unsicher.

Rückschläge sind nicht ausgeschlossen.

Deshalb halten wir an dem grundsoliden Kurs fest, mit dem wir den Konzern sicher durch die Krise navigiert haben.

- Wir reagieren in Produktion und Vertrieb hochflexibel auf die Nachfrageentwicklung.
- Wir steigern weiterhin die Produktivität in unseren Werken und der Verwaltung. Der Volkswagen Weg ist hier ein wichtiger Motor.
Allein 2009 haben wir rund 6.400 Verbesserungsworkshops mit weit über 100.000 Mitarbeitern durchgeführt.
- Wir machen Prozesse und Systeme schlanker und schaffen konzernweite Standards, zum Beispiel in unseren Werken und in der IT.
- Und wir halten unverändert Disziplin bei Kosten und Investitionen.
Damit sichern wir nicht zuletzt unsere hohe Netto-Liquidität und das gute Rating.

Entscheidend ist: Bei strategischen Fahrzeugprojekten und Technologien gibt der Konzern weiter Vollgas! Denn wer hier spart, spart auf Kosten der Zukunft.

Für neue Modelle und Umwelttechnologien veranschlagen wir weiterhin Entwicklungsausgaben und Investitionen von jährlich rund acht Milliarden Euro.

Von 2010 bis 2012 investieren wir im Konzernbereich Automobile rund 26,6 Milliarden Euro. Auf Sachinvestitionen entfallen 19,9 Milliarden Euro.

Etwa die Hälfte davon wird in Deutschland investiert.

Die Sachinvestitionsquote im Automobilbereich soll mittel- und langfristig weiter bei rund 6 Prozent vom Umsatz liegen.

Und auch an einem anderen Volkswagen Grundsatz halten wir fest:
Personalpolitik mit Verantwortung und Augenmaß!

Mit unseren flexiblen Arbeitszeitinstrumenten wollen wir auch in Zukunft die Beschäftigung der Stammebelegschaft sichern.

Wir wissen: Die Produktivität Jahr für Jahr steigern, das geht nur mit motivierten und gut ausgebildeten Mitarbeitern.

Deshalb wird der Volkswagen Konzern 2010 – trotz Krise – 3.000 Hochschulabsolventen und 2.900 Auszubildende neu einstellen.

Ich meine:

Das ist ein klares Zeichen dafür, wie wir den Konzern fit für die Zukunft machen.

Volkswagen will und muss die klügsten Köpfe für die Zukunft des Automobils gewinnen.

Dafür steht auch das „Top 100-Programm“, mit dem wir 100 zusätzliche Fach- und Führungsstellen für hoch qualifizierte Spezialisten schaffen.

Sie werden vor allem in den Regionen für Verstärkung sorgen, in denen wir besonders stark wachsen.

Meine Damen und Herren,

über die Zukunft der Automobilindustrie wird derzeit kontrovers diskutiert.

Richtig ist: Unsere Branche hat eine längere, steinige Wegstrecke vor sich.

Das Absatzniveau von vor der Krise werden wir frühestens 2012 wieder erreichen.

Mittel- und langfristig bietet unser Geschäft aber hervorragende Perspektiven, auch und gerade für Aktionärinnen und Aktionäre.

Denn: Die Automobilindustrie ist kein Auslaufmodell, sondern eine der Zukunftsbranchen!

Dafür stehen insbesondere die BRIC-Staaten, in denen der Bedarf nach individueller Mobilität unverändert rasant wächst.

Prognosen sehen den Markt für Pkw und Leichte Nutzfahrzeuge bis 2018 bei über 90 Millionen Einheiten. Gegenüber 2009 wäre das ein Plus von rund 47 Prozent.

Richtig ist aber auch: Die Automobilindustrie ist mitten in einer strukturellen und technologischen Zeitenwende.

Solche Phasen sind risikoreich.

Gleichzeitig bieten sie aber gerade für leistungsfähige und gut aufgestellte Unternehmen große Chancen!

Chart "Strategie 2018"

In Zeiten grundlegender Umbrüche braucht es dabei vor allem eines:
eine klare, starke Orientierung.

Bei Volkswagen gibt die „Strategie 2018“ Ziel und Richtung vor:

Bis 2018 wollen wir den Volkswagen Konzern zum führenden Autobauer der Welt machen: ökonomisch wie ökologisch!

Uns geht es dabei nicht allein um Größe.

Uns geht es um qualitatives Wachstum.

- Bis 2018 wollen wir Nummer 1 bei Kundenzufriedenheit und Qualität sein.
- Bis 2018 wollen wir unsere Auslieferungen auf über 10 Mio. Fahrzeuge jährlich steigern.
- Bis 2018 wollen wir mit einer Umsatzrendite vor Steuern von mehr als 8 Prozent zu den profitabelsten Autobauern gehören.
- Und bis 2018 wollen wir mit unseren Marken Top-Arbeitgeber sein.

Auf dem Weg dahin haben wir uns klare Etappenziele gesetzt:

Mittelfristig strebt der Konzern eine operative Umsatzrendite von mindestens 5 Prozent im Automobilgeschäft an, ohne Berücksichtigung der Integration von Porsche.

Der Absatz soll mittelfristig auf 8 Millionen Fahrzeuge steigen.

Diese Ziele sind ehrgeizig, aber sie sind auch realistisch.

Ich meine: Das haben wir in den vergangenen Monaten wirklich bewiesen.

Und: Mit Porsche und durch die Partnerschaft mit Suzuki bekommt unsere Strategie 2018 zusätzliche Schubkraft!

Meine Damen und Herren,
auf unserem Weg nach 2018 setzt der Mehrmarkenkonzern Volkswagen drei klare Schwerpunkte.

- Erstens: Unsere Modulare Baukastenstrategie, mit der wir Vielfalt intelligent beherrschen.
- Zweitens: Unsere Wachstumsoffensive in allen wichtigen Weltregionen.
- Und drittens: Technologieführerschaft bei verantwortungsvoller Mobilität.

Zunächst zum Thema „Vielfalt“.

Die Automobilindustrie erlebt seit Jahren eine immer stärkere Differenzierung bei:

- Etablierten und neuen Märkten,
- Fahrzeugsegmenten und Modellen,
- effizienten Antriebstechnologien
- und bei den Wünschen und Erwartungen der Kunden weltweit an das Automobil.

Volkswagen gehört zu den Autobauern, die darauf am besten vorbereitet sind.

- Mit heute neun eigenständigen Marken.
- Mit rund 200 verschiedenen Fahrzeugmodellen in allen Segmenten.
- Mit breiter Präsenz auf allen wichtigen Weltmärkten.
- Und mit einem Technik-Spektrum vom Bugatti bis zum 1-Liter-Auto.

Chart "Modulare Baukastenstrategie Volkswagen Konzern"

Unsere Modulare Baukästen sind ein Schlüssel dafür, diese Vielfalt wirtschaftlich und technologisch zu beherrschen.

- Mit ihnen können wir die ehrgeizigen Wachstums- und Renditeziele des Konzerns und seiner Marken stemmen.
- Und mit ihnen können wir maximale Marken- und Modellvielfalt bei gleichzeitig sinkender Komplexität realisieren.

Der Audi A5, Q5, A4 und der neue A8: Sie alle basieren heute schon auf dem Modularen Längsbaukasten. Mittelfristig werden wir die Zahl dieser Modelle konzernweit auf rund 15 erhöhen.

Der Modulare Querbaukasten ist das technische Fundament unserer künftigen Fahrzeugflotte im A0, A und B Segment.

Konzernweit bringen wir auf dieser Grundlage in den nächsten Jahren über 30 Modelle auf den Markt.

Den Anfang macht der neue Audi A3. Auch unser wichtigstes Volumenmodell, der Golf in der 7. Generation, wird erstmals auf dem MQB basieren.

Chart "Wettbewerbsvorteile durch Modulstrategie"

Mit der Modulstrategie hat der Volkswagen Konzern eine neue Ära eingeläutet! Sie ist heute schon unser zentraler Wettbewerbsvorteil. Hier sind wir der Konkurrenz um Jahre voraus.

- Einmalaufwendungen und Stückkostenziele können um 20 Prozent sinken.
- Die Fertigungszeit und -komplexität wird wesentlich reduziert.
- Und auch die Zahl der Varianten sinkt beträchtlich. Beispielsweise um über 70 Prozent bei den Klimaanlageanlagen.

Mit dem Modularen Diesel- und dem Infotainment-Baukasten setzen wir diesen Weg jetzt systematisch fort.

Denkbar ist zukünftig auch ein Sportwagen-Baukasten unter Einbeziehung von Porsche.

Meine Damen und Herren,
die zweite strategische Säule ist unsere weltweite Wachstumsoffensive.

Basis dafür ist die Marktführerschaft des Konzerns in Westeuropa, die wir weiter ausbauen.

Chart "Automobile Wachstumsmärkte bis 2018"

Entscheidend sind aber die automobilen Zukunftsmärkte.

- In China rechnen wir bis 2018 mit einem Wachstum des Pkw-Marktes von rund 75 Prozent.
- Der indische Markt dürfte sein Volumen im gleichen Zeitraum mehr als verdoppeln.
- Und auch Südamerika und Osteuropa bieten enorme Chancen.

Deutlich unterrepräsentiert ist der Volkswagen Konzern bisher in den USA, wo wir am Absatzziel von jährlich einer Million Fahrzeugen bis 2018 festhalten.

In all diesen Märkten wollen wir nicht nur mit dem Trend, sondern weit überdurchschnittlich wachsen. Und die Voraussetzungen dafür sind gut:

In China und Südamerika gehört Volkswagen zu den Automobilpionieren. Unsere starke Stellung dort bauen wir gezielt aus.

In China wird der Konzern mittelfristig mehr als 2 Mio. Fahrzeuge jährlich verkaufen. Wir stoßen dort inzwischen an unsere Kapazitätsgrenzen.

Deshalb investieren unsere Joint Venture bis 2012 rund 4,4 Mrd. Euro in neue, marktgerechte Fahrzeuge und Fertigungskapazitäten.

In Brasilien investieren wir bis 2014 insgesamt rund 2,3 Mrd. Euro in den Ausbau der Fabriken und neue Modelle.

Bis dahin soll der Absatz dort auf rund eine Million Fahrzeuge jährlich steigen.

Mit unseren neuen, hochmodernen Werken in Indien, Russland und den USA schaffen wir die Voraussetzungen für profitables Wachstum.

Übrigens nicht auf Kosten der Produktion und Arbeitsplätze hierzulande: Denn von internationalem Wachstum profitieren insbesondere unsere Komponenten- und Fahrzeugwerke in Deutschland und Europa.

Aber lokale Produktion alleine reicht nicht. Wer auf den Weltmärkten erfolgreich sein will, braucht vor allem ein regional zugeschnittenes Modellportfolio.

Deshalb bieten wir beispielsweise den Polo in einer Version speziell für die Schwellenländer. Die Produktion im indischen Pune ist erfolgreich angelaufen.

Eine Stufenheckversion für Russland und Indien ist in Vorbereitung.

Ein weiteres Beispiel ist der „New Midsize Sedan“.

Er wird das Angebot im B-Segment speziell für unsere US-Kunden sein.

Das Fahrzeug läuft ab 2011 in Chattanooga vom Band.

Und auch unsere neue A00-Fahrzeugfamilie, die New Small Family, wird es in einer Version für die westlichen Metropolen und für die Emerging Markets geben.

Fahrzeuge aus der Region für die Region: Hier liegt die Zukunft der Autoindustrie!

Dabei sind leistungsfähige Zulieferstrukturen vor Ort und Tiefenlokalisierung Grundvoraussetzung für wettbewerbsfähige Kosten und profitables Wachstum.

Deshalb steigern wir ständig den Grad der Lokalisierung von Teilen und Komponenten. Und auch Rohmaterialien wie Stahl und Kunststoffe kaufen wir mehr und mehr vor Ort ein.

Beim Volkswagen Gol in Brasilien zum Beispiel liegt die Lokalisierungsrate heute schon bei 80 bis 90 Prozent. Diesen Weg gehen wir konsequent weiter.

Dabei steht eines fest: Kompromisslose Qualität, die Sicherheit unserer Fahrzeuge und die hohen Qualitätsstandards in unseren 60 Werken sind und bleiben oberste Volkswagen Maxime. Egal ob in Deutschland, China oder Indien!

Meine Damen und Herren,
das Rennen um die Antriebstechnologien der Zukunft ist in vollem Gange.

Bei effizienten Verbrennungsmotoren, Leichtbau, DSG oder intelligenter Elektronik liegt der Volkswagen Konzern bereits in Führung.

Diese Technologien bleiben auf absehbare Zeit der Motor für mehr Effizienz und weniger Emissionen.

Chart "Effiziente Modellpalette"

Das zeigt nicht zuletzt die Tatsache, dass wir heute schon 168 Modellvarianten unter 130 Gramm CO₂/km im Programm haben.

97 liegen unter 120 Gramm, zwölf sogar unter 100 Gramm.

Jetzt machen wir die Elektromobilität zur zweiten starken Säule:

- Volkswagen ist der Autobauer, der den Hybrid mit seinen Volumenmodellen aus der Nische holt.
- Und Volkswagen wird der Autobauer sein, der das „Elektroauto für Alle“ in die Großserie bringt.

Wir folgen dabei einem ehrgeizigen Fahrplan für das Elektrozeitalter.

Chart "Touareg Hybrid"

- Derzeit bringt Volkswagen mit dem Touareg den Hybrid in die Serie.
- In den kommenden Monaten gehen unsere Elektro-Versuchsflotten in Europa, Nordamerika und China an den Start.
- 2012 kommt der Jetta Hybrid. Im Jahr darauf folgen Passat und Golf Hybrid.

Chart "Volkswagen E-Up!"

2013 wird dann mit dem E-Golf, dem E-Up! und dem E-Jetta zum Schlüsseljahr bei den reinen Elektroautos.

Aber nicht nur Volkswagen sondern auch die anderen Konzernmarken gehen bei Hybrid und Elektro auf die Überholspur!

Chart "Audi A1 e-tron"

Audi hat in Genf mit dem A8 Hybrid und dem A1 e-tron gezeigt, was „Vorsprung durch Technik“ bedeutet.

Zum Jahreswechsel geht der Q5 Hybrid in Serie.

Ende 2012 kommt dann mit dem e-tron das erste Audi E-Fahrzeug auf den Markt.

SEAT und Škoda arbeiten im Konzernverbund an Lösungen für das Elektrozeitalter.

Und auch Porsche geht mit dem Cayenne Hybrid und der Studie 918 Spyder mit großen Schritten in Richtung Elektrifizierung.

Bei der Motorshow in Peking werden wir morgen präsentieren, wie wir auch in China auf dem Weg zur Marktführerschaft bei den neuen Antrieben sind.

Sie sehen: Volkswagen setzt sich bei der Elektromobilität an die Spitze der Bewegung.

- Weil wir als Mehrmarken-Konzern wie kein Zweiter das Zeug dazu haben, das Elektroauto zum Durchbruch zu bringen.
- Und weil wir mit unseren Modulen Baukästen alle Antriebsarten flexibel und wirtschaftlich in alle Baureihen und Marken bringen können.

Wir setzen hier auch auf das Know-how unserer Komponentenwerke.

Insbesondere bei der Fertigung von Antriebs- und Speichermodulen.

Knackpunkt bleibt allerdings die Batterietechnologie.

Hier bauen wir unser Know-how gemeinsam mit kompetenten Partnern wie Sanyo, Toshiba, Bosch-Samsung und BYD aus.

Über eines müssen wir uns bei all dem allerdings im Klaren sein:

Bei der Elektromobilität bewegen sich die Vorleistungen für die gesamte Automobilindustrie im hohen zweistelligen Milliardenbereich!

Und niemand kann heute sagen, wann sich diese Investitionen amortisieren.

Echte Fortschritte schaffen wir deshalb nur gemeinsam:

Autobauer, Energiekonzerne und die Politik auf nationaler und europäischer Ebene.

Und das heißt zunächst vor allem:

- Forschung – insbesondere in der Batterietechnologie – massiv fördern.
- Und eine leistungsfähige, flächendeckende Infrastruktur aufbauen.

Nur in einer gemeinsamen Kraftanstrengung wird unsere Automobilindustrie ihre Technologieführerschaft gegen die neue, aggressive Konkurrenz – beispielsweise aus China – verteidigen.

Ich bin mir sicher, dass der Elektrogipfel in Berlin Anfang Mai hier einen Schub nach vorne bringen wird.

Meine Damen und Herren,

der Volkswagen Konzern hat im vergangenen Jahr ordentlich Tempo gemacht!

Und auch 2010 schalten wir nicht zurück.

Im laufenden Jahr bringen wir wieder fast 70 Neuheiten auf den Markt.

Darunter so wichtige Fahrzeuge wie:

- Der Volkswagen Touareg, Sharan, Passat und der Jetta Nachfolger.
- Der Audi A1, A7 und der A8 Nachfolger.
- Oder der SEAT Ibiza ST und der Bentley Mulsanne.

Mit dieser enormen Schlagzahl wird der Volkswagen Konzern seine Stellung auf den Weltmärkten konsequent ausbauen.

Unser Ziel bleibt es, weiterhin klar besser abzuschneiden als der Wettbewerb.

**Chart "Auslieferungen an Kunden nach Marken
– Januar – März 2010"**

Im ersten Quartal ist uns das bereits gelungen.

Der Volkswagen Konzern ist kraftvoll ins Jahr gestartet!

Wir haben über 1,7 Millionen Fahrzeuge ausgeliefert.

Fast ein Viertel mehr als im schwachen Vorjahreszeitraum.

In China hat der Konzern neue Höhen erklommen. Und auch die Entwicklung in den USA, Südamerika und Westeuropa ist sehr erfreulich.

Audi hat bei den Auslieferungen das stärkste erste Quartal seiner Geschichte eingefahren.

Volkswagen, Škoda und SEAT liegen deutlich im Plus.

Das Luxus- und Nutzfahrzeugsegment bleibt schwierig.

Vor diesem Hintergrund gehen wir die vor uns liegenden Herausforderungen mit vorsichtigem Optimismus und folgenden Erwartungen an:

- Der Volkswagen Konzern wird 2010 mehr Fahrzeuge an seine Kunden ausliefern als im Vorjahr.
- Wir werden unsere Umsatzerlöse steigern.
- Und wir werden mehr Geld verdienen und das Operative Ergebnis erhöhen.

Meine Damen und Herren,
die Automobilindustrie steht ohne Zweifel vor schwierigen Aufgaben.

Ihr Unternehmen, der Volkswagen Konzern, hat sich eine hervorragende Startposition erarbeitet.

- Mit starken, faszinierenden Marken und einem überlegenen Fahrzeugangebot.
- Mit gezieltem, kontrolliertem Wachstum auf allen wichtigen Weltmärkten.
- Und mit höchster Technologiekompetenz.

Lassen Sie es mich so sagen:

- Volkswagen startet aus der ersten Reihe.
- Wir gehen mit voller Konzentration und der nötigen Aggressivität ins Rennen.
- Und wir werden sehr genau darauf achten, dass wir sicher in der Spur bleiben.

Unser langfristiges Ziel haben wir dabei fest im Blick:

Den Volkswagen Konzern ganz nach vorne zu bringen.
Ökonomisch und ökologisch.

Wir bauen dabei auch auf Sie, meine Damen und Herren:

Auf die Unterstützung und das Vertrauen unserer Aktionärinnen und Aktionäre.

Vielen Dank!